

DE PERIFERIAS Y CENTROS POSMODERNOS: CONEXIÓN O IMPLOSIÓN CULTURAL.

Rafael Hernández Espinosa¹Licenciado en Psicología Social, UAM-Iztapalapa. Estudiante de la Maestría en Antropología Social, CIESAS-DF, México.

E-mail: Rafa_he@hotmail.com

1. Posmodernidad y paradojas éticas

Una vasta producción literaria se ha encargado de describir la condición social y cultural de las sociedades contemporáneas. Se ha hecho énfasis en describirlas como afectadas por una condición posmoderna, caracterizada por una crisis de los valores de la modernidad como son el *progreso* y la idea del evolucionismo lineal (Reynoso 1998; Lipovetsky 2003). En esta tendencia se niegan los esquemas modernistas, o se relativizan. Otros aspectos que se aluden como característicos de la posmodernidad son un exacerbado hiperindividualismo y la pérdida de puntos de referencia (Lipovetsky 2003). Un aspecto exaltado en los estudios pioneros de la posmodernidad es el del nihilismo emergente. Gianni Vattimo (citado por Reynoso 1998), realizó a finales de la década de 1970 una apología del nihilismo caracterizado por una celebración de la muerte del pensamiento humanista. Para los nihilistas el ideal de progreso es algo vacío. El concepto de posthistoria, se refiere a la condición en la cual el progreso se convierte en rutina y la "novedad" ya no tiene nada de revolucionario. Frente a este estado de cosas, para los posmodernos solo queda el nihilismo. Desde esta perspectiva puede argumentarse que existe también un nihilismo moral, caracterizado por la decadencia del humanismo y personalizada por un individualismo irresponsable. Pero desde otra perspectiva, Gilles Lipovetsky (2003) propone que estamos experimentando una nueva retórica moral en la que las acciones éticas suelen combinarse con la diversión, el interés económico y la libertad individual. Este autor asume que no es que se haya inventado una nueva moral, sino que existe una nueva inscripción social de los valores, una nueva regulación social de la ética. En la actualidad, dice Lipovetsky, estamos pasando a una nueva etapa de la historia de la moral, a la cual denomina fase *posmoralista*. En ese sentido, sociedad posmoralista no significa sociedad posmoral, sino "sociedad que exalta los deseos, el ego, la felicidad y el bienestar individuales, en mayor medida que el ideal de abnegación" (ídem, p. 39). La época posmoralista coincide entonces con la deslegitimación de las morales colectivas sacrificiales, por ejemplo ya no son tan exitosos los llamados a la defensa de la patria y de las soberanías nacionales. Esto se inscribe dentro de lo que este autor propone como la paradoja del *caos organizado* propio de esta era. En las sociedades posmodernas occidentales existen amplias discrepancias axiológicas, perduran sistemas de valores antagonistas, pero no amenazan de manera fundamental la paz civil. En este sentido la tendencia parece acercarse hacia la *pacificación de las costumbres políticas*.

Un aspecto paradójico es por ejemplo que la moral posmoderna se encuentra reciclada según las leyes del espectáculo, de la distracción mediática. En los maratones de beneficencia transmitidos por televisión, la moral se combina con la fiesta, las estrellas, etc. La paradoja consiste en que "cuanto mayor es la

¹ Frontera, M.1, Lt. 10, Col. Arenitas, Chimalhuacán, Estado de México, CP. 56336.

exigencia de autogobernarse, mas tributaria se muestra la vida moral de palabras, de imágenes, de mensajes exteriores a nosotros mismos y finalmente consumidos por nosotros mismos” (p. 42). Por lo tanto, para Lipovetsky no existe nihilismo moral, sino una pluralidad de morales. La idea del mal no se ha evaporado en la aceptación del todo, la condena a la esclavitud, a la violencia infantil o incluso al libertinaje sexual son aspectos vigentes. En este sentido se propone que la eclosión individualista de los valores y el relativismo posmoderno tiene sus límites. Esto caracterizaría a la cultura posmoralista como un *desorden organizador*: la libertad frena a la libertad. En resumen, Lipovetsky propone que la época actual, más que un nihilismo moral, crea una moral sin obligación ni sanción, una moral emocional *intermitente* que se manifiesta sobre todo con ocasión de las grandes aflicciones humanas. Y en este contexto, son los *medios* los que establecen las prioridades, los que orquestan la generosidad y que movilizan al público de forma intermitente.

La cuestión emergente es que a partir de los planteamientos de Lipovetsky, podemos pensar que la ética es uno más de los bienes culturales de consumo. Consumir ética se convierte en una de las prácticas posmodernas. Pero el consumo cultural de la moral emocional necesariamente está incrustado en las relaciones sociopolíticas entre sectores centrales y periféricos, hegemónicos y subordinados. La pregunta es ¿cómo pensar en las características de ese consumo (cultural) dentro de las relaciones entre los sectores llamados centrales y periféricos?

2. Globalización y medios entre el centro y la periferia

La sociedad posmoderna tiene sus orígenes en la sociedad postindustrial, de la cual uno de sus principales aspectos (Daniel Bell, 1973, Citado por Reynoso, 1998) es el cambio de una economía productora de mercancías a otra productora de servicios Jorge A. González (2002) propone que en los últimos años hemos presenciado el crecimiento y consolidación de un cuarto sector de la economía mundial, especializado en la producción de información y en la circulación ampliada de ella, de los cuales la mayoría son servicios de telecomunicaciones en sus variadas formas. Según Jorge A. González (2002), la dinámica del sistema-mundo ha tenido entre sus transformaciones la movilidad del centro hegemónico. En este sentido, la movilidad del centro ha propiciado diversos desarrollos tecnológicos importantes desde diversos lugares, la imprenta en Europa central, la revolución industrial en Inglaterra y finalmente lo que podemos llamar la revolución digital o tecnológica en E. U. En este contexto actual se ha potenciado el surgimiento de una esfera que privilegia la visión, lo que se puede llamar, según González, el surgimiento de una *videósfera*, que toma vida por la tecnología de los medios de información y que es cada vez más global. En esta parte, sale al paso la economía de las señales, lo que representa que pocas personas con muchos recursos transportan para millones con pocos recursos, formas simbólicas complejas, en las que podemos incluir la producción de moral emocional.

En los estudios sobre la dinámica mundial, el modelo desarrollista ha propuesto una lógica de organización y relación entre centros y periferias. Pero a decir de Michael Kearney (1995), la globalización vincula una reorganización de esa lógica bipolar (y su posible disolución) a partir de una “re-configuración de las imágenes y asunciones de algunas visiones del mundo universales básicas, a saber espacio, tiempo y clasificación” (p. 549). Kearney hace notar que comúnmente lo hegemónico es la idea del desarrollo en el patrón narrativo del *progreso*, que circula del centro hacia la periferia en una correlación temporal. Según este autor, un fenómeno de *implosión* da lugar al cuestionamiento de este patrón narrativo. La implosión se refiere al movimiento de la periferia hacia el centro, es decir un movimiento contrario al avance de lo central a lo periférico. Pero ¿Desde qué ámbitos podríamos pensar esa implosión que propone Kearney? Sin duda sería ingenuo aventurarnos a pensarla desde el punto de

vista del desarrollo. Lo que queda como un recurso más o menos aplicable es el consumo de la cultura, incluso de las ideologías.

La globalización para muchos implica la compresión del espacio-tiempo y se relaciona con el uso de los medios masivos de comunicación. Los modelos de análisis de la comunicación también fueron evolucionando desde una noción homogeneizante de la cultura global de los medios transnacionales, hacia un modelo del imperialismo cultural inspirado en la teoría de la dependencia, y posteriormente modificada por un modelo revisionista del pluralismo cultural en el que, según Kearney, se disuelve la distinción entre centros y periferias -con respecto a la producción y consumo desde los medios. Uno de sus ejemplos es el amplio consumo de productos televisivos de países del sur en países del norte. En programas de las televisoras como CNN y MTV, donde la programación que es producida desde, y consumida por, puede haber audiencia horizontal más que vertical, según el autor. Pero, ¿Cómo podríamos pensar esta horizontalidad?, ¿Es sólo cuestión de audiencias?

Para Jorge A. González, el acceso a los medios siempre es diferencial. El problema básico del acceso está relacionado con la distribución social de los medios. Es decir, no hay un acceso igual a las tecnologías de *producción, edición y difusión* de la información. El fenómeno es simultáneamente económico, político y simbólico. El crecimiento de la red Internet ha sido exponencial, especialmente en la zona central del sistema mundo. Paulatinamente, la poderosa industria de las telecomunicaciones y la informática cada día hace más amplio el acceso de millones de computadoras a la red mundial de información. En este sentido, tendremos que preguntarnos ¿es realmente *conectable* la periferia?, ¿hay una verdadera implosión de la cultura?

3. Implosión vs. Conexión

La cultura popular, según Raymond Betts (2004), encuentra su expresión en los medios como el cine, la televisión o la radio. Para Rodolfo Stavenhagen (1983), las culturas populares emanan de las clases subalternas, pero las clases dominantes se apropian de ellas para utilizarlas con fines de consumo ideológico. De esta forma tendremos que asumir que hay vínculos complejos entre lo político y lo popular en su paso por los medios. Jorge A. González (2002) asume que los “medios”, están mal llamados como tales, ya que su constitución se refiere más a un tipo de organizaciones sociales complejas y organizadas que tienen un carácter activo. Es decir aquellos no solo median la información, sino que además de ser ellos mismos sus principales y más eficaces promotores, tienen un doble y contradictorio efecto óptico. Presentan agentes y acciones de la vida pública al darles visibilidad y por otro lado desaparecen del campo visual todas las corrientes del pensamiento científico de la sociedad. Pero el problema central que muestra González, es que el acceso a la tecnología, y por lo tanto a los medios, está estratificado socio-económicamente. Es decir, mientras la mayoría de sectores tiene acceso a tecnologías de recepción y reproducción de información como televisión, radio, en ocasiones Internet, los dispositivos tecnológicos para la *edición, producción y difusión* solo están disponibles para unos cuantos, en la medida en que son más costosos. De tal suerte, las relaciones horizontales de consumo de medios que propugna Kearney no resulta tal porque la producción no es accesible a todos los sectores. Puede haber *sí* una conexión quizá de la periferia, pero *no* control de los medios; es decir edición y producción de información (desde ahí), que se ponga en circulación y en competencia horizontal con las de los sectores dominantes o centrales. Es decir, el requisito para semejante horizontalidad es precisamente un dominio equivalente de los medios.

En su análisis sobre la globalización, Boaventura de Sousa Santos (1997) propone que lo que comúnmente denominamos mediante este término es una localización globalizada, por ejemplo la lengua inglesa y las formas de vida empresariales. Es decir, no hay un solo tipo de globalización, sino varios. Las hay “de arriba-abajo” o hegemónicas y de “abajo-arriba” o contra-hegemónicas. El primer caso es lo que se asume como *la globalización*, dado que es siempre de carácter hegemónico. Un tipo de globalización de abajo-arriba, o contra-hegemónica son los movimientos sociales trans-locales subalternos que movilizan sus recursos ideológicos mediante las tecnologías de la globalización hegemónica, o una especie de implosión. Por ejemplo algunas ONGs y el caso obligado de la guerrilla zapatista difundida por Internet. Estos movimientos son categorizados por De Sousa como *cosmopolitismo*. Si llevamos el concepto de cosmopolitismo a la difusión de la cultura popular y la ideología de los subalternos desde los medios, podemos pensar en un cierto avance sobre el uso, pero no control, de los medios.

La problemática sobre el uso de los medios no sólo atañe a las clases subalternas sino que, según González (2002), ha comenzado a tambalear la presencia de las ciencias sociales. Este autor asume que la ignorancia ilustrada de los científicos sociales sobre los medios no ha permitido hacer un uso eficiente de ellos, y en esa medida, los medios ganan terreno a los mismos discursos científicos. La propuesta es entonces tener un carácter más activo en la reflexividad social sobre el uso científico, político, económico y simbólico de los medios.

Pero si admitiéramos que la moral posmoderna tiende hacia una pacificación de las costumbres políticas como plantea Lipovetsky, el cosmopolitismo tendría un fuerte problema. El asunto es que tendremos que asumir también con mayor complejidad la condición de las dinámicas sociales contemporáneas. La caracterización de esas dinámicas se elaboran frecuentemente de forma etnocéntrica. La posición de quien elabora tales análisis influye en los mismos. No podemos uniformizar a todos los sectores sociales como antipolíticos, ni a los sectores populares desde un carácter meramente reproductivista. (García-Canclini 2004).

* * *

El nihilismo insinuado por los teóricos pioneros de la posmodernidad es una condición que ha mostrado algo de dinamismo, es decir, si ha trastocado algunas de las estructuras éticas occidentales también es cierto que hay una re-configuración de la moral en la que una diversidad de ellas pueden coexistir con cierto orden. En ese sentido, los medios tienen un papel importante en la forma en que esa pluralidad de morales se expresan y se diluyen. Los medios, entendidos mejor como organizaciones sociales con poder, tienen a su disposición las modalidades en que los bienes simbólicos son difundidos. En ese sentido, pensar en una relación de consumo horizontal, asumida únicamente desde la recepción, es inapropiada para asumir un fenómeno de implosión cultural. El problema central de las relaciones hegemónicas y contra-hegemónicas a través de los medios de comunicación es la posibilidad del uso y control de los mismos en condiciones de igualdad.

4. Referencias

- Betts, Raymond F. (2004) *A History of popular culture*, New York : Routledge
- De Sousa-Santos, Boaventura (1997) “Una concepción multicultural de los derechos humanos” En *Revista Memoria*. CEMOS. No. 101.
- García-Canclini, Néstor (2004) *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*. México: Ed. Gedisa.
- González, Jorge A (2002) “Convergencias paralelas: desafíos desamores y desatinos entre antropología y comunicación” En: Guillermo de la Peña y Luis Vázquez León (coord.) *La antropología sociocultural en el México del milenio. Búsquedas, Encuentros y Tradiciones*. México: FCE-INI-CONACULTA.

- Kearney , Michael (1995) "The local and the global: the anthropology of globalization and transnacionalism" En: Annual Review Anthropological, 24, (547-565).
- Lipovetsky, Gilles (2003) Metamorfosis de la cultura liberal. Ética, medios de comunicación, empresa. Barcelona: Ed. Anagrama.
- Reynoso, Carlos (1998) "Presentación" En: Clifford Geertz y otros, El surgimiento de la antropología posmoderna, México: Gedisa.
- Stavenhagen, Rodolfo, et al. (1983) La cultura popular, México: Premiá Editores.