

TECNODEMOCRACIA: PARTICIPACIÓN POLÍTICA Y EFECTOS DE SENTIDO

Antonio Méndez Rubio
Universitat de València

Consideraciones introductorias

Es difícil adentrarse en las premisas e implicaciones propias de la (re)producción de (efectos de) sentido en el mundo contemporáneo sin intentar una mínima aproximación global, comprensiva, a la configuración estructural e institucional de la actual red comunicativa audiovisual y sus mecanismos de generación de la cultura masiva. Ésta, en tanto proyección de códigos, discursos y valores, no sólo diseña y difunde a gran escala visiones de mundo que contribuyen a la construcción consensuada del imaginario colectivo sino que también, y al mismo tiempo, otorga legitimidad ideológica a los regímenes económicos y políticos hoy hegemónicos. No en vano, opera nuclearmente desde ellos: los relanza.

Para empezar, siguiendo el itinerario de esta argumentación, la función mediadora entre esfera mediática y esfera económica viene desempeñándola el elemento tecnológico. Con respecto a éste, por un lado, su existencia es ya síntoma de que toda distinción clara entre elemento mediático —e incluso simplemente lingüístico— y elemento económico es justificable sólo a nivel analítico. Por otro, a la hora de la indagación teórica, el entramado de intereses y prácticas que da forma al y es generado por el complejo comunicativo contemporáneo (esto es, mundial) puede tanto limitarse a una visión funcionalista y tranquilizadora de sus dispositivos principales como entrar en conflicto abierto con cuestiones no menos relevantes como las referentes a su control y sus usos, al pluralismo político y sus límites, a las vías de regulación semiótica e ideológica de las sociedades así como a las formas pensables y posibles de comprensión crítica y lucha cultural.

Entrar en la problemática de la tecnología cultural en tanto (re)productora de determinados efectos de sentido requiere un punto de vista que sea capaz de preguntarse por el *cómo*, el *por quién* y el *para quién*, es decir, de atender a la necesaria conexión de la tecnología, en tanto hecho social, con los factores políticos, económicos e ideológicos que (des)integran toda formación histórica. De hecho, todavía no se ha encontrado una sola colectividad humana que haya logrado sobrevivir sin el recurso a forma alguna de tecnología. Para dar cuenta de las posibilidades de ensamblaje de tales dimensiones de lo social se hace, pues, necesario, un planteamiento interactivo que señale algunos de los puntos neurálgicos de este circuito o "proceso de multicausalidad" (Elliott/Elliott, 1980: 32). Tomado en toda

su intensidad vital, el asunto muestra, tal vez antes que nada, su significación no sólo en lo tocante a las características del *hardware* sino a modos concretos de pensar y actuar.

Y esto especialmente en un momento histórico donde la prioridad de lo privado/sectorial sobre lo público/común y de las funciones de control y concentración por parte del sistema sobre la intervención dialógica y plural de los diversos grupos sociales –con la consecuente esclerosis programada de la participación popular en el terreno de las decisiones normativas– no pueden comprenderse al margen de los crecientes procesos de “prostitución de la tecnología” (Elliott/Elliott, 1980: 154). No deja de ser significativo, por ejemplo, que de los canales de intervención hoy instituidos –rendición de cuentas, representación y participación– sea precisamente la rendición de cuentas el más viable y promovido en la práctica. Sin ir más lejos, una de las variantes recientes de ésta, el método político de *evaluación tecnológica*, diseñado y exportado desde los Estados Unidos de América a lo largo de los años setenta de este siglo, que proponía constituir una institución especial, dirigida por especialistas y encargada de examinar los proyectos tecnológicos de los sectores públicos y privados en nombre de los sectores públicos (Office of Technology Assessment), ha implicado a menudo la instauración de una contraburocracia amortiguadora que –como también han señalado Elliott/Elliott– ponía las más importantes técnicas de control social en manos de organizaciones con intereses comerciales cuya supuesta “neutralidad conlleva una inquietante tendencia a implicar una aprobación del *status quo*” (1980: 197).

Habermas parte de la convicción de que, a la hora de enfrentar el análisis de una *sociedad tecnológica* como la occidental contemporánea, la teoría permite elaborar instrumentos de estudio que o bien “sean puestos al servicio de instituciones y autoridades existentes, o bien sean empleados con el fin de trabajar por su modificación o incluso por su disolución” (1978: 19). Desde aquí, reenfoca las dimensiones institucionales de la tecnología orientando la perspectiva hacia las relaciones entre modos de la técnica y modos de pensamiento y acción. La alternativa a la técnica dominante pasa por una estructura alternativa de comprensión y acción, ya no tanto instrumental o finalista como fraguada en dinámicas de interacción simbólicamente mediada. Habermas reformula el análisis de Weber con esta distinción entre acción estratégica y acción comunicativa que aplica a su teoría de la sociedad en dos niveles: el marco de un ámbito sociocultural o mundo de la vida (*Lebenswelt*) que se organiza y desorganiza dialógicamente, y un conjunto de subsistemas basados en dispositivos con arreglo a determinados fines. Genealógicamente hablando, la modernización propicia una expansión de dichos subsistemas que socava el poder legitimador cosmovisivo característico de las sociedades tradicionales. Con el auge del capitalismo, la legitimación se desplaza del mundo de la vida al sistema y deja de apelar a la tradición para hacerlo a las reglas del mercado y la ideología del *intercambio libre*, hasta el punto que ahora “el orden de la sociedad es sólo mediatamente político, e inmediatamente económico” (Habermas, 1989: 77). La vinculación de la dinámica económica capitalista con el asentimiento masivo posibilita que la política no se oriente tanto a la realización interactiva de fines prácticos como a la resolución de cuestiones técnicas dentro de un sistema autorregulado.

La exclusión de la discusión y el control de una opinión pública ambiguamente en manos de la iniciativa privada desde el siglo XVIII son índices de esta conversión en técnica de la práctica política. La *ideología tecnocrática* es pieza clave a la hora de entender la progresiva sustitución del estado autoritario por las coacciones manipulativas de una administración técnico-operativa capaz de mediatizar las relaciones conflictivas entre clases y grupos sociales mediante una ideología represora de toda eticidad, que se borra a sí misma de cara a resultar más irresistible “ya que con la eliminación de las cuestiones prácticas no solamente justifica el interés parcial de dominio de una determinada clase y reprime la necesidad parcial de emancipación por parte de otra clase, sino que afecta al interés emancipatorio como tal de la especie” (Habermas, 1989: 96-97). Ante este estado de cosas, los supuestos metodológicos del materialismo histórico se verían necesitados de una sustitución de la conexión fundamental entre fuerzas productivas y relaciones de producción por la relación entre trabajo e interacción. Sólo así puede hacer operativo el análisis crítico de *nuevas zonas de conflicto* como, por ejemplo, la opinión pública y el imaginario colectivo administrados por los *mass media* –zona ésta de importancia crucial por cuanto es aquí “donde la sociedad del capitalismo tardío tiene que inmunizar-

se por medio de la despolitización de la masa de la población contra la puesta en cuestión de la ideología tecnocrática de fondo” (1989: 108).

Es curioso observar cómo la filosofía moderna ha llegado a instaurar un régimen sólido de totalitarismo por parte de un (concepto de) sujeto que controla el mundo a través de su concepción de éste según paradigmas de identidad y autoconsciencia ideal, como sucedía en Descartes, al tiempo que una ideología tecnocrática invisible iba ganando terreno en la gestión política y económica de las sociedades. Seguramente la implantación y universalización del Estado no es ajena al privilegio idealista de premisas teóricas abstractas (noción de individuo, distinción entre lo privado y lo público, entre realidad y ficción...) que, excluyendo por principio toda significatividad de lo técnico y de lo material dialógico, consiguen justificar e imponer, enmascarándola, su condición tecnocrática opresora.

Mientras la revolución industrial del siglo XIX facilitó la sustitución de la fuerza física humana por artefactos como la máquina de vapor o el motor eléctrico, la actual revolución tecnológica actúa como sustituto en el terreno del pensamiento, de la mirada, de la escucha. Las motivaciones económicas, como también las políticas, de tales procesos en curso entran de lleno en el ámbito de la semiótica contaminándola, sacándola de sus casillas, de sus supuestas fronteras especializadas en tanto nueva *ciencia de los signos*, poniendo al alcance de la vista y de la mano sus implicaciones también ideológicas, sus múltiples formas de tomar partido.

Industria, tecnología y efectos de sentido

A la hora de abordar las relaciones entre la implantación social de determinadas formas tecnológicas y la (de)generación de determinados efectos de sentido vienen haciéndose imprescindibles las reflexiones en esta dirección de Walter Benjamin. Como Brecht insistiera en la necesidad de convertir en dialogicidad realmente comunicativa la unidireccionalidad propia de grandes *media* como la radio, el hincapié de Benjamin en las condiciones de accesibilidad popular y uso crítico de nuevas técnicas como el cinematógrafo permite asumir las consecuencias de dichas transformaciones desde posiciones no ya conscientes de su dimensión política efectiva sino radicalmente atentas a su “valor combativo” (Benjamin, 1990: 18). Su análisis da cuenta de cómo algunas prácticas significantes, con una amplísima difusión social y un soporte audiovisual tecnológicamente mediado, pueden operar efectos táctiles de choque en nuestros hábitos perceptivos de manera que reactiven e incluso reconduzcan, tan fisiológica como ideológicamente, los pulsos de agitación ya latentes en nuestra vida común. Pocos ejemplos resultarían más ilustrativos y desafiantes en este sentido como los ejercicios de montaje llevados a cabo por cierta vanguardia fílmica en la Rusia de los años veinte y treinta (Kuleshov, Vertov, Pudovkin...) o las potencialidades subversivas de algunos discursos y prácticas culturales populares como diversos géneros de la llamada música *rock* (Méndez Rubio, 1997).

Precisamente la evolución de la tecnología musical demuestra cómo, en pocas décadas, se ha pasado de la ejecución en directo a la reproducción mimética de éste con las primeras grabaciones en disco y, a través de avances específicos (estereofonía, dolby, sistemas digitales...) que produjeron un desplazamiento hacia la concepción de lo reproducido como *copia mejorada* respecto al directo, se ha llegado –desde mediados de los años sesenta– a grabaciones HI-FI, sin original, que intentan remedar los efectos de directo imposible (Talens, 1994: 7-8). Así sucedía ya, por ejemplo, en *St. Pepper's Lonely Hearts Club Band* de The Beatles (1967) y después, de forma extremada, en la promoción masiva del vídeo-clip. La significación política de este desarrollo, sin embargo, más que en el salto de técnicas de representación a técnicas de simulación –que, en último término, son inherentes a toda manipulación discursiva, esto es, a toda representación imaginaria– podría residir tal vez en el paso de un paradigma comunicativo basado en la interacción comunitaria en espacios públicos (como ocurría en las primeras manifestaciones del *jazz*) a un paradigma más previsible y de mayor pasividad y aislamiento en el ámbito de lo privado-doméstico. En todo caso, según este enfoque pragmático, la problemática puede ampliarse y los puntos de vista alternativos pueden enriquecerse. Por este camino, es posible constatar en qué medida las redes de influencia del poder establecido han calado en la estructuración real de los

comportamientos diarios y los entornos urbanísticos donde vivimos, es decir, se han hecho intangibles e invisibles pero no por ello menos eficaces, ayudándonos a comprobar en lo cotidiano un hecho cada vez más lleno de repercusiones: que "hoy más que nunca en el sistema capitalista actual el capital es un hecho sónico" (Ponzio, 1994: 8). Las apologías de una creciente individualización liberadora propiciada por la configuración existente de la nueva tecnología cultural dejan a veces de lado los diversos aspectos de la simultánea represión de lo interpersonal, de la progresiva reclusión del individuo en una privacidad autosuficiente (teletrabajo, teleocio, telescuola, telebanca...) y con frecuencia insolidaria. En otras palabras, no contemplan con detenimiento el alcance funcionalista y conservador de las contradicciones implícitas en el propio sintagma *individualización liberadora* tomado en términos absolutos.

Las relaciones variables y multicausales entre tecnología y efecto de sentido deberían, pues, saltar al primer plano de la reflexión, especialmente después de una década de intensas transformaciones como la de los años ochenta del siglo XX: la aparición de emisoras de radio FM multiplicaba la emergencia de espacios de recepción reducidos, los satélites hacían cada vez más posible la transnacionalización instantánea de información, y la expansión del periodismo privado o la privatización de la TV eran sólo anticipos de una tendencia general a la especialización y la creación de nuevas y selectivas redes comunicativas (Moragas, 1985: 22-23). Todo ello dentro de un marco de creciente pluralidad receptiva compensada con una mayor concentración y selección en el terreno de la producción. Concentración que se explica desde las necesidades de la producción industrial donde la tecnología comunicativa contemporánea se inserta. En este movimiento bipolar de diversificación receptiva acompañada de una concentración productiva en aumento radica, condensadamente, el conjunto de causas económicas de lo que, en el terreno de la cultura, podríamos llamar *efecto democrático*.

Una de las expresiones más claras de este efecto de democratización, casi una metáfora de sus presupuestos y su disposición real, la constituye la nueva tecnología audiovisual del entretenimiento que conocemos como *karaoke*. El karaoke, exportado desde Japón a todo el mundo, ha vivido y está viviendo en televisiones, *pubs*, domicilios y todo tipo de locales recreativos un éxito inaudito. Se diría que ha calado en un imaginario colectivo y un momento de la práctica social que le era y le son altamente propicios. A primera vista, varios ingredientes sustentan su irresistible *mecanismo de seducción*. En primer lugar, le es constitutivo un cierto *efecto de imprevisibilidad* en la participación—inherente al (efecto de) directo—lo que realimenta y reestimula continuamente las expectativas del público. Los principales componentes de su puesta en escena son éstos: un *monitor de tv en función de guía* que reproduce la letra de cada canción a la vez que la ilustra con una banda de imágenes con una cierta familiaridad temática; un *repertorio inofensivo* de canciones tomado de la tradición melódica o de clásicos del pop-rock: el/la *participante* que, entre nervios, torpeza y algunas dosis de aplomo excepcional, interpreta la canción siguiendo el avance en color del texto oral en la pantalla televisiva—*dispositivo que interpela a su vez al espectador invitándolo a ser también partícipe del espectáculo sin necesidad de moverse de su sitio*; el público que, entre sonrisas y vergüenza ajena, aplaude y con frecuencia aclama a quien canta en un pequeño y elemental escenario *ad hoc*. Al menos en Italia y España (Tele 5) su versión televisual incluye tres elementos más: la presencia de un presentador (masculino) que coordina la *selección de participantes*—ya prevista de antemano—, da la palabra (el micrófono, la posibilidad de hacer uso de ella) y complementa a veces la labor de apoyo de la pantalla—digamos— intradiegetica, esto es, refuerza y se contagia de su función de guía—invisible aquí puesto que dicha pantalla no aparece en el campo de las cámaras del programa, sustituida por la propia del espectador doméstico donde se ofrecen simultáneamente los mismos rótulos que ahora convocan a éste; la inclusión de segmentos de *publicidad* y *televenta* dentro y fuera—disolviendo esta frontera—del programa; por último, la repetición de los "momentos estelares" del programa, es decir, la autoexhibición o recreación de un *espectáculo que se espectaculariza a sí mismo* cada día en el marco de una ciudad distinta. La relación entre los participantes en la versión televisada se basa en el modelo clásico de concurso y competencia por aplausos, y termina con el encuentro de éstos y parte del público en el escenario donde el presentador resume y, cantando él mismo, clausura la representación.

Al hablar de determinados *efectos de realidad*, de la desintegración del signo que éstos incorporan, Barthes sugería que éste “está ciertamente presente en la empresa realista, pero de una manera en cierto modo regresiva, ya que se hace en nombre de una plenitud referencial, mientras que, hoy en día, se trata de lo contrario, de vaciar el signo y de hacer retroceder infinitamente su objeto hasta poner en cuestión, de una manera radical, la estética secular de la *representación*” (Barthes, 1987: 187). Mi propuesta sería realizar una lectura distorsionada, perversa, como al contraluz de estas palabras: reemplazar “estética” por “política” y leer términos como “empresa” y “representación” no ya desde el prisma de la teoría del discurso sino del de la teoría económica y política con la intención de comprender cómo la construcción del efecto democrático por cada uno de los elementos semióticos del karaoke (monitor de tv como guía, repertorio de temas melódicos ya conocidos, efecto fantasmático de imprevisibilidad, participación subordinada a esquemas prefijados, espectáculo autorreferencial...) puede *rimar* con las estructuras reales de la tecnología comunicativa y la actual democracia de masas.

La cuestión, desde luego, requiere un comentario más pausado y un tratamiento más amplio del concepto y las diferentes dimensiones materiales de lo que llamamos *democracia*. De momento, sólo sugerir la posibilidad de que las continuas invitaciones publicitarias a la pluralidad, la interacción y el riesgo estén promoviendo todo un *lifestyle* cuya continua movilidad y hasta excentricidad provoca y hasta “ordena una presión hacia los márgenes del orden, pero sin tocar el orden” (Calabrese, 1989: 72). En cualquier caso, la cuestión nos llevaría a los conflictos probables entre el diseño y la programación institucional de una determinada práctica tecnológica y los usos sociales que, de hecho, puedan hacerse de ella en contextos históricos particulares.

Por lo que se refiere a la condición industrial de las prácticas culturales más extendidas hoy, numerosos investigadores (ver, por ejemplo, la colección de ensayos reunidos por Hamelink (1981) o algunos de los más importantes estudios de Mattelart a partir del ejemplar *La cultura como empresa multinacional* (1974)) han subrayado detalladamente las conexiones entre el complejo *comunicación/industria* (control del capital financiero, control tecnológico, control de los canales hacia los mercados o *marketing*) y el *complejo militar/industria* como fuente prioritaria de inversiones. Hay ocasiones en que los casos extremos señalan aspectos de una situación difíciles de observar en su dinámica regular y corriente. De este segundo complejo y sus repercusiones en el ámbito comunicativo se apuntan a menudo casos como los de la introducción en el mercado del micrófono eléctrico (1920) por dos oficiales de la armada británica entrenados en la Primera Guerra Mundial o la difusión social, patentada en EEUU, de la cinta electromagnética de audio (cassette) tras haber sido puesta a punto por ingenieros alemanes en el segundo gran conflicto armado de este siglo. Los ejemplos, que podrían multiplicarse con la investigación en las tecnologías usadas en frentes como Vietnam o el Golfo Pérsico, indican, de forma a veces sobrecogedora, “lo cerca que está el campo de la guerra con el de la diversión. Los que programan la fabricación del futuro a través de sus hoteles, sus *boites*, sus compañías aéreas, son los dueños del imperialismo militar y los propietarios de la libertad de prensa” (Mattelart, 1974: 134-135).

Límites y fisuras

En la sociología crítica de la comunicación de masas son habituales términos como *opresión*, *agresión*, *invasión* o *dependencia*. En ese marco, como señala Hamelink, sería más acertado hablar de *aldea empresarial* que de *aldea global*, visto que aquí “el complejo comunicación/industria es un elemento vital. Domina el proceso dialéctico entre la conciencia humana y la infraestructura económica, en forma tan amplia que se hace difícil discernir si la gente consigue lo que quiere o quiere lo que consigue” (Hamelink, 1981: 204). Según este punto de vista, la relación entre industria y cultura conlleva históricamente dos líneas de efectos: por una parte, la construcción mercantil de un consenso social fundado en valores como la propiedad privada, el beneficio privado, la eficiencia, la instrumentalización como forma dominante de racionalidad, la especialización de los saberes, la competencia profesional o el individualismo; por otra, la proyección de formas simbólicas homogeneizantes, depen-

dientes de una producción menos orientada al uso que a las leyes del intercambio que apelan al fetichismo de la mercancía. Esta red de interdependencias, si bien no tan homogénea ni mecánica como parece a primera vista, traza una especie de *lógica dominante* que explica acontecimientos tan puntuales como significativos.

Otro ejemplo: Gulf & Western Industries comenzó a desarrollar sus actividades a lo largo de los años sesenta en EEUU introduciéndose en la producción para la industria automovilística, aeroespacial y electrónica. En 1967 amplió secciones para crear, entre otros, su departamento agrícola y su departamento recreativo (Leisure Group) que incluía ya la Paramount Pictures Corp. y los estudios de televisión Desilu Productions Inc. En 1968 consolidó su posición en el campo de la televisión por cable e ingresa en nuevas ramas como la tabacalera, la papelera y la turística. En los primeros setenta obtuvo acciones en la industria deportiva, productoras de carbón, petróleo y gas natural y la edición de textos educativos. En 1985 sus relaciones con la cadena de televisión pública WNET se deterioraron hasta el punto que ésta perdió su contrato con aquélla tras la emisión del documental "Hambre por lucro" (*Hungry for Profit*) sobre cómo las multinacionales se hacen con inmensas extensiones de terreno en el Tercer Mundo.

Este último ejemplo insinúa una nueva dimensión del problema: la existencia –no sólo intra sino internacional– de un entretreído oligopólico de intereses industriales y estatales. Esta estructura concentrada de poder económico y político, de complicidad entre poder económico y poder político, de mercado y estado, queda difuminada en el uso de expresiones asépticas del tipo "era tecnocrática" (Brzezinski) y similares así como puede contribuir a explicar, de entrada, hasta qué punto el tópico del misterio de las nuevas tecnologías –esa especie de *segundo Dios* omnipresente, omnisciente y omnipotente del que hablaba Schwartz (1983)– no es sino un síntoma real de la falta de control y accesibilidad popular, radicalmente plural, que aquí puede detectarse. Como ocurre con el celebrado lema del *free flow*, en palabras de Terence H. Qualter, "los procesos políticos de una democracia liberal moderna, en un entorno urbano masivo, con acompañamiento de los medios de comunicación y la publicidad de consumo masivo, impiden la realización de sus propios ideales. Se podría tener incluso la sensación de que el propio término *democracia liberal* crea una paradoja, pues el orden económico capitalista liberal está, fundamentalmente, reñido con el orden político igualitario" (1994: 207). A esto habría que añadir, si se trata de actualizar la reflexión, que el régimen de alianzas entre intereses estatales (públicos: administrativos, militares...) e intereses industriales (privados: tecnología, entretenimiento, comunicación...) –una de cuyas más altas cimas ha sido el caso de la compañía RCA (Hamelink, 1981: 68)– se ha debilitado en los últimos quince años en favor de la prioridad del mercado promulgada por gobiernos con un papel internacional crucial como los de Margaret Thatcher y Ronald Reagan.

El auge reciente de tácticas neoliberales que, en países de todo el mundo, vienen redefiniendo el papel de los factores políticos, industriales y culturales en los procesos de diseño de la *ingeniería del consenso*, pone abiertamente de relieve la necesidad de comprensiones y actitudes interesadas en redistribuir socialmente estos procesos a partir de situaciones concretas –pues, como concluye Armand Mattelart sus análisis de la institución publicitaria contemporánea, en este contexto, "si los hombres nacen iguales ante la ley, no nacen iguales ante el mercado, y esa desigualdad pone constantemente en peligro el ejercicio de la soberanía del ciudadano y de los pueblos" (1991: 130). En este sentido, tanto las proclamas como las acusaciones continuas de *mercantilización de la cultura* deberían, de cara a una investigación de utilidad revolucionaria, preocuparse por las posibilidades de tensión y conflicto deducibles del uso social de los conceptos de *cultura* y de *mercancía*. Sólo así parecen pensables y practicables algunas salidas de las tendencias tanto a concepciones elitistas de la cultura como a visiones apocalípticas de la historia o al totalitarismo –a menudo y literalmente– criminal del mercado tal y como hoy lo conocemos.

En su ensayo breve "La metamorfosis de mercancías culturales" (1994), Paul Willis arranca desde una noción amplia de cultura –en la línea de Williams y los *cultural studies*– como serie de modos discursivos y prácticos en que distintos grupos sociales (re)organizan sus condiciones de vida para, así,

entender el mercado como terreno mediador de experiencias culturales al que es posible preguntar, más allá del consumo masivo y la producción oligopólica, por nuevas condiciones para la diversidad y la transformación. Willis comienza recordando la crítica marxiana del fetichismo fascinante de la mercancía en tanto forma alienada de los procesos humanos y elemento central en las dinámicas de acumulación de capital a través de la circulación y el intercambio, esto es, en tanto preconditionado de plusvalía. Siguiendo a Marx, las mercancías orientan el deseo, lo seducen, ideadas explícitamente más hacia el futuro del consumo individual que hacia el pasado de su producción colectiva. En esto radica su función enajenante, funcional al mantenimiento del sistema económico establecido.

Con todo, Willis opina que es preferible el fetichismo de la mercancía, en todo caso reubicable en circuitos diversos de uso y sentido, a la estetización artística de prácticas significantes que termina instituyendo campos culturales fijos y jerárquicos. Después de todo, el circuito del capital puede ser entendido como *circuito de transformación de mercancías*. Las posibles fallas de éste quedan garantizadas por el valor de uso. Las mercancías culturales, sin embargo, sólo pueden estar hechas antes de ser vendidas y corren frecuentemente riesgos enormes de estancamiento (sólo un 1% de discos y films acaba siendo rentable). Por esto mismo, el mercado se inunda de homogeneidad repitiendo *ad nauseam* géneros estandarizados y las fórmulas de triunfadores ocasionales, así como también produciendo multitud de items indiscriminadamente. Es decir: si por *sentido* entendemos el efecto de toda comprensión material dialógica, la forma-mercancía atenta contra el sentido pero necesita incorporarlo de alguna manera en su forma cultural. Como ejemplos podrían aducirse el sentimentalismo y las facilidades de lectura en géneros como la música *pop*, el cine comercial de Hollywood o las proliferrantes telenovelas.

La acumulación de capital exige una continua revalorización no sólo del valor económico sino del significado de las mercancías. Por esta vía encuentra Willis una *contradicción fundamental en las mercancías culturales*: frente al análisis marxiano, el valor simbólico de las mercancías culturales no desaparece, no puede llegar a consumirse/consumarse nunca totalmente; la resistencia material y abierta del lenguaje lo impide. Aquí es más adecuado hablar entonces de *consumo productivo* por cuanto procura una transformación en las personas y sus relaciones así como un aumento de valor por inserción en prácticas reales y contextos concretos. Éste es el caso de prácticas no institucionales, no oficiales —como diría Bajtín—, que Willis llama “intercambios informales en grupos informales y protocomunidades” (1994: 183). La necesidad de que las mercancías culturales recuperen la “cultura viva” de calles y barrios es, cuando menos, una de las formas de respuesta al continuo “saqueo de la cultura informal por razones económicas” (184). Es cierto que el consumo programado por el capitalismo avanzado busca hacer del objeto alienado un objeto de pertenencia y posesión, pero esto no impide, sobre todo en lo que se refiere a mercancías culturales, que se dé una decidida invitación al uso —como quiere Benjamin— subversivo, transformador del aura intocable en accesibilidad política, en liberación. De forma desafiante, “las mercancías culturales tienen que tratar de significados sociales y conexiones pero no imponer un significado particular. Están completamente desprovistas de vigilancia semiótica organizada (aparte de los imperativos de la forma-mercancía misma). [...] Ofrecen comunicación pero no *con autoridad*” (185).

Entendiendo por *revolución* un proceso de transformación social no violento, tan continuo y paciente como radical en sus premisas y efectos, el valor revolucionario de cualquier mercancía cultural reside en la inagotabilidad no aurática, no elitista, no jerárquica, no homogénea, de sus usos. La capacidad crítica y creativa de la cultura popular procede justamente de sus modos no sólo de reflejar sino de (re)articular la realidad en tanto “producción colectiva múltiple” (Willis, 1994: 196) en y a través de signos en tensión que movilizan las distancias y relaciones entre poder simbólico y poder real, entre inestabilidad semiótica e inestabilidad social, entre crisis y transformación cultural y crisis y transformación política. En su base, “no sólo los significados de los bienes sino también de amplios sistemas de representación social pueden ser desafiados, apropiados, adaptados a los propósitos dentro del funcionamiento de la producción cultural informal” (197). Los procesos (de)constructivos de una cultura (en) común, plurilógica e igualitaria, en continua reapertura y movilidad, son índices de poten-

ciales humanos que, conscientes o no, desbordan las previsiones y el control de la programación social capitalista hasta el punto que ésta, al menos en el caso de sus industrias de la cultura, depende constantemente de la absorción filtrada y el relanzamiento no conflictivo de los productos de aquélla. Sólo en los últimos años han empezado a desarrollarse investigaciones que sugieran en qué medida esto ha tenido lugar en la historia de muchas formas de la música popular contemporánea (jazz, blues, rock'n'roll, punk, hip hop...).

Volviendo al problema de la tecnología, podría observarse cómo éste se hace inseparable del sentido y la práctica cultural así como de los posibles controles de su uso. Vistas las cosas de este modo, es lógica la operación de control sobre las tecnologías de producción y de consumo que llevaron a cabo la Gramophone Company y la Columbia Gramophone cuando, en 1931, constituyeron un consorcio discográfico ejemplar desde entonces como *Electrical and Musical Industries Ltd.* (EMI). Por otra parte, tal operación seguramente no habría podido llevarse a término sin la comercialización del gramófono en los últimos años del siglo XIX, cuya calidad de sonido y dificultad para obtener copias ilegales de los discos fueron determinantes para mostrar su superioridad técnica y empresarial sobre el fonógrafo inventado por Thomas Edison. O sin la aparición comentada del micrófono eléctrico que, ya en la tercera década del siglo XX, permitía la conversión del sonido en señales electromagnéticas y una mayor flexibilidad en los procesos de grabación de estudio. También en este camino, como sugiere Negus (1992: 20-37), las grabadoras de varias pistas en los años cincuenta, la experimentación con mezclas a finales de los sesenta así como las posteriores tecnologías de grabación digital, la computerización en sintetizadores (sistema MIDI) o la más reciente transmisión por satélites y fibra óptica (cable) han ido reorganizando y flexibilizando los paradigmas espacio-temporales de la ejecución y la escucha. La existencia de la mediación técnica, de un determinado instrumental, se ha dado siempre—desde la lira de Orfeo hasta el piano de Beethoven—y parece orientarse hoy tanto hacia la hegemonía del monologismo—véase el éxito del *walkman* de Sony— como hacia un carácter distinto del diálogo—p. e. el sistema *modem* o el caso Internet. Entre la tecnofobia y la tecnocuforia, Negus nos ayuda a considerar el problema menos como un problema de la tecnología *en sí* como un debate sobre sus formas de uso y las funciones sociales de su invención, regulación y difusión.

Lo comercial, en sentido general, es un hecho más que un criterio de pertinencia *per se*. En la historia de la industria del disco todo riesgo tiene un precio no sólo para los intérpretes sino también para la propia institución o aparato comercial: “the high failure rates provide continual spaces for new artists and staff to participate in the composition and communication of popular music” (Negus, 1992: 153). Como síntoma de estos riesgos difíciles de controlar totalmente, en junio de 1995, Michael Fuchs, el nuevo presidente de la división musical de Time Warner (propietaria a su vez de las firmas Warner Bros., Atlantic, Elektra y American Recordings) se veía obligado a despedir al directivo que contrató a los *raperos* más polémicos. La presión de la ejecutiva de la compañía y de algunos cargos políticos, como el senador Robert Dole, habían hecho insoportable la situación. Fuchs declaraba públicamente: “Me han nombrado para restablecer el orden” (Agencias, 1995: 39). Lo sucedido no es tampoco una novedad. Y el restablecimiento represivo de un orden dogmático sólo es necesario donde existe un conflicto que lo amenaza. El que este conflicto rara vez sea visible ni audible debería ponerse en relación con la cuestión de la propiedad, la ideología y las prácticas de filtraje de contenidos en los medios de información más importantes.

Contra el imperativo, en fin, del éxito comercial como criterio de juicio y de valor, habría que tener en cuenta que un análisis específico de las rutinas de una industria como la discográfica enseña, tomada en su trabajo diario y su red de relaciones interpersonales, que en absoluto se trata de un artefacto mecánico y lineal—como tal vez sus responsables pretendieran— sino, más bien, de un ámbito de conflictos que también prefigura y depende de los grados de conflicto puestos en marcha por el consumo como lugar activo, atravesado por implicaciones éticas y políticas. *Re-organización*, tanto la hasta ahora registrable como la todavía por inventar, no significa sólo inercia o repetición renovada de lo mismo sino también puesta en crisis, apertura a lo diverso y hasta a lo imprevisible. Significa que la tecnología, como parte activa de los procesos culturales y sociales, no pertenece al ámbito de lo

natural, es decir, de lo incontrolable e inmutable, como puedan hacerlo en última instancia una tormenta o la ley de la gravedad. Significa lugar para el cambio y para la acción humana que encuentra tal vez en su propia incertidumbre un motivo de esperanza.

Referencias bibliográficas

- AGENCIAS. (1995). "Las críticas de políticos contra el rap repercuten en las casas discográficas", *El País* 23/VI/1995, p. 39.
- BARTHES, R. (1987). "El efecto de realidad", en *El susurro del lenguaje*. Barcelona, Paidós, pp. 179-187.
- BENJAMIN, W. (1990). "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica", en *Discursos interrumpidos I*. Madrid, Taurus, pp. 15-57.
- CALABRESE, O. (1989). *La era neobarroca*. Madrid, Cátedra.
- ELLIOTT, D./ELLIOTT, R. (1980). *El control popular de la tecnología*. Barcelona, Gustavo Gili.
- HABERMAS, J. (1978). *Teoria e prassi nella società tecnologica*. Bari, Laterza.
- HABERMAS, J. (1989). *Ciencia y técnica como "ideología"*. Madrid, Tecnos.
- HAMELINK, C. J. (1981). *La aldea transnacional (El papel de los trusts en la comunicación mundial)*. Barcelona, Gustavo Gili.
- MATTELART, A. (1974). *La cultura como empresa multinacional*. México, Ediciones Era.
- MATTELART, A. (1991). *La publicidad*. Barcelona, Paidós.
- MÉNDEZ RUBIO, A. (1997). *Encrucijadas. Elementos de crítica de la cultura*. Madrid, Cátedra.
- MORAGAS, M. de (1985). "Introducción: Transformación tecnológica y tipología de los medios. Importancia política de la noción de ámbito comunicativo", en MORAGAS, M. de (ed.): *Sociología de la comunicación de masas (IV. Nuevos problemas y transformación tecnológica)*. Barcelona, Gustavo Gili, pp. 11-33.
- NÉGUS, K. (1992). *Producing Pop (Culture and Conflict in the Popular Music Industry)*. London, Edward Arnold.
- PONZIO, A. (1994). *Poder de la comunicación y comunicación del poder*. Valencia, Episteme/Eutopías.
- QUALTER, T. H. (1994). *Publicidad y democracia en la sociedad de masas*. Barcelona, Paidós.
- SCHWARTZ, T. (1983). *Media: The Second God*. New York, Anchor Press/Doubleday.
- TALENS, J. (1994). *Escritura contra simulacro*. Valencia, Episteme/Eutopías.
- WILLIS, P. (1994). "La metamorfosis de mercancías culturales", en AA.VV.: *Nuevas perspectivas críticas en educación*. Barcelona, Paidós, pp. 165-206.