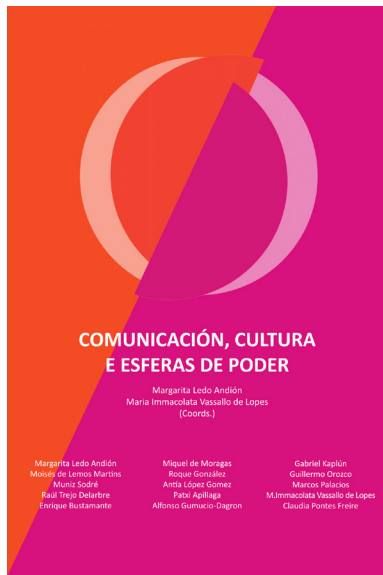




LA CULTURA ES PODER

BARRANTES CHAVARRO, Mauricio. *Universidad del Rosario (Colombia)*

barrantes.mauricio@urosario.edu.co



Comunicación, cultura y esferas del poder aglomera las ponencias más destacadas del XIII Congreso Internacional IBERCOM, realizado en Santiago de Compostela en 2013, escenario en el que profesionales de distintas corrientes de investigación abordaron los desafíos más significativos entorno a la comunicación, la cultura y el poder. El texto, coordinado por Margarita Ledo Andión y María Immacolata Vasallo de Lopes, constituye un gran aporte académico para la sociedad actual dado que penetra en cuestiones imprescindibles como lo son las políticas públicas del sector cultural, la construcción de ciudadanía y los cambios en los medios de comunicación.

La propuesta de este libro acompaña y complementa acercamientos previos sobre la importancia de los medios y de los ciudadanos en un entorno tecnológico como el actual, que van desde lo escrito por Jesús Martín Barbero en *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía* (1998), el cual insta a desentrañar la relación entre comunicación, cultura y política; pasando por Manuel Castells, en *Comunicación y poder* (2009), donde se tocan conceptos tales como el nuevo espacio público, las

redes sociales, la comunicación en la era digital, con casos en los que se deja ver que Youtube o un simple mail son fuertes herramientas políticas; hasta algo más contemporáneo, como *The power of the internet in China: Citizen activism online* (2013) de Guobin Yang acerca de cómo Internet es usado en ese país para hacer activismo en línea en temas de 'identity politics' y de lucha contra la opresión y la explotación.

En el caso del libro reseñado, se trata de 13 ponencias, que en medio de su diversidad temática y lingüística —se pueden encontrar textos en español, portugués, inglés y gallego— logran estar cohesionadas para consolidar un documento de gran utilidad para la investigación en comunicación.

Cabe señalar que *Comunicación, cultura y esferas del poder* es un homenaje a Octavio Getino, por lo que no se pueden dejar a un lado los intereses que acompañaron la prolífica vida académica de este argentino, nacido en España. Getino cobija con su nombre la presente publicación, y es preciso retomar textos obligados de su bibliografía, como *Economía, cultura y comunicación* (1995) o *Cine y televisión en América Latina: producción y mercados* (1998), para entender lo que él mismo denominaba en ese entonces como asuntos a abordar con urgencia y que, en su gran mayoría, son tenidos en cuenta en esta recopilación de IBERCOM.



Como ejercicio para facilitar la lectura y tomando como base de inspiración los textos previamente nombrados de Octavio Getino, las ponencias pueden ser clasificadas en tres secciones: la dimensión económica de la cultura, las políticas públicas del sector cultural y de las comunicaciones; y por último, las herramientas de construcción de poder con las que cuentan la ciudadanía y los medios.

En el primero de los casos y bajo una mirada inductiva, se puede asumir que cuando Getino habla del “entramado económico de las industrias culturales...” (1995), propone el debate de la relación entre mercado y cultura. En consonancia con lo anterior, en la ponencia número uno, Moisés de Lemos Martins, que se formó hasta nivel de doctorado en sociología en Estrasburgo y se desempeña como catedrático de la Universidad de Minho desde 1998, retoma a Habermas, Lyotard y Benjamin para abordar la relación de temas como el espacio público y la opinión pública; además de la tensión de los medios de comunicación con la ciudadanía y las esferas de poder, en un proceso en el que se ayudan a conformar los bastidores de la relación entre cultura y mercado.

Este es el eje en las primeras ponencias, el hilo conductor que une el punto de vista de Lemos Martins con el de Munis Sodré, profesor de la Universidad Federal de Rio de Janeiro, quien en “Mídia y ciudadanía” deja ver que los medios de comunicación están inmersos en la lógica del mercado, con lo que pensar su relación con la ciudadanía, desde el tema de los derechos sociales, es cada vez más difícil. Más aún cuando la dimensión de la televisión como instrumento de poder, se alimenta de su utilidad comercial, en su concepción física como electrodoméstico, y también en la carga de contenidos audiovisuales que transmite.

Siguiendo la versatilidad de las ponencias, Raúl Trejo Delarbre, doctor en Sociología de la Universidad Nacional de México, cuestiona el tema de los medios de servicio público en radio en “Por qué son públicos los medios de servicio público (y por qué algunos dejan de serlo)”. De esta forma el lector encuentra elementos, que pese a que por momentos parezcan disímiles, responden a un mismo debate. En este caso, quien haga un ejercicio serio de recepción de los contenidos propuestos, logra reflexionar en torno a cuestiones como la importancia de los medios estatales, su función ante la ciudadanía y la influencia de los sectores político y económico.

Precisamente acerca de la influencia política en los medios, entra a acompañar el documento la ponencia de Guillermo Orozco Gómez, que toma casos de la televisión mexicana para hablar de los peligros de mezclar ficción y realidad, más cuando el contrato con el espectador, en formatos como telenovelas, hacen que se esté menos prevenido para poder evitar mensajes que busquen influir en los imaginarios colectivos.

Ahora bien, las políticas públicas es uno de los temas por el que más se reconoce a Octavio Getino, algo que se puede comprobar al observar la bibliografía del autor. La preocupación por el fomento de políticas que respondan a las necesidades de los Estados, principalmente en temas culturales, describe hacia donde están encaminadas las ponencias de Enrique Bustamante y Roque Gonzáles, las cuáles analizan desde distintas situaciones —políticas culturales en Europa y políticas cinematográficas en Latinoamérica— la forma en la que las políticas culturales han influenciado a la cultura y al cine, respectivamente, ligado al contexto económico y social en el que están enmarcadas.

En este punto el lector ya asume que se encuentra ante una serie de textos que buscan ahondar en el tema de la comunicación, la cultura y las esferas desde el punto de vista, tanto de la ciudadanía, como del Estado. Y es que según el teórico Andrew Heywood (1998) un gobierno logra construir una relación positiva o negativa con la sociedad que representa, en la medida en que las políticas públicas sean efectivas. Por eso resulta fundamental lograr una sintonía con la ciudadanía acerca de los esfuerzos que se realizan en todos los temas, incluyendo a los que hacen referencia Bustamante y Gonzáles.



En el grueso de las ponencias, el libro llega a su punto más álgido de discusión y desafío para el lector cuando se desarrollan las distintas herramientas de construcción de poder con las que cuenta la ciudadanía a nivel cultural. Es, además, la forma de ubicar uno de los desafíos más interesantes en la actualidad, que tienen que ver con las alternativas con las que cuenta la población para generar transformaciones sociales con elementos de fácil acceso, como es Internet, y como puede llegar a ser el cine comunitario.

Sin entrar a describir con profundidad cada uno de las ponencias que componen esta parte del libro, sí es imperioso señalar los elementos que reflejan la diversidad de contenidos de todo el documento y en especial la de esta parte final. La movilización a través de Twitter y la necesidad de espacios abiertos de comunicación redefinen conceptos como el de ciudadanía y configuran la forma como el individuo se relaciona con su espacio.

De igual forma, se pueden encontrar ponencias que toman casos específicos de comunidades para tratar asuntos de gran profundidad. La acción política comunitaria a través de pequeñas cinematografías, la discusión de políticas culturales con minorías lingüísticas (caso del idioma euskara) y el uso de nuevas tecnologías en la educación, con los cambios pedagógicos y comunicacionales que ya se están presentando, son algunos de los casos, que autores como Patxi Azpillaga, Alfonso Gumucio-Dragon, Antía López Gómez y Gabriel Kaplún utilizan para configurar un debate provechoso acerca de lo que pasa en la sociedad actual, con los cambios tecnológicos, políticos y culturales que se intensifican cada vez más.

Así mismo, el poder considerar a la web como un medio capaz de ser más inmediato que la radio y la televisión implica cambios en la forma en que el ciudadano reacciona ante los acontecimientos, el cual se va trasladando a espacios en línea. Estos artículos resultan una buena forma de ligar las discusiones tradicionales acerca de poder y ciudadanía con los cambios en formas de producción de contenidos y las maneras en las que se construye la memoria y los tipos de comportamientos de consumo. En cualquiera de los casos, resulta muy útil, para investigadores y estudiantes, el considerar estas ponencias en el marco global de este libro.

Comunicación, cultura y esferas de poder funciona como un perfecto rompecabezas, en el que la unión de cada una de las piezas va dilucidando un producto académico sólido y diverso que no se queda apenas como documento de un congreso más de IBERCOM. Por el contrario, la lectura que se le puede dar a este libro responde a la inmensidad de las palabras que componen su título: investigación en comunicación, investigación en cultura e investigación del poder, los cuales son universos en sí mismos, con millones de vertientes que permiten encontrar pares en cualquier lugar del mundo. Por eso es que el idioma universal no se escribe con una sola lengua, característica de esta publicación de 4 idiomas, que en vez de ser limitante demuestra la riqueza cosmopolita que también se puede encontrar en un texto.

Datos del libro

Título: Comunicación, cultura y esferas de poder

Lugar y año: Sao Paulo, 2015

Editorial: Sacaúntos

ISBN: 9788572051309