

Rowland Lorimer

Moitas das cuestións principais que expuxemos neste libro (o avance técnico, a condición postmoderna, os sistemas de emisións públicas nacionais, as industrias culturais, os modelos de propiedade, o profesionalismo e a xeopolítica) xúntanse con elementos máis xerais da política, a economía e a cultura para produci-lo que se chamou a política da identidade cultural. A identidade cultural fúndase nos patróns de intercambio de información.

No terceiro párrafo deste libro xa indicamos un patrón de intercambio de información: “alá onde a fala é o único de medio de comunicación o grupo é pequeno e as interaccións cara a cara definen e organizan a envergadura da vida social.” Sexa como for, na vida moderna hai un patrón moi diferente de intercambio de información. O máis salientable é a súa multiplicidade en termos de conxuntos e procesos comunicativos. A comunicación na vida moderna non só impregna as moitas dimensións da vida social, senón que combina a fala cos libros, xornais, revistas, televisións, rexistros sonoros, filmes, telégrafos, radio, teléfonos, ordenadores, procesadores e transmisores de datos, satélites, correo electrónico, pantallas electrónicas de anuncios, videotexto, bases de datos sanitarias e de seguros, servizos de venda electrónicas, información das tarxetas de crédito, bases de datos do goberno e cousas parecidas. As comunicacións, logo, non só son máis complexas, senón que tamén os fundamentos de grupos sociais son moitos e variados. Os veciños, compañeiros de traballo, os grupos comunitarios e políticos, os grupos de pais de alumnos, subscriptores e fans, baséanse todos en diferentes conxuntos de información e en distintos procesos de comunicación. Os veciños defínense polo espazo xeográfico e comunícanse primordialmente cara a cara. Os grupos de discusión na rede están definidos polo acceso a redes electrónicas, son en certa medida inmunes ás variables espaciais e usan só terminais de ordenador e texto (tanto na pantalla coma no papel) para a comunicación (o vídeo está chegando, a voz está controlada polas compañías telefónicas). En contraste, outros grupos poden definirse pola experiencia educativa e usan unha variedade ampla de instrumentos de comunicación. Os grupos profesionais poden implicar patróns comunicativos fundados na interacción cara a cara, no contacto cos colegas do centro, na interacción grupal e telefónica con colegas locais, no intercambio de información entre grupos de subscriptores de revistas profesionais, nas asociacións nacionais e internacionais, nos grupos de especialistas e cousas parecidas. Alén dos grupos todos os que somos conscientes de pertencer, están aqueles que poden ser identificados por outros. As compañías que mercan paquetes de información baseados en patróns de consumo indicados polo uso da tarxeta de crédito ou información sanitaria, listas de subscriptores e bases de datos gubernamentais poden agruparnos nunha categoría da que somos absolutamente inconscientes. Poden facernos unha oferta fundándose niso.

A multiplicidade de conxuntos de informacións e de procesos de comunicación leva, na vida social, a que se constituán nacións a partir dunha variedade de individuos dunha multitude de contornos diferentes dos que cada un, en termos de vida diaria, ten identidade cultural polifacética. Unha persoa, logo, ó se erguer pola mañá, pode desenvolver-lo papel de nai cunha identidade de traballadora no seu posto, pensando en como ela e maila súa familia comezan o día. Únese a un grupo de viaxeiros de tren de camiño á oficina, servida tanto polo sistema de transporte coma polo interese dalgúns publicitarios. Durante o día, no desenvolvemento do seu traballo, pode actuar a xeito de membro dun grupo de iguais, a xeito de profesional, xefe, cidadán, usuaria de prendas Doc Marten, subscriptora dun boletín electrónico, e cousas parecidas. Dito en poucas palabras: vivimos unha vida que ás veces é de identidades cambiantes minuto a minuto. Se a cuestión que houbese que preguntar é “cales son os elementos dominantes da túa identidade cultural”, quen sabe o que podería responder cada individuo? Dous individuos que vivisen vidas semellantes poderían doadamente responder de xeito diferente.

Para cada proceso social hai unha política, unha dinámica de poder, unha rivalidade entre distintas influencias. Hai, logo, unha política da identidade cultural, unha contestación á influencia. Durante algún tempo, abofé que durante todo o século vinte, esa política de identidade cultural alén da familia e do local tivo un carácter fortemente nacional. Unha colectividade primaria á que os europeos e estadounidenses adoitaron referirse é a nación. (Contrástese coas lealdades tribais ou étnicas, que fan difícil para os africanos e outras nacións europeas, como é o caso de Iugoslavia, sobrevivir). Malia as excepcións, alén da experiencia cara a cara, son moitas as persoas que se consideran pertencentes a unha nación. Tiveron unha identificación ben fonda co seu país. Tales lealdades non son accidente ningún (dende o momento

¹ “A closing note: communication and cultural identity” en R. Lorimer with Paddy Scannell, *Mass Communications. A comparative introduction*, Manchester, Manchester University Press, 1994, pp. 281-285.

en que o noso nacemento se rexistra, somos oficialmente cidadáns dun país e estamos vinculados ás súas institucións).

Porén, o entorno informativo está a muda-lo equilibrio de lealdades e, daquela, a dinámica da identidade cultural. O máis salientable é que as lealdades ós estados-nación parecen estar a se debilitar. Nalgúns casos, está a xurdir un novo consumismo no que mercar barato é máis importante do que mercar produtos do propio país. Noutros casos, o que está a medrar é unha etnicidade que foi suprimida, poño por caso no leste de Europa. Na Unión Europea, as leis de mobilidade dos traballadores están a se combinar co reforzo das lealdades ó posto de traballo para enfatiza-la lealdade á empresa e a Europa máis grande. As conexións entre o expatriados e entre as comunidades de orixe, no fenómeno dos fans, nomeadamente das formas musicais e dos equipos deportivos, na formación de audiencias que son respostas á especialización do mercado de revistas e nomeadamente de canles de televisión, desatenden todas as fronteiras nacionais.

Que papel xoga a comunicación? En termos xerais, como indica o exemplo das canles de televisión e das revistas, a comunicación contribúe a unha nova política da identidade cultural por medio da reforma das audiencias. A desaparición ou debilitamento dos monopolios nacionais de televisión, das industrias filmicas nacionais, dos xornais nacionais, das revistas nacionais e das casas editoriais e a substitución por entidades globais ou transnacionais, algunhas xerais pero as máis delas especializadas, polo menos no mundo desenvolvido, ten unha influencia substancial. No contorno informativo o consumidor individual, o profesional, o negociante e outros semellantes, ven como se lle ofrecen servizos máis en termos de consumidor, profesional ou negociante do que en termos de cidadán ou habitante do lugar. Mentres que certas institucións (o estado, o parlamento, as escolas ou que queda das corporacións de emisións públicas), prestan servizo á cidadanía, as industrias culturais, nomeadamente cando son industrias de entretemento, fan iso cada vez menos. Os satélites de televisión, os filmes e as industrias discográficas, por nomear tres exemplos claros, serven a grupos de gustos de consumidores que se desenvolveron e definiron por medio das formas de produción do sector do entretemento. Hai fenómenos paralelos baseados no espazo. Los Angeles é a terceira cidade máis grande dos Estados Unidos de América. As transaccións financeiras europeas están centradas en Londres. As negociacións político-económicas europeas céntranse en Bruxelas. A terceira industria editorial en lingua inglesa está en India. Máis una vez, enclaves, mais non se trata de enclaves de produción.

A recomendación dos ecoloxistas de “pensar globalmente e actuar localmente”, que alenta unha identidade cultural transnacional, colle un senso diferente neste contexto. Na medida en que as institucións nacionais vanse debilitando por causa da integración económica e maila emigración, os individuos poden facer ben en se orientar atendendo ó lugar en que viven e ó ancho mundo, prestando menos atención ós gobernos nacionais que teñen moi limitadas competencias para actuar decisivamente. Os cidadáns do mundo desenvolvido poden permitirse o que non poden facer os campesiños brasileiros: preocuparse polo bosque húmido brasileiro. As feministas do mundo desenvolvido están política e culturalmente emancipadas dabondo para se preocupar pola posición das mulleres no mundo todo.

O remuíño dos elementos cambiantes nas identidades culturais e na súa política correspondente expúxoas críticamente nun contexto particular Richard Collins (1990). Mantivo que non está probado que para que as nacións manteñan existencia continuada dependan da congruencia das institucións políticas, da estrutura da economía e da produción cultural. Argúe esta posición por medio dun estudo de caso do Canadá, indicando que os canadenses, dende a chegada das emisións públicas, primeiro oíron e logo viron tanto programación estadounidense como canadense, e abofé que máis se nos centramos nas emisións de entretemento e na programación dramática. Sexa como for, Canadá sobrevive. Eu desafíei esa interpretación do Canadá e mailo seu contorno comunicativo noutra obra (Lorimer, 1991). Porén, máis importante ca saber se Collins está no certo, é a súa análise de que o cambio nas industrias de comunicación –que pasaron de ser institucións de propiedade e servizo público establecidas por mandato nacional a entidades comerciais transnacionais (cambio que se alenta por medio de leis e políticas nacionais (cf. Lorimer e O'Donnell, 1992)- está a cambia-las paisaxes culturais locais, nacionais, e internacionais e, daquela, as identidades culturais.

En sociedades caracterizadas por construír lealdades ó grupo e a ideoloxía dominante (a clase media branca e anglicana) moitos son marxinados, ás veces dun xeito que repugna ó sentido común por medio da limpeza étnica. Nunha dinámica comercial orientada ós mercados segmentados, e nunha sociedade que afirma o pluralismo, a marxinalidade pode parecerse máis a un a nodo nunha rede neural : un punto no que certas informacións e realidades se procesan, tratan e retrolimentan esa rede neural, que non está dominada por un control central de xerarquía superior. En todo caso, os grupos marxinais de non consumidores pode que non reciban tipo ningún de atención e servizos e poden, logo, atrofiarse. (Non se pode deixar todo en mans do comercio). A cuestión importante é que o atractivo da emerxente política da identidade cultural non está predeterminada pola súa estrutura (quere dicir, pola descentralización e a pluralidade que agora se quere salientar por riba da centralización e dunha identidade dominante), senón máis ben polos elementos que compoñen esa estrutura (tolerancia, resentimentos, política social, e outros

factores semellantes). O que parece máis seguro é que a pluralidade é parte da condición contemporánea. Quizais a razón de que a reacción a esta condición contemporánea sexa tan virulenta, segundo se advirte no fundamentalismo relixioso e nos levantamentos étnicos, sexa que a súa presenza é tan real e tan aparentemente ameazadora: exactamente igual cá teoría da evolución se tivo por ameazadora da cristiandade.

Segundo imos entrando no século vinte e un, vemos certo que hai tanto un debate argumental brioso coma una presentación agresiva de reclamacións. Os magnates dos medios xa se prepararon para manter batallas entre si e para loitar contra os estados que poidan pararlle-los pés por medio de leis nacionais. Hai verdadeira necesidade de política a planificación pois, cando menos polo de agora, o máis do poder que afecta ó contorno social e cultural alén do local, por medio da provisión de información, ilustración e entretemeno, é o conferido polas nacións. Se as nacións, ou organizacións de nacións, fican á parte, o campo das comunicacións vai quedar en mans do comercio. E, dígase o que se diga do comercio, segundo mantén Jane Jacobs (1992), probablemente non sexa o sector ó que se lle deba de confía-lo labor de equilibra-los intereses todos da sociedade. Se os estados mantivesen unha posición de influencia e usasen posición para ofrece-la articulación dunha multiplicidade de realidades segundo as coñecemos, segundo cremos que son e segundo as experimentamos, aténdose a un marco de pluralismo positivo, moi facilmente poderíamos ter un futuro agradable.