

Global Networks and Local Contexts: Interactions and Compenetrations

Abstract

Globalization is the universalizing of the capitalism in its later phase, not only in relation to capital markets and technological processes, but, and this is the most important, as a lifestyle based on consumption. But the consumption that constitutes the basis for implanting this process is not fundamentally one of material products, but of signs, symbols and images. Universalism of the market of signs and symbols that globalization represents, operates on the basis of the pulverization of symbolic memory that makes reference to imaginary collectives expressed in terms of the national regional and local reality. The worlds of life and the subjectivities that support the structures of the traditional and mo-

dern systems, are colonized by communicational devices that produce de-socialization and de-culturalization when they dis-associate culture and society in the first place, and then, society and technical-instrumental rationality, in second place. Nevertheless, globalization seen in the universalism of the subjective market, is reacted to by diverse manifestations of socio-cultural particularities and multiple resistance reactions. These particularities are expressed in varied forms of negotiated identities in relation to local cultures that adopt the symbolism of global nets in order to continue subsisting.

Key words: *Global networks, capitalism, symbolism, culture.*

“La gran industria moderna ha creado el mercado mundial... Las antiguas industrias nacionales han sido destruidas.... Son suplantadas por nuevas industrias.... Cuyos productos no sólo se consumen en el propio país, sino en todas las partes del globo. En lugar de las antiguas necesidades.... Surgen necesidades nuevas, que reclaman para su satisfacción productos de los países más apartados y de los climas más diversos”.

Carlos Marx

El proceso de globalización ha significado no sólo la mundialización del mercado de productos materiales sino también, y es esto lo más importante, de informaciones, signos e imágenes. Las estrategias de penetración del capitalismo transnacional han invadido los espacios más recónditos del mundo, homogeneizando los modos y estilos de vida de la población en función de la conexión a

redes mediáticas y de mercado, que desbordan los límites y fronteras de las sociedades y estados nacionales.

Los mundos de vida de la sociedad tradicional están cada vez más, siendo colonizados por dispositivos mediáticos y de mercado que más allá de influir en la mentalidad de la población, lo que están haciendo es implantar una nueva subjetividad. Este reemplazamiento de la subjetividad corre parejo con la necesidad de la universalización del concepto de mercado como fundamento único de lo social. La subjetividad se encuentra de este modo constituida más por mecanismos de imperativos sistémicos de mercado que por sistemas de integración social, valores y lenguaje.

Rápidamente los contextos socioculturales regionales y locales están siendo triturados por la maquinaria que representa una avalancha de información masiva, unas redes financieras transnacionales, procesos científico-tecnológicos devastadores de antiguas cosmovisiones y representaciones colectivas y redes de mercado que penetran estructuras sociales tradicionales para expropiarles sus cargas simbólicas y convertirlas en mecanismos subsidiarios de procesos globales.

1. Globalización y Modernidad

La modernidad había supuesto espacios políticos y sociales estables que se fundamentaban en categorías como: soberanía popular, estado nacional-republicano, soberanía nacional, voluntad general, etc.

El proceso de desmodernización (Touraine, 1994) vivido primero por los países del centro capitalista y luego por los de la periferia, ha significado la desintegración de esos espacios políticos y sociales estables, por efectos de la penetración al interior de éstos, de redes de diversa naturaleza: financieras, informacionales, mediáticas, comunicacionales, informáticas, etc, que han inducido situaciones de separación entre el mercado y la cultura, la razón instrumental (ciencia/técnica) y los procesos simbólicos y el intercambio financiero y las identidades (colectivas e individuales).

Esto que ha implicado la separación entre cultura y sociedad en un primer término y luego entre la sociedad y la racionalidad instrumental en un segundo plano, ha sido denominado por Touraine como desocialización. Simplemente la racionalidad instrumental se autonomiza y declara su independencia de toda la

organización social a partir de ese momento coloniza y hegemoniza todo el universo de lo humano-social.

No fue así siempre en la Modernidad ¹, pues los procesos de producción aparecían vinculados a estructuras de organización social y cultural, a sistemas de relaciones sociales. En este sentido, podíamos hablar de relaciones sociales de producción, división social del trabajo, explotación, alienación, etc.

Hoy, el proceso de producción asume el carácter de un dispositivo técnico que se presenta como autonomizado de cualquier imaginario social que suponga al hombre como actor central en el drama de la vida; bien como explotador o explotado, esclavizador o esclavizado. En este sentido, el hombre no se aliena al proceso de producción, simplemente se integra sinérgicamente a un proceso que adquiere él mismo, un carácter maquinal autónomico.

2. Procesos globales, mundos de vida y subjetividad

Técnica, mercado, proceso de producción, no son categorías que aparecen hoy vinculadas a organización social o identidades culturales algunas. Simplemente son estructuras autónomas que tienden a la autorreproducción a partir de la implantación de un nuevo tipo de subjetividad en sintonía con estos procesos.

El universo objetivado de símbolos de las redes globales deshacen las memorias e identidades colectivas y los mundos de vida locales y regionales. Pulverizan la subjetividad individual y colectiva generando un proceso de fragmentación de la experiencia de la vida cotidiana, tanto de sí mismo como del otro y del mundo. Ya la experiencia no va a estar fundamentada sobre la plataforma sólida de ideologías, valores y saberes que le daban un significado consistente. Ahora la subjetividad entra al terreno de una proliferación de sentido mediático, vale decir, de un sentido que brota de gramáticas discursivas producidas por la cultura de masas.

¿Cómo se realiza la experiencia de sí, hoy en día?. Se realiza en el terreno abonado de situaciones de información masiva, de imperativos sistémicos de

1 En la modernidad la sociedad gravita alrededor de la cultura en tanto gran sistema simbólico que le da sentido a la experiencia. Hoy, es la cultura la que gira alrededor de la sociedad, de tal manera que es ésta la que genera sus propios códigos culturales.

mercado y de redes tecnológicas, completamente descontextuados de ámbitos de interacción social.

Lo que signó la puesta en escena de la realización de la experiencia de sí en los predios de la sociedad tradicional y moderna, fue su ubicación en el contexto de un sistema de interacciones sociales. Esto supone la existencia previa de un sistema de referencia cultural², plexos de interacción social (normas, pautas de acción interactivas, institución, etc) y un modo específico de estructurar la subjetividad en relaciones de correspondencia con las estructuras sociales y culturales; vale decir, correspondencia entre el sistema y el actor.

El cemento que vinculaba a estas estructuras entre sí era un relato que justificaba y legitimaba al sistema como totalidad social. Un relato, una gramática discursiva, un sistema de totalización de sentido (modo de producción y reconocimiento de sentido) estaba en la base de la personalidad, la sociedad y la cultura, en tanto sustrato dentro del cual se realizaba la experiencia de sí.

El proceso de globalización ha significado la pulverización de las estructuras de cualquier relato que constituía la referencia contextual por excelencia al hecho de la puesta en contacto del individuo con el sí mismo como acto fundante de la subjetividad y del sí mismo con el otro, como fundante de la socialidad.

Una mar de corrientes aluvionales de signos y símbolos objetivados, señales e información presentes en la cultura de masas, desligados de cualquier sustrato en forma de un contexto narrativo, constituyen la referencia que el individuo tiene para dar cuenta de sí, de los otros y del mundo en general.

Redes de telecomunicaciones (TV, cable, Internet, World Wide Web), de mercado y procesos técnicos en general, se constituyen en modos de producción en serie de subjetividades (clonación social) para su adecuación eficaz al mercado de objetos, signos, símbolos e informaciones. La estructura mediática significa un modo de producción homogeneizante de significados que se levanta sobre un proceso simultáneo de depredación de las matrices culturales tradicionales sobre las cuales descansaba la subjetividad. Representaciones sociales, valores, costumbres y sistemas de racionalización, que giraban alrededor del hombre, la

2 Lo cultural es definido aquí como códigos simbólicos de memoria colectiva que le proveen de significado a la experiencia. En este orden de ideas, la cultura es ante todo memoria de sentido y no solamente un conjunto más o menos coherente de representaciones, valores y costumbres.

familia, la costumbre, el honor, etc., como referencias centrales, son reemplazados por estructuras de conciencia cuyas referencias son: el mercado, la ciencia-tecnología, el éxito material y la realización individual.

El capitalismo mundial integrado (globalización) se autorreproduce, más que por la elaboración de bienes materiales, por la producción de signos y símbolos (subjetividad) como muy bien lo ha afirmado Guattarí (1991).

En las relaciones entre el sistema y los mundos de vida, la integración social (instituciones, lengua, educación, cultura), deja de ser un objetivo fundamental y termina subordinándose a los imperativos sistémicos; es decir, a la reproducción hasta el infinito del sistema. La adaptación al ambiente constituye el principio general que rige la subjetividad individual y colectiva y no el mundo de la racionalidad comunicativa o mundo del lenguaje. Se trata de solidaridades mecánicas más que orgánicas porque el significado de “contrato social” que adquirió la vida social en la modernidad ya no tiene ningún sentido por su evidente inutilidad para la reproducción del sistema.

3. Cultura de masas y espacio público

La aldea global de Macluhan sustituye a las sociedades nacionales y a los espacios regionales y locales, diluyendo y reapropiándose de memorias colectivas que le servían de base a la identidad y a la personalidad. La identidad deja de ser un modo de reconocimiento de sí mismo a partir del otro significativo y de la cultura, para pasar a ser un ejercicio de identificación mimética con imágenes y arquetipos mediáticos, sin ninguna relación con contextos socioculturales concretos, por lo tanto abstractos e iguales para cualquier grupo humano en cualquier latitud. Mickel Jackson, Madonna, Mickel Jordan, constituyen otros de los tantos modelos que pueden proporcionar identidad al joven de hoy, en una sociedad de masas como la nuestra. CocaCola, Mac Donalds o Internet constituyen símbolos universales de la modernización y status, y por tanto de identidad tanto en Caracas, como en Pekin.

En el mundo de hoy se está produciendo lo que podríamos denominar como un proceso de “clonación cultural” (producción de subjetividad en serie) a propósito de la mutación cultural que significan Mac Donald, CocaCola, Disney, Nike, MTV, el idioma inglés y toda la cultura de masas. La homogeneización cultural compulsiva

que éste fenómeno involucra podría aplastar cualquier pliegue o resistencia cultural hasta el punto de conformar una especie de “macdonalización del mundo”.

La cultura de masas, que pone directamente en relación la vida privada con la realidad más global (Touraine, 1997), ha significado la eliminación de mediaciones simbólicas y culturales entre el individuo y la sociedad. En vez de acciones de un sujeto-actor en una situación que asume un carácter de contexto sociocultural, lo que tenemos son actos y mensajes descontextualizados; contingencias de estímulo-respuestas.

Hay un doble movimiento, como respuesta a estos procesos, que conspira contra la supervivencia de los espacios regionales y locales. Por un lado la privatización de la vida pública y por el otro la fragmentación de las identidades regionales y locales.

La privatización del espacio público es el producto de varios fenómenos íntimamente vinculados. Por un lado el descrédito en que ha incurrido la política al ser percibida como el show publicitario en que la han venido convirtiendo los Mass-media. El carácter de espectáculo Mass-mediático que ha venido asumiendo la política, despoja al discurso de los políticos de cualquier contenido realmente significativo. El tono de Show burlesco y jocoso que la TV le ha impreso a esta actividad tan importante de la vida humana, lo hace aparecer como un drama más bien grotesco.

El desencanto tiene que ver también con el carácter de estrategia para acceder y/o mantener el poder y de engaño sistemático a las masas que ha asumido en cualquier parte del mundo, la actividad política contemporánea.

A todas luces, la política como Show Mass-mediático, es un tipo de acción completamente desligada de los espacios de interacción de la vida cotidiana y de la experiencia concreta del hombre ubicado en su contexto local o regional. Lentamente ha ido convirtiéndose de un tipo de actividad central para el hombre moderno, en un mero espectáculo mediático, un permanente simulacro.

Esto ha inducido a un repliegue del ciudadano hacia el mundo de la vida privada, concentrada ahora en la pantalla de la TV como sustituto simbólico del espacio público. Si no hay espacios en los cuales participar, debido al cierre del universo político por los partidos hegemónicos y, además de eso, tenemos que la política es una actividad envilecida, entonces la mejor forma de reencontrarse con la identidad del ciudadano es convertirse en un telespectador-consumidor compulsivo y pasivo. Tanto en el mundo desarrollado como en el subdesarrolla-

do, la gente ha comenzado a desplazar el centro de interés de la política como apuesta central por el cambio, hacia otros campos de la vida social, incluida la religión. La percepción del campo de la actividad política como mero pulso por el poder, lugar de agenciamientos de intereses particulares y espectáculo mediático sin relación real con el “hombre concreto”, está llevando a lo que observamos como “el gran desencanto”.

4. Fragmentación de la experiencia y desocialización

La fragmentación de las identidades locales y regionales, se inscribe en el marco de un proceso de desintegración-disolución de las estructuras de memorias simbólicas, organizativas y productivas que le servían de base a los contextos socioculturales específicos para cada región.

El sistema de representaciones colectivas, mitos, creencias y saberes que conformaban una particular manera de interpretar y comprender al mundo, se ve desplazado por un cúmulo tal de informaciones y conocimientos, que lo que se produce es un proceso de reemplazamiento de una estructura por otra. La invasión del espacio de la vida privada por las redes comunicacionales e informáticas, han provocado un fenómeno de “tierra arrasada” con respecto a las estructuras simbólicas tradicionales. Sin embargo, hay diferencias porque este nuevo sistema de informaciones y conocimientos masivos, no aparece vinculado a ninguna praxis social concreta, ni mucho menos a ningún sistema totalizador de sentido.

En cuanto a las formas organizativas de la interacción social, observamos que instituciones, valores, normas y roles, que constituyen el andamiaje de la acción social, son rápidamente disueltos por un modo de vida que se fundamenta más en el proceso de adaptación a la situación concreta del individuo, que en unas estructuras ritualizadas de anticipación social.

Ahora la intersubjetividad aparece como estando desligada de cualquier tipo de consideración de orden social coherente. Simplemente no hay relato porque el comportamiento no está orientado por un sistema cultural, sino por las contingencias de información estímulo-respuesta. Más que por una danza que representa un baile de actores, el comportamiento se resuelve en una rítmica que tiene como base tropismos, en vez de interacción mediada lingüística y simbólicamente.

Las estructuras productivas que antes estaban vinculadas a formas de organización social que les daba sentido a estas prácticas, ahora no aparecen ligadas a nada que no sea la estructura del mercado. La racionalidad instrumental autonomizada de la sociedad y la cultura, se reproduce a partir de sí misma; vale decir, se autorreproduce.

El efecto devastador del mercado sobre las estructuras de organización social y cultural, locales y regionales, es evidente de suyo, puesto que la función de éste no es establecer relaciones entre las personas, sino entre la oferta y la demanda. Las relaciones entre las personas terminan siendo un medio para la realización de los propósitos del mercado: valorizar al capital. Las consecuencias serán entonces de fragmentación y atomización social por el efecto de individualización que genera.

Para las sociedades donde las consecuencias del proyecto político de la modernidad lograron alcanzar mayor desarrollo, la nación (Estado-nación), constituyó el espacio por excelencia donde se realizó la síntesis de los procesos de racionalización y de individualismo moral universalista. Modernización, democracia industrial, sociedad-Estado de derecho, tienen lugar en el espacio exquisito de la sociedad-nacional.

Para nosotros, con un desarrollo atípico del proyecto de la modernidad, es la localidad y la región, ese espacio desde donde pueden tener sentido, la idea de democracia, participación en la voluntad general, soberanía popular, progreso, libertad, igualdad, etc.

No fue nunca la nación (y no lo es todavía) pues no hemos logrado aún constituir un Estado-nacional-republicano, en el real sentido del término; ese espacio desde donde podríamos haber realizado el ideal de una sociedad realmente democrática y republicana.

Desde un primer momento histórico en Venezuela y América Latina, lo local y lo regional es el lugar donde se construyen espacios públicos de participación y se va configurando un proyecto de republicanidad moderno. El Estado nacional y la sociedad nacional en general fue siempre un proyecto pensado desde el centro y por lo tanto visto como una herencia del viejo absolutismo español.

En un sentido muy amplio, fue un producto exótico que reproducía las antiguas relaciones de poder y sometimiento que el proyecto hegemónico republicano representaba.

La guerra federal, significó la irrupción telúrica de la vieja y olvidada provincia contra el Estado centralista que repetía los males del sistema colonial y por tanto simbolizaba la insurgencia de la región como espacio de reivindicación natural del gesto heroico de la emancipación.

La modernidad privilegió siempre lo político sobre lo social, de tal manera que la soberanía popular a través del Estado-nacional-republicano, debía dirigir la sociedad, la cual era un amasijo desordenado de intereses privados y particulares. Era así como Hegel entendía el concepto de sociedad civil, la cual tenía que estar bajo la dirección del Estado ético que armonizaba el interés privado con el interés general. Para Hegel la razón estaba encarnada en el Estado que era la conciencia de la sociedad.

5. La Globalización como un proceso sobre determinado por la complejidad

No obstante el carácter de aplanadora homogeneizante que ha asumido la globalización, podemos advertir una multiplicidad de fenómenos que como consecuencias y respuestas a éste, se generan de la manera más espontánea.

En este sentido podemos hablar del surgimiento de reacciones convertidas en movimientos comunitaristas y respuestas identitarias que surgen como producto de la disociación cultura-sociedad que la globalización significa.

La guerra en los Balcanes liderizada por Serbia, el movimiento zapatista de liberación de Chiapas, los fundamentalismos étnico-religiosos de los países musulmanes, etc., podrían ser algunos de los casos que ilustren la mezcla conflictiva que se produce entre lo étnico y lo político, cuando un proceso de universalización homogeneizante basado en el predominio del mercado de símbolos objetivados³, ocurre en una sociedad-cultura, de manera compulsiva.

En un plano menos dramático pero igualmente interesante, tenemos en la onda de la cultura popular, la relevancia que ha venido adquiriendo la música

3 El universalismo del “mercado de la subjetividad” es contestado en todas partes a través de diversas manifestaciones de particularismos culturales y reacciones de múltiples formas de resistencia. Estos particularismos se expresan en variadas formas de identidades negociadas a partir de focos culturales locales que se simbiotizan con las redes globalizadas para seguir subsistiendo.

latina por encima de otro tipo de ritmos y tradiciones musicales provenientes de los centros de producción y difusión mundial de cultura pop. La música latina hoy no sólo se ha colocado en el circuito de los grandes negocios millonarios, sino que prácticamente ha pasado a liderizarlo. No sólo en USA, sino también en Europa y Asia. La designación de una canción de Ricky Martin como el tema oficial del mundial de fútbol Francia 98, nos permite captar de una manera más cruda, la magnitud del fenómeno.

La reapropiación de sus tradiciones musicales para utilizarla como mecanismo de resistencia cultural⁴ ante la acción aplastante de la cultura anglosajona sobre los latinos en USA, impulsó el surgimiento de un nuevo género musical denominado popularmente como “salsa”. Luego la industria cultural a su vez, se apropiará de este producto cultural convirtiéndolo en una mercancía que sostiene a un negocio bastante rentable.

Pero no sólo en el caso de América Latina han surgido respuestas que nos hablan de la globalización como un proceso complejo, sino también en países que no pertenecen al hemisferio occidental. El caso de Shangai, China, ilustra como la producción televisiva usualmente definida como alienante puede ser utilizada en función del reforzamiento de la cultura tradicional de un pueblo.

En esta ocasión, un programa infantil de televisión como es “Plaza Sésamo”, ha sido utilizado (rediseñándolo) para enseñar a los educandos, valores, creencias y tradiciones chinas.

De esta manera podríamos decir que lo que se presenta (y de hecho lo es) como un proceso de homogeneización, termina siendo por la fuerza de la multiplicidad de sentidos que el sujeto puede imprimirle, un ejercicio de pluralismo cultural. Así vemos como en Ghana, Nigeria y Singapur, el idioma inglés se ha diversificado dando lugar al “singlish” que es una mezcla de inglés con el malayo y dialectos chinos.

4 Es lo que Memmi (1971) ha denominado como “valores refugio” para referirse a la estrategia de un pueblo que acude a sus antiguas raíces culturales como una manera de subsistir frente a la avalancha de aculturación que significa el contacto con una civilización avasallante.

6. Globalización y muticulturalidad

Luego se trata de recuperar lo cultural y lo social por encima de la subordinación dentro de la cual lo político como centralidad, los ha venido manteniendo. En este sentido la estrategia consiste en privilegiar los procesos de reconstrucción de espacios sociales y culturales, regionales y locales que permitan el afloramiento en la multiplicidad de sentidos que la complejidad étnico-cultural significa.

Este proceso de reconstrucción se fundamenta en el reconocimiento de una voluntad diferencial (la voluntad particular) a contrapelo de una voluntad general, que permita la construcción de un Estado-nacional-republicano como producto de la síntesis entre lo general-universal y las particularidades propias de la diferencia fundante del espíritu de lo uno y lo múltiple.

Desde lo local y lo regional podría estructurarse una voluntad de resistencia a las redes globales devastadoras de las redes socioculturales que permitan la construcción de espacios de socialidad convivencial. Sistemas simbólicos, formas organizativas y estructuras productivas ligadas a través de la categoría de sujeto-actor. Este podría estar vinculado a un concepto que supone un ideal movilizador como es el de "ciudadanía multicultural". Se trata de un concepto de ciudadanía que no se fundamenta exclusivamente en la "lógica del deber", sino en un concepto amplio de la participación que implica la inclusión de referencias múltiples y diversas.

Este ideal movilizador supone no sólo una voluntad de resistencia a las redes globales de poder, sino que supone también una voluntad de construcción de espacios públicos de participación, que configuren "territorios existenciales" dentro del contexto de una sociedad multicultural.

La ciudadanía multicultural pensada y puesta a circular desde lo local, podría ser el principio que encarne la voluntad de lucha y de resistencia en contra no sólo de un proyecto hegemónico nacional pensado desde el centro, sino (y esto podría ser lo más importante) en contra del "supermercado de la subjetividad" que la globalización encarna.

Multicultural porque no se fundamenta en un solo tipo de registro de cultura e identidad, sino sobre la posibilidad real de realizar una síntesis de lo nuevo y lo viejo, lo igual y lo diferente, lo uno y lo múltiple, tomando como eje transversal al sujeto y no a procesos dispositivos y fuerzas impersonales como el mercado, la tecnología y la información.

Un sujeto multicultural que tenga en cuenta las memorias simbólicas, organizativas y productivas de las colectividades desde diversas procedencias sería una estrategia de resocialización (versus desocialización) de la acción, envuelta otra vez en el sentido que lo vivido colectivo e individual, podría imprimirle.

Referencias Bibliográficas

- GUATTARI, Félix (1991) **La producción de subjetividad del capitalismo mundial integrado**. Conferencia dictada en Chile.
- MEMMI, Albert (1971) **Retrato del colonizado**. Madrid. Ediciones de bolsillo.
- TOURAINÉ, Alain (1994) **Crítica de la Modernidad**. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.
- TOURAINÉ, Alain (1997) **¿Podremos vivir juntos?** Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.

Semestre