

CRISIS URBANA, CAMBIO SOCIAL Y MEDIOS PÚBLICOS DE COMUNICACIÓN

SOCIAL CHANGE AND PUBLIC MASS MEDIA

Lic. Esteban Torres Castaños
Universidad Nacional de Córdoba
esteban.tc@gmail.com
Córdoba, Argentina

Resumen

En el presente trabajo proponemos iniciar un diálogo exploratorio con la producción teórica marxista de Manuel Castells centrada en el proceso de consumo colectivo, partiendo del supuesto que dicha perspectiva ofrece pistas renovadas para pensar los medios de comunicación como servicios o medios públicos colectivos, y para explorar su relación con los procesos de apropiación y de cambio social en Suramérica en el marco de la actual crisis financiera global y de la creciente intervención del Estado en la economía.

Las reflexiones que aquí se presentan se inscriben en el marco del estudio de la teoría del cambio social de Manuel Castells, en relación a las tecnologías de la información y los nuevos mass media, y de los esfuerzos actuales de renovación moderna de la teoría social crítica de los medios de comunicación.

Palabras claves: Teoría Social; Medios de comunicación; Tecnologías de la comunicación; Políticas públicas; Políticas de comunicación; Cambio social; Comunicación y Cambio Social.

Abstract

In this article we propose to initiate an exploratory dialogue with the theoretical production of Manuel Castells, focused on the process of collective consumption, assuming that this perspective offers updated clues to think the media as public or collective services, and to explore their relationship with the processes of appropriation and social change in South America, in the context of the global financial crisis and of the state intervention in the economy.

The reflections presented here are related to the program of study of the theory of social change by Manuel Castells, in relation to information technology and new media, and the current efforts of modern renewal of critical social theory of the media.

Key words: Social Theory; Media; Communication Technology; Public Policy; Communication Policy; Social change; Communication and Social Change.

(Recibido el 23/09/08)
(Aceptado el 07/01/09)

Introducción

El siguiente trabajo pretende contribuir al desarrollo de nuevos marcos analíticos centrados en la relación entre el proceso de cambio social¹ y la constitución estatal y social de los medios públicos de comunicación, tomando en consideración la creciente recuperación del papel del Estado en la economía. En tal dirección, e incorporando exigencias normativas generales que no podemos ni pretendemos resolver aquí, nos interesa poder avanzar en el análisis de las condiciones de posibilidad de aquellas políticas públicas de medios de comunicación que se orientan a la expansión de los procesos sociales de apropiación pública, en el marco de la relación entre gobierno municipal y sociedad.

A continuación ofrecemos las principales hipótesis y premisas teóricas que empleamos como material de orientación para la producción del presente artículo:

- *Hipótesis 1:* El retorno del Estado como actor económico central del modo de producción capitalista a partir de la profundización de la actual crisis financiera global, ha dejado sin bases conceptuales a la ideología del fin de los medios públicos de comunicación, cuyos postulados centrales, que conquistaron posiciones de hegemonía durante la década de los 90 del siglo pasado, aun mantienen vigencia. El regreso del Estado implica necesariamente el regreso de la televisión pública.

Ahora bien, el nivel de apropiación de la ideología mencionada es tal, que se hace presente incluso en algunas perspectivas que defienden la estatización parcial de la sociedad (por ej., desarrollo social; económico; etc.) a partir de una mayor presencia de las políticas de actuación del Estado.

- *Hipótesis 2:* La producción teórica de Manuel Castells centrada en el proceso de consumo colectivo, ofrece pistas renovadas para pensar los medios de comunicación como servicios públicos, y para explorar la relación de éstos con los procesos de apropiación y de cambio social².

- *Premisa teórica:* La problematización y posterior adopción -al menos provisoria- de una teoría del estado y del estado municipal, articulada con cierta teoría del cambio social que involucre al conjunto de actores sociales intervinientes en el proceso social en cuestión, se constituye en un punto de partida ineludible para cualquier investigación sociológica sobre los usos, consumos, efectos e impactos de los medios públicos de comunicación, así como de las acciones estatales (locales, regionales, nacionales) vinculadas a los mismos, tanto en el plano estrictamente político, como en los ámbitos de la cultura y la economía. Ello cobra aún mayor importancia si se pretende comprender las estrategias actuales de apropiación de los actores sociales y las condiciones sociales de sus respectivas lógicas de operación.

Respecto a los contenidos del artículo, presentaremos una serie de útiles teóricos desarrollados por Manuel Castells, que abordan desde una perspectiva marxista de clases³ y empleando el esquema althusseriano de interrelación entre lo ideológico, lo político y lo económico, el análisis -entre otros aspectos- de los procesos de consumo colectivo, de la

¹ Aquí optamos por definir el cambio social como el proceso multidimensional de transformación de las relaciones de poder entre los actores sociales intervinientes en una dinámica social dada.

² Una nota importante para el caso Argentino y para la gran mayoría de los países suramericanos, es que los medios estatales de comunicación nunca se han definido como de *servicio público*. Respecto a los medios públicos de comunicación se sigue hablando de *interés público o colectivo*. Servicio público, en estos términos, existieron principalmente en Europa. A ello podemos agregar que en el caso Argentino, prácticamente no hay tradición de medios público-estatales autónomos hasta el 2003 (decreto 1214/03) en que se finaliza el modo subsidiario de cobertura y se autoriza a los municipios a explotar licencias (debemos esta aclaración a Daniela Monje). Es por ello que cuando hablamos de medios públicos de comunicación y de servicios públicos de comunicación, se alude en la práctica a dos experiencias históricas diferentes de actuación y organización de los dispositivos de difusión del Estado. Ahora bien, en el presente trabajo, que busca dialogar con el sistema conceptual de Castells, pasaremos por alto dicha distinción, y haremos referencia de modo indistinto a los medios de comunicación de titularidad estatal (municipal, provincial / regional, nacional), como medios públicos de comunicación, medios públicos colectivos de comunicación, servicios públicos de comunicación o servicio públicos colectivos de comunicación.

³ Pese a las diferencias y los desacuerdos que adoptamos respecto a la lógica de clases intrínseca a la explicación marxista de Manuel Castells, optamos por postergar cualquier crítica en este punto por considerar que no contribuyen al análisis de los elementos sugeridos en la propuesta del artículo.

relación entre el Estado municipal y la crisis de los servicios públicos, de los medios de comunicación como servicios públicos, tomando en cuenta las contradicciones sociales que acompañan el proceso de expansión / retracción de los servicios públicos municipales en los centros urbanos. De forma didáctica, ensayaremos un movimiento de lo general a lo específico, donde lo específico no será otra cosa que la promesa central del artículo: la problematización a partir de Castells de los medios de comunicación como servicios públicos colectivos.

Lejos de resultar exhaustivo, lo que aquí exponemos es un ejercicio preliminar. Para corroborar el valor efectivo de uso de las herramientas sugeridas, no hay otra vía que la profundización del trabajo teórico y junto a ello el acceso a la investigación concreta, descubriendo la significación de cada situación social, partiendo siempre de lo que tiene de específico.

La contribución de Castells

Básicamente cabe preguntarse: ¿Qué podría ofrecer la perspectiva teórica de Manuel Castells centrada en los *procesos de consumo colectivo*, para la dilucidación de la relación entre las diferentes expresiones de comunicación mediática y los procesos de cambio o transformación social en el actual capitalismo financiero en crisis? Y también: ¿Qué hay de dicha perspectiva de Castells, que siendo revisitada, se pueda recuperar para dialogar críticamente con sus textos “informativos” actuales, de modo que resulte enriquecida la interpretación de aquellos aspectos de los cambios sociales que involucran a las tecnologías de la información y los medios públicos de comunicación, en el marco de la relación entre gobierno local y sociedad civil? En relación con esta segunda pregunta: ¿En qué sentido dicha perspectiva no ha quedado superada por las recientes producciones del autor, especialmente a partir de la síntesis presentada en los tres volúmenes de “La Era de la Información”⁴, entre el año 1996 y 1998?

A grandes rasgos, podríamos decir que la perspectiva del consumo colectivo de Manuel Castells representa un momento de transición entre su pensamiento marxista (cuya obra de referencia es “La Cuestión Urbana”, publicada por primera vez en francés en 1972⁵) y el posterior trabajo de sociología urbana centrado en los procesos de innovación y desarrollo tecnológico (cuya primeras producciones se publican alrededor de 1985⁶). Si bien es puro sentido común, hay que señalar que los procesos sociales dominantes que se estructuran entre principios de los setenta y de los ochenta en EEUU y el mundo no guardan la misma relación de determinación con los medios de comunicación que en la actualidad (en sus diferentes aspectos culturales, políticos y económicos). La tesis de la centralidad de los medios de comunicación de masas se generaliza con posterioridad a este período, lo cual en cierto punto ayuda a comprender porque Castells, si bien hace referencia a los medios de comunicación como servicios públicos colectivos, concentra su atención analítica en los servicios públicos de vivienda y de educación. Con ello queremos decir que nuestro autor no fabrica los conceptos de consumo colectivo y de servicio público colectivo para pensar exclusivamente los medios de comunicación, sino para pensar los medios públicos en general. Pero entendemos, y ello podríamos plantearlo como una nueva asunción hipotética, que tal constatación no tiene necesariamente que representar una limitación a la hora de emplear la perspectiva para la construcción de un objeto teórico específico que en la investigación concreta permita un avance en la comprensión de la relación entre los medios públicos de comunicación y los procesos de cambio social.

Como indicamos en las hipótesis de trabajo, partimos de suponer que muchos de los elementos teóricos que sugiere Castells para el análisis de las formas de apropiación de los medios públicos colectivos, y de las luchas de proyectos culturales, económicos y políticos que se dirimen en torno a la centralidad de los procesos de consumo colectivo regulados por el

⁴ Castells, 1996, 1997 y 1998.

⁵ Castells, 1972

⁶ Entre ellas se cuentan Castells, 1985^a, 1985^b y 1987.

Estado, pueden resultar pertinentes en la actualidad, ya que a partir de la profundización de la crisis financiera mundial, de forma caótica e irreflexiva se están renovando los mandatos para una mayor intervención del Estado en el desarrollo económico y cultural. Castells decide abandonar la perspectiva centrada en los procesos de consumo colectivo al mismo tiempo que se inicia en EEUU la reestructuración económica de Ronald Reagan. Lejos de resultar baladí, esta referencia contextual indica la necesidad de atender las implicancias concretas del avance del liberalismo político y económico que ocurre en la perspectiva teórica del autor de allí en adelante.

En líneas generales y de modo preliminar, podemos indicar algunas contribuciones de la citada visión teórica para pensar los aspectos novedosos de los procesos sociales en curso. Entre los aportes destacamos dos:

1. La reflexión sobre las lógicas económicas y políticas de consumo y producción de *medios públicos colectivos*, principalmente desde la perspectiva de la planificación estatal, que según Castells, queda atrapada entre los conflictos políticos por la extensión del interés general y las operaciones económicas de acumulación capitalista basadas en las prácticas de apropiación privada.

2. Y más importante aún, la recuperación de la *centralidad de lo colectivo* en la teoría social y en la teoría de los medios públicos, como principio normativo y como principio de realidad. La centralidad de lo colectivo se expresa en Castells en una doble dimensión de proceso contradictorio y de búsqueda de constitución de lo común o del interés común, regulado por el Estado, en el marco del juego de apropiación entre los diferentes actores de la sociedad. Es necesario recordar que principalmente a partir de la “La Ciudad Informativa”⁷, la preocupación por la construcción de lo colectivo pierde centralidad en las formulaciones de Castells, fijándose los nuevos intereses en el análisis de las funciones y procesos sociales dominantes del modo de producción capitalista, desde un encuadre no vinculado a la perspectiva clasista del marxismo, y atento en primera instancia a las condiciones de generación de los procesos de innovación y desarrollo tecnológico.

El proceso de consumo colectivo

En el periodo de producción teórica considerado, el proceso de consumo colectivo representa para Castells el punto de contradicción principal del proceso de cambio social urbano. Al hacer referencia a la creciente importancia del consumo individual y colectivo en el espacio económico, nuestro autor hace especialmente hincapié en aquellos aspectos organizativos que responden a las tareas de regulación del Estado:

“(…) el consumo ocupa un papel cada vez más importante en el proceso de realización del capital, uno de cuyos mayores problemas es el de encontrar mercados rentables que se renueven sin cesar. Pues bien, el desarrollo y la orientación del consumo individual (regulado por el mercado) depende cada vez más de la organización del llamado consumo colectivo (regulado por el Estado)” (Castells, 1981: 320).

Según afirma R.E. Pahl, en la discusión que propone Castells acerca de la naturaleza, el rol y la importancia del consumo colectivo, los siguientes aspectos, nítidamente diferenciados entre sí, son considerados por éste de forma indistinta:

a) La socialización del proceso de consumo⁸

⁷ Castells, 1989.

⁸ Según Pahl, se pueden identificar cinco perspectivas teóricas que hacen alusión a la socialización de los procesos de consumo de modo diferente:

- a.- Como respuesta pragmática al problema histórico específico de la provisión de ciertos servicios e instalaciones.
- b.- Como expresión concomitante de la creciente racionalización y burocratización.
- c.- Una respuesta inevitable a las contradicciones inherentes al desarrollo del capitalismo tardío.

- b) El rol del Estado en el proceso de socialización del consumo
- c) Las consecuencias distributivas de b).

A estos tres puntos que se derivan del trabajo de Castells, Pahl agrega un cuarto elemento, inextricablemente unido a los demás:

- d) El nivel de provisión (Pahl, 1978: 311).

En la opinión de Pahl, el sociólogo catalán combina los ítems mencionados sin consideraciones precisas y sin la elaboración de los argumentos que justifican dichas combinaciones. Respecto al cuarto punto, Pahl añade que es posible sustituir la frase “provisión estatal” por la de “consumo colectivo” sin alterar prácticamente el significado. Al mismo tiempo considera que es importante establecer una distinción entre, por un lado, las diferentes teorías que tratan la socialización del consumo, y por el otro, los diferentes modos, estilos y formas de provisión (Pahl, 1978: 312). De los elementos listados por Pahl, prestaremos especial atención al punto b) y c), ya que éstos son los que predominan en la perspectiva de Castells.

Ahora bien, en todos los casos, Castells conduce su interpretación de los procesos de consumo individual y colectivo hacia las relaciones objetivas de producción, de distribución y de gestión de los bienes y servicios públicos, que acontecen en los campos de desempeño y de disputa de las lógicas de operación del Estado y de la economía de mercado⁹. De esta forma, los procesos de consumo individual y colectivo se definen en primera instancia desde una lógica estatal, como aquellos aspectos que atañen a los medios públicos / colectivos de consumo¹⁰.

En los términos de Castells, los problemas de consumo colectivo definen la crisis urbana, que como ya dijimos se aprecia antes que nada desde la perspectiva de la planificación urbana, como la expresión de las contradicciones de intereses y actores sociales que involucran en última instancia el diseño de políticas del gobierno local y la prestación de los servicios públicos.

La expansión de la intervención del Estado en los problemas urbanos incrementa la relevancia política y económica (el conflicto político) de los procesos de consumo colectivo, o igualmente a la inversa, como sostiene Castells:

“(…) la creciente importancia del consumo colectivo a través de los servicios urbanos, y el hecho de que los bienes públicos, con ser sumamente necesarios, no resulten aún rentables para el capital privado, han llevado a la intervención sistemática del Estado en los problemas urbanos” (Castells, 1983: 19).

Como señalamos en la Introducción, el consumo colectivo como compuesto analítico nos interesa en la medida que ofrece elementos para situar el entendimiento específico de los modos de apropiación de los servicios públicos de comunicación en relación a los problemas sociales urbanos indicados, y junto a ello, a los límites de su posible superación. Es la búsqueda de comprensión de la intervención estatal en la dimensión Mediática de los procesos de cambio social lo que justifica el presente trabajo. Ahora bien, por el momento nos conformaremos con plantear los puntos de exploración posibles, tanto “reales” como normativos, de la especificidad mediática.

Es probable que los ítems señalados por Pahl, debidamente adaptados a la especificidad mediática, resulten útiles para organizar las diferentes pistas económicas,

d.- Una respuesta al poder político del trabajo organizado en las democracias sociales.

e.- Una consecuencia inevitable del desarrollo del socialismo estatal (Pahl, 1978: 311).

⁹ Castells propone abordar los problemas “que resultan de la producción, distribución y gestión de los medios colectivos de consumo (tales como, en general, la vivienda, la educación, la salud, los transportes, los equipos colectivos, etc.)” (Castells, 1976: 206).

¹⁰ Añadimos aquí que la posición objetivista que asume Castells en este punto, lógicamente desatiende la dimensión subjetiva de los problemas urbanos que allí se suscitan.

políticas y culturales / ideológicas que iremos desplegando a lo largo del documento, atendiendo a los límites y la tensión óptima que se podría establecer para cada una de ellas entre los principios de realidad y los principios normativos. Estos quedarían formulados de la siguiente manera:

- 1.- La socialización de los procesos de consumo mediático
- 2.- El rol del Estado en el proceso de socialización del consumo mediático
- 3.- Las consecuencias distributivas del rol del Estado en el proceso de socialización del consumo mediático.
- 4.- El nivel de provisión del servicio público de comunicación

Teniendo en cuenta estos elementos, el diálogo con los textos de Castells podría suscitar la formulación de una serie de interrogantes, que adquirirán valor en la medida que colaboren en el esclarecimiento de los objetivos del trabajo. Un ejemplo de ello serían las preguntas que nos sugieren las citas antes expuestas:

- ¿En qué sentido podemos suponer que el consumo mediático desempeña un papel de relevancia creciente en el proceso de realización del capital (alcances de la lógica de la publicidad comercial)?

- En las condiciones actuales de fortalecimiento del Estado, y sin establecer a priori un juicio de valor al respecto, ¿de qué forma cabría imaginar la posibilidad que el desarrollo y la orientación del consumo individual de medios de comunicación (regulado por el mercado) dependa cada vez más de la organización del consumo mediático colectivo (regulado por el Estado)?

Salvo la excepción de algunos países (por ej.: Venezuela, Bolivia, Ecuador), actualmente es posible constatar la disminución de la presencia y del consumo de los servicios públicos de comunicación. Por otra parte, hoy resulta falso partir de la idea que la intervención del Estado en los sistemas nacionales de medios de comunicación -que tíbiamente se observa en ciertos países suramericanos- obedece al hecho que los medios de comunicación, con ser sumamente necesarios, no resulten rentables para el capital privado. Pero sugerimos que la historia de la relación entre los procesos de consumo mediático y los medios privados y públicos de comunicación aún está por escribirse.

Para avanzar en la comprensión de los procesos de consumo colectivo en el sentido dado por Castells, optamos por iniciar una breve aproximación general a los elementos que el autor emplea para precisar la noción Estado y para caracterizar la situación de intervención del gobierno local en relación a la crisis urbana. Con ello buscamos sentar las bases para plantear en mejores términos la perspectiva de los medios públicos de comunicación como servicios públicos colectivos, en el marco de la relación entre Estado y sociedad.

El Estado municipal

Siguiendo a Castells, lo primero que introducimos aquí es una nota de *rescate metodológico de la teoría social* para pensar el Estado y posteriormente los medios públicos de comunicación. El autor señala que para comprender las fuerzas y las dinámicas de intervención del Estado, incluidas las políticas y los servicios públicos de comunicación, se exige, como bien señalamos en la *premisa teórica* inicial del artículo, tomar como marco de análisis el conjunto de los niveles constitutivos de la formación social:

“(…) el propio Estado es la expresión de un conjunto de relaciones sociales contradictoria que se trata de comprender en su movimiento. El punto de partida de un análisis de la intervención del Estado no puede ser el mismo Estado. Aún menos “la Economía”. Un análisis científico de las políticas urbanas debe partir de la consideración histórica de las relaciones de clase, de las luchas de clase, aprehendidas a la vez en el proceso de explotación y en el de resistencia a la explotación, en la dialéctica reproducción-

transformación de las relaciones sociales, en la dominación política de clase y en el poder alternativo de las clases dominadas. Dicho lo que antecede, la perspectiva es mucho más compleja, porque el proceso de explotación y de dominación, las resistencias y las luchas de clase se realizan a través de la matriz del conjunto de los niveles constitutivos de la formación social” (Castells, 1976: 215).

En tanto actor social del proceso señalado, el gobierno local se expresa en gran medida según Castells, a partir del conjunto de *operaciones de apropiación* involucradas en las relaciones de distribución y de consumo de los productos y servicios municipales:

“A partir de estas relaciones de producción, un municipio se caracteriza por sus relaciones de distribución, por la parte del producto que se apropia en el municipio y por la parte que se apropia fuera de él, por quién y cómo se apropia cada fracción de la riqueza, por los niveles de vida, por los tipos de consumo, por la desigualdad económica y las diferencias sociales” (Castells, 1981: 299).

Los elementos generales y específicos que venimos señalando forman parte, en los términos de Castells, de las condiciones generales de estructuración del poder local:

“A partir de este conjunto de relaciones de producción y distribución y de elementos socioculturales se constituyen las estructuras del poder local, que se articulan a la estructura de poder de la sociedad global. Es evidente que este poder local viene condicionado en gran parte por las relaciones generales de poder. Pero no será su reproducción exacta, sino que responderá a las condiciones locales y ahí precisamente está el quid de la cuestión” (Castells, 1981: 299).

Junto a ello, Castells señala una obviedad práctica: que las configuraciones de poder a nivel municipal se definen en relación a las disposiciones del nivel central del Estado:

“(…) hoy día, es el nivel central del Estado, como expresión de las relaciones de poder dominantes en el conjunto de la sociedad, el que configura el territorio de cada municipio y el que le asigna sus competencias y reglas de funcionamiento” (Castells, 1981: 299-300).

Ahora bien, ¿Qué es un municipio para Castells y al mismo tiempo qué lo distingue o diferencia de los niveles superiores del Estado? El autor parte señalando tres características distintivas: descentralización estatal, penetración social y accesibilidad social:

“(…) hay una característica general que es fundamental para la comprensión de qué es un municipio: se trata, en todo caso, del nivel más descentralizado del Estado, del más penetrado por la sociedad civil, del más accesible a los gobernados, del más directamente ligado a la vida cotidiana de las masas populares” (Castells, 1981: 300).

O dicho en otros términos:

“(…) el municipio representa, a la vez, el nivel más descentralizado del aparato del Estado, el más sensible a la lucha institucional entre clases dominantes y clases dominadas, y el más abierto a una hegemonía local de las clases subordinadas del bloque dominante que fundamenta el Estado. De ahí que se expresen con particular fuerza en la política municipal los conflictos sociales y políticos que transforman las sociedades” (Castells, 1981: 304).

Y junto a ello resalta su consistencia democrática:

“(…) el municipio es la expresión más directa de las relaciones políticas democráticas dentro del Estado, lo cual refleja la forma de representación entre gobernantes y gobernados como resultado de las relaciones de clase en el conjunto de la sociedad” (Castells, 1981: 301).

Atendiendo a las ideas expuestas, adelantamos algunos supuestos sobre la cuestión mediática que buscaremos someter a juicio mas adelante:

a) Siendo los medios y servicios públicos de comunicación una dimensión específica de la constitución del gobierno, podríamos sugerir que el municipio se define entre otras aspectos por el conjunto de operaciones de apropiación mediática que establece con los diferentes actores sociales, en el marco de sus relaciones de distribución de productos y servicios de comunicación, y de los tipos de consumo mediático de la sociedad como un todo.

b) La relación económica, política y cultural que se establece en términos generales entre el nivel municipal y central del Estado define en gran medida las condiciones específicas de existencia y apropiación de los medios y los servicios públicos de comunicación en la ciudad. A su vez, estas relaciones se presentan en un nuevo contexto en el que la crisis estructural del capitalismo y la crisis de legitimidad del Estado centralizado plantean la necesidad de nuevas instituciones y de nuevas formas de gestión.

c) Cabe preguntarse en qué sentido y medida las características diferenciales señaladas para los medios y servicios públicos que despliega el gobierno local (descentralización estatal, penetración social, accesibilidad social, consistencia democrática) se correlacionan con las atribuciones que igualmente diferencian de forma más o menos sustancial a los medios públicos locales de comunicación, de los medios públicos regionales y nacionales, y de los medios y servicios privados de comunicación, y cómo éstos se manifiestan en el plano de los medios y del mensaje, del contenido y del artefacto tecnológico.

La crisis urbana y la intervención del Estado

Desde su particular estructuralismo, Castells entiende como crisis urbana una incompatibilidad objetiva de intereses sociales, que se expresa en la disputa por la apropiación de los servicios públicos colectivos, y que en todo momento desborda el proyecto de ciudad del gobierno local:

“Por cínica que pueda parecer esta observación, podemos generalizar y decir que una crisis urbana no se define por el sufrimiento humano o la falta de alojamiento, sino por la medida en que un sistema dominante de intereses sociales no puede cumplir los intereses básicos esperados de un sistema urbano, ya sea a causa de contradicciones internas entre algunos de los objetivos, ya por el reto creciente de intereses sociales alternativos” (Castells, 1983: 303).

La crisis urbana resulta entonces una manifestación directa del proceso de desarrollo de los servicios públicos municipales:

“La crisis municipal expresa, pues, en primer término, la crisis urbana entendida como crisis de los servicios públicos colectivos, consecuencia directa de la crisis estructural de la acumulación capitalista y de las políticas de austeridad utilizadas para superarla” (Castells, 1981: 311).

Volvamos a la intervención mediática del Estado municipal. ¿Qué relación podemos plantear entre la crisis urbana así entendida y la constitución de los medios públicos de comunicación municipal? ¿En qué medida las crisis urbanas tienen o han tenido algo que ver con la disputa por y en los servicios y medios públicos de comunicación local? ¿Hay incumplimiento del Estado municipal en la prestación de dichos servicios? Si así fuera, ¿quiénes son los actores y cuáles son los intereses elementales que participan de la disputa potencial por la expansión o contracción de los medios y servicios de comunicación local? Si pensásemos que no, que efectivamente no hay demanda social de medios públicos de comunicación local, ¿podríamos con ello descartar incluso la posibilidad de una incidencia indirecta de los medios y servicios públicos de comunicación en la formación de la crisis urbana, ya sea por excesiva presencia o por su ausencia? Este último punto nos lleva automáticamente a pensar en el tipo y la medida de incidencia y de relación que se establece

entre las políticas de comunicación municipal y el conjunto de las fuerzas de intervención del Estado municipal en relación a la crisis urbana.

Sabemos que la política municipal define en gran medida la dimensión que adquieren las luchas y las negociaciones en la escena política municipal. A partir de ello es posible suponer que dependiendo de las condiciones de recepción y de interacción con y por los medios y servicios públicos de comunicación local (en relación al conjunto del sistema de medios de comunicación), éstos podrían resultar claves en la definición del escenario de lucha de la política municipal.

Planteado de otro modo, la intervención del Estado en la producción, distribución y gestión de bienes y servicios presenta para Castells un carácter contradictorio, sujeto a las relaciones de fuerzas entre actores sociales, que tiende a exacerbar la instancia de lo político en el territorio urbano:

“Ante las demandas populares y las necesidades del capital, el Estado interviene produciendo, distribuyendo y gestionando los bienes y servicios así requeridos. De esa forma, el conjunto de la problemática urbana se politiza al ser su centro el Estado, instrumento específico de los procesos de poder. Con mayor motivo porque dicha intervención es profundamente contradictoria. Por un lado, porque al ser el Estado expresión de los conflictos de poder y de las luchas sociales en su seno, los sistemas urbanos oscilarán en función de las correlaciones de fuerzas y se convertirá en escenario y objeto de una extensión de la lucha de clases” (Castells, 1981: 321)

En este sentido, la concepción del servicio público entra en aparente contradicción con las políticas económicas del Estado municipal, orientadas a favorecer la expansión de los intereses económicos privados:

“El conjunto de esta política desarrolla una cierta contradicción entre el aparato urbanístico del Estado, constituido institucional y políticamente en torno a la concepción del servicio público, y la práctica consistente en favorecer sistemáticamente la acumulación del capital privado” (Castells, 1976: 226).

En cuanto a los medios de comunicación: ¿de qué forma resulta contradictorio el desarrollo de medios y servicios públicos de comunicación local, en relación a los procesos de acumulación del capital privado? O dicho de otra manera, ¿qué forma adquiere la dinámica de dichos medios y servicios públicos en el escenario de las demandas políticas locales y las expectativas empresariales de beneficio económico?

Un aspecto sensible en este punto tiene que ver con las consecuencias económicas de la intervención o de la expansión política del municipio. Castells enciende la alarma de los servicios públicos al indicar cómo la expansión de los mismos puede actuar como factor precipitante de una crisis de hacienda y del crecimiento de la deuda pública:

(...) dicha intervención pública desemboca en la crisis de las haciendas públicas a medida que los ingresos no pueden seguir el ritmo de crecimiento del gasto, debido al doble límite de la resistencia del capital a invertir más allá de un cierto umbral impositivo y de las protestas populares con respecto a un aumento desmesurado de la presión tributaria. Como la infraestructura necesaria al capital y los servicios requeridos por la población tenían que ser cubiertos, el Estado en general y los municipios en particular hubieron de recurrir a un aumento de la emisión monetaria y, sobre todo, a una emisión de deuda pública que cubriera con creces el aumento de las capacidades productivas de la economía (...) La razón es obvia: se trata de concentrar los recursos públicos que queden en las inversiones destinadas a mantener la tasa de ganancia del capital privado, motor del sistema (Castells, 1981: 310).

Dicho esto, Castells llega a la misma conclusión que Habermas: la expansión del Estado es inseparable de su crisis de legitimidad:

“Porque un Estado omnipresente, en una sociedad cada vez más contradictoria, genera revueltas cada vez más profundas, oposiciones

cada vez más diversificadas, resistencias cada vez más intensas. La expansión del Estado es inseparable de su crisis de legitimidad. Su fuerza creciente es el fundamento mismo de su debilidad rampante” (Castells, 1981: 313).

Esta afirmación es ciertamente crítica para el proyecto de servicios públicos de comunicación que promueve el Estado municipal y/o le demandan los diferentes actores sociales. La medida de la dificultad es enorme, y cobra mayor virulencia en tanto aumenten las especulaciones y sospechas sobre la posibilidad de que una fuerza creciente de los servicios públicos de comunicación municipal podría constituirse en el fundamento de la crisis de legitimidad del gobierno local.

De igual modo, la crisis de legitimidad política del estado municipal no necesariamente conlleva la revisión de las voluntades, capacidades y posibilidades del gobierno para la *dirección cultural de la ciudad*, que implicaría entre otros aspectos tomar una decisión consciente a favor o en contra de la planificación y el desarrollo de servicios y medios de comunicación de creciente valor público. Es frecuente constatar la *ausencia de la función municipal de gestión de la base cultural-audiovisual de la vida cotidiana* en la ciudad, en una situación en la que los poderes de decisión fundamentales residen en el Estado central, que muchas veces promueve su propio programa de generación y difusión de símbolos a escala nacional, que no siempre acuerda con el proyecto político del gobierno local.

¿Cómo combatir la deslegitimación de la autoridad municipal en la conciencia ciudadana? ¿Requiere ello someter a revisión la estrategia cultural de los gobiernos municipales, y su política de financiación, cualquiera sean los intereses dominantes que promueva, aunque el objetivo de mínima sea la lucha electoralista por legitimar el mandato popular?

Llegado a este punto, proponemos un breve paréntesis para recordar, como señalamos al principio del artículo, que Castells teoriza sobre los procesos de consumo colectivo en un contexto bien distinto al actual. En aquel momento previo a la revolución conservadora de Reagan y Thatcher, las fuerzas de apropiación del Estado conservaban en propiedad gran parte del aparato productivo, y las correlaciones de fuerzas entre actores sociales eran menos favorables a las empresas privadas. En aquel escenario, Castells advertía de la amenaza que implicaba el creciente *control estatal* de los medios de producción y del empleo total nacional:

“No sólo el Estado controla hoy una parte esencial de los medios de producción y de la inversión total y representa una proporción decisiva del empleo, sino que su presencia se extiende a todos los ámbitos de la vida social, desde la tasa de interés a los programas escolares, pasando por los medios de comunicación, las formas de consumo (...). Una tal ampliación de las funciones del Estado, con su correspondiente maquinaria para hacer efectivo su ámbito de actuación, es uno de los rasgos más amenazantes de las formas de Estado en el capitalismo monopolista” (Castells, 1981: 313).

Si bien luego de la reestructuración económica neoliberal de la década del 80 y del 90 del siglo XX el Estado comienza a recuperar selectivamente ciertos espacios y funciones en la dirección económica de la sociedad, éste continúa en el presente sin tener el control de una parte esencial de los medios de producción, de distribución y de gestión de los medios y servicios públicos. En el contexto actual, proponemos invertir la tesis de Castells, y por lo tanto afirmar que *la reducción de las funciones sociales del Estado, con su correspondiente maquinaria para hacer efectivo su ámbito de actuación, es uno de los rasgos más amenazantes de las formas del Estado en el capitalismo avanzado.*

Ello permitiría actualizar desde una concepción de servicio público los problemas que involucran a la planificación municipal del consumo colectivo de medios de comunicación. Esto es tanto más importante, como señala Castells, “cuanto que la intervención del Estado en el consumo colectivo politiza el conjunto de las contradicciones urbanas, transforma el Estado en organizador de los equipos de la vida cotidiana y globaliza y politiza los conflictos que surgen en esta esfera (Castells, 1976: 214).

Los medios y servicios públicos (de comunicación) municipales

Desde la explicación marxista de Castells, la importancia de los medios y servicios públicos se definen en función de su capacidad de determinación de las fuerzas de trabajo, cuyo desarrollo es estratégico para la expansión de los proyectos empresariales privados:

“La vivienda, la escuela, la sanidad, el transporte, la cultura, y tantos otros servicios esenciales de un sistema urbano, son elementos decisivos para determinar la cantidad y la calidad de las fuerzas de trabajo, y, por tanto, pasan a ser instrumentos decisivos en la creación de valor en las sociedades capitalistas avanzadas” (Castells, 1981: 320)

Ahora bien, en la visión de Castells, como ya hemos anotado, la existencia de los medios y servicios públicos resulta contradictoria en varios sentidos. Desde una lógica económica, a partir del momento que su prestación no es rentable para el capital privado, pero al mismo tiempo se vuelve imprescindible para garantizar la fuerza de trabajo que inicia el proceso de crecimiento económico capitalista:

“Así se puede comprobar una contradicción fundamental en el capitalismo avanzado entre, por un lado, el hecho que los medios colectivos de consumo (en la base de la organización de las ciudades) se requieren por el capital para una reproducción adecuada de las fuerzas de trabajo y los exigen las masas populares, y, por el otro, generalmente no son rentables en una producción capitalista” (Castells, 1976: 211).

Por otra parte, desde una perspectiva cultural, porque el proceso de estatización a través de los medios y servicios públicos tiende a oponerse al desarrollo identitario de las comunidades de base:

“Es más, el proceso creciente de estatización de la vida cotidiana a través de la política de equipamientos colectivos tropezará con la defensa de la identidad cultural y social de las comunidades de base (...)” (Castells, 1981: 321).

El registro de la importancia y el carácter contradictorio de los medios públicos colectivos en los términos expuestos, nos sugieren dos premisas para pensar los medios y servicios públicos de comunicación:

a) Antes que como elementos decisivos para la reproducción de la fuerza de trabajo, aunque sin prescindir de ello, podríamos presentar los medios y servicios públicos de comunicación como dispositivos claves para la determinación de las fuerzas de consumo colectivo, en sus diferentes lógicas económica, política y cultural.

b) Los medios públicos de comunicación se desarrollan en una línea discordante respecto a las contradicciones expuestas por Castells: éstos no responden a intereses empresariales, a la vez que continúan no siendo rentables para la producción capitalista.

Así expuestos, ambos puntos nos disparan ciertos interrogantes. Respecto a b): ¿Qué sucede con aquellos servicios públicos colectivos que gran parte de la sociedad no registra como necesidad, que en principio no favorecen ni perjudican directamente a los actores empresariales de mayor peso a nivel local, que sí compiten con los intereses de las grandes empresas mediáticas, pero que resultan estratégicos para las ambiciones públicas, para la conquista de una matriz relativamente común de sentido y opinión ciudadana, que involucre las experiencias compartidas en la ciudad, y con ello garanticen cierta disputa por los patrones de existencia social, así como un territorio de lucha específica por la búsqueda de representación política de la sociedad y por la legitimidad del gobierno municipal, en el proceso de construcción de poder local?.

Respecto a a) y b): ¿Cómo hacer frente a la creciente mediatización de los procesos de influencia social, al aumento de importancia de la dimensión audiovisual para la definición de

los procesos de significación social? ¿A partir de qué elementos se supone que el gobierno municipal pretenderá conservar en un futuro próximo su base de poder, su capacidad de existencia colectiva, el reconocimiento de su institucionalidad? ¿Cómo se pretenderá apuntalar el gobierno local, frente a las estrategias de mercadeo económico y político de las grandes corporaciones mediáticas que avanzan en el proceso de transformación mercantil de lo social, presionando para la expansión de sus ganancias en un mercado de consumo cada vez más desigual, buscando nichos de alta rentabilidad, provocando la hiper-individualización de los actos de consumo cultural, la segmentación y fragmentación de las audiencias según su poder adquisitivo y la consecuente totalización de lo minúsculo y lo privado, desconectado de los espacios comunes de convivencia social?. ¿Cuáles son en la actualidad los aspectos críticos de los procesos de construcción cultural en el territorio urbano, de construcción de legitimidad del Estado municipal, y qué lugar le asigna éste último a la creciente mediatización de los procesos de influencia colectiva?

Conclusión

En primer lugar, y esto vendría a ser un rasgo más bien novedoso, la cuestión de las políticas del gobierno local asociadas a los medios públicos de comunicación, o también de la escasez o la práctica ausencia de ellas, expresan en la actualidad una nueva dimensión de la crisis municipal, y ello en la medida que avanza la mediatización de los procesos de determinación social. La dimensión y las formas que cobran las luchas de los diferentes actores sociales por la expansión de sus fuerzas de opinión y de apropiación guardan estrecha relación con el papel que juegan en el sistema los medios y servicios públicos de comunicación. Estos medios y servicios municipales son el resultado del proceso de lucha y negociación en el campo político municipal, de los distintos actores sociales con cierta capacidad de incidencia en el gobierno local. En este sentido, los medios públicos de comunicación como fuerza de apropiación no están agotados (como sugieren las ideologías neoliberales), ni están dados de una vez y para siempre. Creemos que lo público es una conquista situada y que su extensión conlleva la contracción de lo privado. Siguiendo a Benjamin, Brecht y Elsenzberger, Douglass Kellner adopta una perspectiva de los medios de comunicación que denomina el “enfoque de la hegemonía”. Este señala a los medios de comunicación como el terreno de una hegemonía siempre cambiante y en evolución, en la cual los consensos se forjan en torno a la competencia entre posiciones políticas, valores y visiones de mundo. El Enfoque de la Hegemonía analiza los medios de comunicación como parte de un proceso de lucha económica, política, social y cultural. Según este enfoque, diferentes clases, sectores de capital, y grupos sociales compiten por la dominación social, intentando imponer sus visiones, intereses y agendas a la sociedad como un todo. La hegemonía es pues un desplazamiento, complejo, abierto, siempre sujeto a impugnación y agitación (Kellner, 2003: 16).

Esa visión permite abrir el terreno a la potencialidad de lo público en la evolución mediática, a partir de la afirmación de la naturaleza contingente de la composición de lo público / privado. Ello pone sobre el tapete, entre otros aspectos, la importancia de las *batallas en y por los medios de comunicación* para la construcción social de hegemonía y de poder, en la tensión irreductible entre lo público y lo privado. Como bien señaló Kellner: “La lucha por un sistema de comunicación democrático es por lo tanto la lucha por una sociedad democrática” (Kellner, 2000: 11)

Volviendo al análisis desarrollado en el artículo, podemos observar cómo esta visión de los medios y servicios de comunicación es complementaria de la perspectiva de los procesos de consumo colectivo que desarrolla Manuel Castells, y de la equiparación que proponemos a partir del autor de los medios de comunicación como servicios públicos colectivos, integrándola al corazón de la idea de crisis urbana y de cambio social.

En segundo lugar, adelantamos algunos puntos respecto a la potencial contribución de este período de producción teórica de Castells para el análisis de la relación de los *medios de comunicación* con los procesos de *cambio social* que se dirimen a nivel municipal y para la posibilidad de pensar al interior del marco descrito, a los medios de comunicación como uno de los tipos de *servicios o medios públicos colectivos de consumo*. A grandes rasgos, consideramos aspectos positivos:

- La perspectiva general que adopta el autor para el análisis de situaciones sociales y políticas concretas: Al igual que la de Gramsci¹¹ o cualquier perspectiva marxista, se concentra en el *análisis de las "relaciones de fuerzas"*, condensaciones de economía, cultura política y organización.

- La pretensión de explicación de la *dinámica del cambio social*: En tal sentido adopta las relaciones de poder como objeto de análisis. Más bien el entramado de relaciones de lucha entre los diferentes actores con pretensiones de poder. Suscribe a una teoría del conflicto (y del poder) desde una perspectiva multidimensional.

- La *perspectiva del gobierno municipal* como un actor social específico, desde una mirada estratégica a la totalidad del juego social (en este caso desde la perspectiva de la "planificación urbana"): Ello en el marco de una visión multiperspectivista sobre la lucha de poderes. Entre otros aspectos, entendemos que la visualización de las contrariedades que expresan el nexo de economía y política en la formulación de políticas públicas y el dilema financiero de la gestión municipal con arreglo al juego de poder, son contribuciones efectivas de la perspectiva en cuestión.

- Las *ciudades como espacio y tiempo social* de análisis y como territorios principales de las nuevas batallas geopolíticas (en relación con la producción de Mike Davis¹²).

En tercer lugar, para concluir, señalamos algunas de las futuras líneas teóricas que buscaremos desarrollar con y contra la perspectiva marxista de Castells y otros, para avanzar en la investigación de la relación entre los medios, servicios y/o tecnologías de comunicación y los procesos de cambio social:

- El deslizamiento de las categorías marxistas (aunque no necesariamente en línea con las visiones actuales del autor), abandonando el enfoque centrado exclusivamente en el proceso de desarrollo económico y su expresión política y cultural, y adoptando una perspectiva ampliada de lo social (donde lo económico es un campo práctico más, que no necesariamente actúa como determinante en primera instancia), adoptando una perspectiva de totalidad situada y un paradigma del conflicto, para la explicación del proceso histórico de cambio social.

- El reemplazo de la lógica de clases por una lógica de juego entre actores sociales (a la vez individuales, grupales, organizacionales). Estos actores sociales se definirían en primer lugar a partir de las acciones y operaciones condicionadas de apropiación que desarrollan en las diferentes situaciones del juego social.

- La subsunción de las relaciones específicas de producción a las relaciones sociales o relaciones de poder, definidas en primera instancia a partir de una noción ampliada de *apropiación*. Ello permitiría un primer deslizamiento de las fuerzas productivas a las fuerzas apropiativas (como expresión del conjunto de las fuerzas sociales).

Bibliografía

CASTELLS, Manuel. 1972. *La cuestión urbana*, Ed. SXXI, México, 16ed, 2004

CASTELLS, Manuel. 1976. *Crisis del Estado, Consumo colectivo y Contradicciones Urbanas*, en Poulantzas, Nicos -ed.- (1976): *La Crisis del Estado*, Ed. Fontanella, Barcelona, 1977, p205-237.

CASTELLS, Manuel. 1978. *City, class and power*, MacMillan, London.

CASTELLS, Manuel. 1981. *Crisis urbana y cambio social*, Ed. SXXI, Madrid.

¹¹ Ver Gramsci, 1949.

¹² A este respecto, es recomendable la lectura de dos obras de Mike Davis: *Planets of slums* (Davis, 2006) y *Dead Cities, and Other Tales* (Davis, 2003).

CASTELLS, Manuel. 1983. *La ciudad y las masas. Sociología de los movimientos sociales urbanos*, Ed. Alianza, Madrid.

CASTELLS, Manuel. 1985a. *Reestructuración económica, revolución tecnológica y nueva organización del territorio*, en Hall, Peter et. al (1985): *Metrópolis, territorio y crisis*, Ed. Asamblea de Madrid, Madrid

CASTELLS, Manuel. 1985b. *Hight Technology, World Development and Structural Transformation*, en Mendlovitz, Saul; Walker, R. –eds.- (1987): *Toward a Just World Peace*, Ed. Butterworths, London.

CASTELLS, Manuel. 1989. *La ciudad informacional. Tecnologías de la Información, reestructuración económica y proceso urbano-regional*, Ed. Alianza, Madrid, 1995

CASTELLS, Manuel. 1996. *La era de la información. Vol.1. La sociedad red*, 2da Ed., Ed. Alianza, Madrid, 2000.

CASTELLS, Manuel. 1997. *La era de la información, Vol.2. El poder de la identidad*, 2da Ed, Ed. Alianza, Madrid, 2003.

CASTELLS, Manuel. 1998. *La era de la información, Vol.3. Fin de milenio*, 3era Ed., Ed. Alianza, Madrid, 2001.

GRAMSCI, Antonio. 1949. *La política y el Estado moderno*, Ed. Planeta-Agostini.

DAVIS, Mike. 2006. *Planets of slums*, Ed. Verso, New York

DAVIS, Mike. 2003. *Dead Cities, and Other Tales*, Ed, Blackwell, UK

KELLNER, Douglas. 2003. *Public access television and the struggle for democracy*, en <http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/> (Consultado el 21-01-09).

KELLNER, Douglas. 2000. *Television and the crisis for democracy*, en <http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/> (Consultado el 21-01-09).

PAHL, R.E. 1978. *Castells and Collective Consumption*, in *Sociology*, 1978; 12; 309