

CULTURA, GEOPOLÍTICA Y CONTRA-PODER CIUDADANO

A propósito del libro
“Geopolítica de la Palabra”
de Luis Lazzaro

Diego Llumá

Diego Llumá es periodista e investigador universitario. Licenciado en Ciencias de la Comunicación (UBA) y Master en Estudios Latinoamericanos (HEAL, Universidad de Paris III, Sorbonne Nouvelle). Fue secretario del Centro de Estudios Estratégicos para la Defensa "Manuel Belgrano" (Ministerio de Defensa de la Nación), *Director de Comunicación* y *Director Nacional de Cooperación Internacional* del Ministerio de Seguridad de la Nación.

Al leer *Geopolítica de la Palabra* (2015) de Luis Lazzaro¹, uno no puede evitar asociarlo con la trinchera de pensadores anticolonialistas argentinos, identificados con aquella nebulosa que propios y ajenos denominaron “revisionismo histórico” para explicitar su sentido políticamente opuesto a la historiografía “*mainstream*”, es decir la “oligárquica-liberal”.

Del último libro de Lazzaro emana un aura singular que lo emparenta, en particular, con el marxista Juan José Hernández Arregui, quien ya en los años 60 había subrayado la centralidad de la cultura en el dilema político y económico de la “dependencia”. Lazzaro y Hernández Arregui están, sin duda, emparentados.

Geopolítica de la palabra es un nuevo hito en la guerra cultural que trazó en los años 50-60 el autor de *Imperialismo y Cultura* y *La Formación de la Conciencia Nacional*. Es una reflexión necesaria en esta fase de retroceso “parcial y temporario” del espacio “nacional-popular” como expresión de la política en tanto garante de la soberanía popular.

En ese sentido, el aporte de Lazzaro desde la orilla de la política es un signo en una cadena de producción de sentido contra-hegemónico en esta etapa caracterizada por un sistema reticulado de relaciones de producción, lideradas por el capital financiero concentrado y las tecnologías de la información comunicación a escala global.

Para comprender la relevancia de este texto conviene poner en perspectiva histórica la coherencia personal del autor, cuya biografía misma señala un hilo conductor, una orientación política y estratégica.

Geopolítica de la Palabra sigue a *La Batalla de la Comunicación*. Ambos son producto del análisis de un intelectual revolucionario en sintonía con su época: En los remotos setenta en un frente de batalla que lo llevó al exilio y de ahí a la revolución sandinista, para luego regresar al país para insertarse en varios medios, en el sindicalismo y luego en la función pública.

La nueva era que se abrió en la Argentina tras la victoria electoral de un fenómeno anti-político, ha emancipado del yugo de la gestión pública a muchos intelectuales que se habían visto empantanados en el día a día de los incordios domésticos, para volver a volcar su aporte al desarrollo de pensamiento estratégico propio. Habrá entonces que aprovechar para zambullirse en la reflexión porque “crisis es oportunidad”. Habrá que leer y releer los libros de Lazzaro.

¹ LAZZARO, Luis, *Geopolítica de la palabra. Reflexiones sobre comunicación, identidad y autonomía*, Buenos Aires, UNDAV/CICCU, 2015, 256 pp.

La democracia requiere en esta etapa la rehabilitación de la palabra para enfrentar no sólo la contraofensiva reaccionaria-liberal-oligárquica-imperialista que domina la miopía ideológica de la fuerza local anti-política, sino también el desafío de la globalización y el modo de producción basado en las redes digitales.

Este escenario, que es exterior y superior a la voluntad consciente de los agentes que se pretenden ser sus interlocutores en la Argentina (hoy en el gobierno), se caracteriza por el desarrollo en tiempo real de fuerzas económicas autonomizadas de la esfera política, las que establecen de hecho un sistema “sub-político” de (des)orden mundial. *“Con la globalización surgen espacios de poder, de lo social, que destripan y ponen patas para arriba la ortodoxia de la política y la sociedad”*, sostiene Ulrich Beck².

La política pues, obligada a gobernar una especie vacío generado por la segunda modernidad conducida por la revolución de la tecnologías de la información, enfrenta el desafío de comprender su propio lugar (es decir la identidad propia de los actores que se reclaman combatientes del bando de la democracia).

Lazzaro propone una herramienta de combate, y lo hace ahora desde un lugar más cómodo, sin ligaduras ni compromisos o hibridaciones propias de los procesos políticos “vivos” que obligan a concesiones. Propone la geopolítica como “orden de batalla” de la *batalla de la comunicación*.

El refundador moderno de esta disciplina, el francés Yves Lacoste, la propuso a comienzos de los setenta como herramienta para comprender las relaciones de poder entre Estados y, lo más importante, para comprender los universos de representación colectivos, *los imaginarios* en pugna.

Lacoste partió señalando que la geografía es un arma para la guerra. Esa orientación provocadora está inscrita en el libro en cuestión que propone volver a la cartografía como matriz para segmentar identidades, espacios y tensiones de poder en entre esas identidades en aquellos espacios.

No está sólo en esta cruzada. Así como entendemos que este libro es un eslabón de una cadena de autores de tradición contra-hegemónica, otros pensadores contemporáneos aportan a la deconstrucción del nuevo espacio y del conflicto. Esta génesis está explicitada en sus páginas: Martín Jesús Barbero, Néstor García Canclini, Manuel Castells, Ulrich Beck, Zygmunt Bauman, por una parte. Y por otra opinamos que su contribución se

² BECK, Ulrich, *Poder y contrapoder en la era global: la nueva economía política mundial*, Barcelona, Paidós, 2004.

inscribe también en un marco de teoría de la “geopolítica de la cultura” que ha abordado bien Frederique Martell en su *“Cultura Mainstream”*³.

Martell prefiere hablar de *industrias creativas* antes que industrias culturales (más propias de la primera modernidad, las que facilitaban la tarea de “manufacturación del consentimiento” con el que la corporaciones trasnacionales moldeaban la opinión en una era de ascenso de la democracia de masas) pues ya no se trata simplemente de productos culturales, sino de una cultura de mercado en la que son determinantes servicios y flujos, contenidos y formatos, para entender el tipo de conciencia que construyen. No sólo industria, sino también los gobiernos que buscan dotarse de “soft power” (más adecuado y económico que el poder militar) y las microempresas que buscan innovaciones en los medios de comunicación y en “la creación desmaterializada”.

“Lucha social, lucha cultural y confrontación con el poder son aspectos inescindibles del valor más alto de identidad que es el signo político mediante el cual se cuestionan también las hegemonías”, señala Lazzaro. *“Se trata entonces de abordar los territorios simbólicos donde se dirime el poder real con alocuciones y sistemas de signos y sentidos que nos expresen, que den cuenta de nuestra identidad y nuestros intereses”.*

Pero también llama la atención a que *“muchas contraculturas o discursos de rechazo al sistema suelen terminar como ornamentos exóticos del propio orden dominante ya no para desmarcarse sino para legitimarlo”.* Este párrafo, es una advertencia escrita hace apenas año y medio, cuando pocos imaginaban que una derrota electoral del peronismo podría echar por tierra los progresos de la política sobre la sub-política de las corporaciones agro-financieras en el país. El autor advertía que la negligencia a la hora de gestionar el escaso poder conquistado (o ganado a la ruleta) en 2003 podía terminar como *“las revoluciones (que) se resuelven a menudo en formas pintorescas de integración”.*

La *Geopolítica de la Palabra* es la política por otros medios, recurriendo a una fórmula clausewitziana que no por muy usada se ha vuelto menos vigente. Es un eslabón en el esfuerzo por entender cómo se fabrica el sentido común de época del que hablaba Antonio Gramsci. Aquello que califica lo que está bien o mal, lo que tiene valor o no, lo que existe o no existe, según el grado de visibilidad que adquiere.

Diálogo de contenidos y redes, la cuestión del modelo económico y de la creación de masas. *“Ha estallado una guerra mundial de los contenidos”*, sostiene Martell en su análisis geopolítico de la cultura que da forma desde las usinas de Miami y Los Ángeles incluso a la forma en que los latinoamericanos entendemos lo que es “cultura latina”.

³ MARTEL, Frédéric, *Cultura Mainstream: Cómo nacen los fenómenos de masas*, Madrid, Ed. Taurus, 2011.

La guerra, dice Martell se da “*en los medios para controlar la información, en las televisiones por dominar los formatos audiovisuales de las series; en la cultura por conquistar nuevos mercados a través del cine, la música y el libro y finalmente es una batalla internacional por los intercambios de contenidos en internet*”.

Es la guerra por el “*soft power*”. Guerra entre bloques dominantes que concentran prácticamente todos los intercambios comerciales.

Hay que desempolvar entonces la geografía –en el más puro sentido que le dio Lacoste en su célebre *La géographie, ça sert, d’abord, à faire la guerre* de 1976, y la geopolítica en el marco de un Plan de Acción a desplegar sobre los nuevos territorios, en esta etapa de escasa organización de las fuerzas democráticas (es decir de *la* política).

La geografía sirve tanto para conquistar un territorio como para mantenerse en él como poder dominante, dice el francés padre de la geopolítica moderna. Los *mapas* juegan un rol central. Por eso en la primera modernidad el saber geográfico estuvo en manos de una élite política, militar y económica que lo usó de manera coercitiva. “*Para el desarrollo de una sociedad democrática -sostiene Lacoste- es grave que solamente una minoría sepa cómo se transforma la situación concretamente en las múltiples partes del territorio y cómo se puede intervenir en esos cambios*”.

De la mano de Lazzaro podemos recuperar esta formulación y trasladarla al “espacio” reticulado. Él aporta una lupa para leer las nuevas cartografías de un mundo de redes, es decir herramientas concretas para la comprensión de los dispositivos de construcción de la hegemonía liderada por el antagonista.

En este tiempo en que de los procesos de producción en el espacio reticulado surge una subjetividad manufacturada con una eficacia nunca antes vista, pensadores como Lazzaro reinstalan el conflicto en el centro del debate.

Ya no sólo como artificio revoltoso de una “progresía” que siempre termina dando testimonio de superioridad ética desde el fracaso, sino como un geógrafo de estos tiempos.

En tanto que investigador, comunicador y ensayista, es también cartógrafo y profundo entendedor de esa imbricación entre territorio, lengua e identidad.

En esta época de cambios, *Geopolítica de la Palabra* nos propone que cambiemos el enfoque porque la segunda modernidad es un proceso que “*crea vínculos y espacios transnacionales, revaloriza culturas locales y trae a un primer plano terceras culturas*”, volviendo a Beck.

Para ello hay que cambiar la pasividad denunciadora, las *rabietas*, que son puro gasto de energía improductivo y que refuerza el imaginario de derrota épica del campo nacional y popular, en el que el héroe-víctima tiene una centralidad sacramental.

En fin, una nueva geopolítica de la palabra debe ser la hoja de ruta, que sirva a los que quieren recuperar la ofensiva. Se trata, pues, de insertarse en una estrategia de contrapoder del despotismo contemporáneo, es decir en esa sub-política glo-cal, como proceso que vincula la economía globalizada con los fenómenos nacional-estatales.

El libro de Lazzaro, pues, resulta orientador y oportuno, sobre todo para la Argentina y su región desposeídas recientemente incluso de las mínimas protecciones estatales ante el avasallamiento del capital financiero.