

Elementos para una crítica materialista de la comunicación y la cultura

JAVIER MORENO



Marxismo y comunicación.
Teoría crítica de la mediación social.
Francisco Sierra Caballero
383 páginas. Madrid, 2020. Siglo XXI,
Colección Filosofía y Pensamiento.
ISBN: 978-84-323-1988-4

247

El año 2020 ha sido un año atípico a todos los efectos, aunque, sin lugar a duda, no ha sido tan atípico para aquellos que desde la teoría crítica venían analizando y previendo las consecuencias nocivas que el capitalismo financiero global tiene para la vida. En esto coinciden con aquellos autores de ciencia ficción que en los últimos años han lanzado en diversos formatos (novela, películas, series, etcétera) toda una batería de futuros distópicos que más bien parecían un ejercicio de prospectiva que el fruto de una proyección fantástica desconectada de la realidad social. No es difícil imaginar por qué Marx, como viene recogido en el libro, a la vez que analizaba el fun-



cionamiento del capitalismo y sus crisis, convivía con múltiples referencias de literatura de misterio, de fantasía y terror,



de fantasmas y vampiros, inspiradores quizás la famosa máxima contenida en el *Manifiesto comunista* sobre el fantasma que recorre Europa y, sin duda, una suerte de proyección crítica sobre los monstruos que crean los sueños de la razón, de enorme relevancia para comprender el siglo XXI.

En este contexto, entre lo fantasmático y lo distópico, se publica el libro de Francisco Sierra, *Marxismo y comunicación. Teoría crítica de la mediación social*, lanzado en plena pandemia y que apunta igualmente en la dirección de utilizar las herramientas que el marxismo pone a nuestra disposición para una práctica teórica crítica con afán de transformación. El libro viene así a cubrir varias ausencias notables no solo en la investigación en ciencias sociales, sino en la propia práctica política contemporánea, atravesada de manera irreversible por la mediación digital.

La investigación crítica en ciencias sociales en general y en comunicación en particular ha sido tradicionalmente relegada a los márgenes de los sistemas de validación académica dominantes en cada época, vinculados a la sociología de corte funcionalista. En la actualidad la situación no ha hecho más que agravarse con la consolidación, también en nuestro país, de un sistema administrativo de investigación y docencia subordinado a los indicadores controlados por grandes corporaciones privadas del pensamiento que, al modo de las agencias de *rating*, establecen *rankings* que incluyen o excluyen de la circulación a las obras y la estabilidad laboral a sus autores. Afortunadamente, este marco adverso no ha sido obstáculo para la publicación de

una obra a contracorriente que no solo resulta un ejercicio de genealogía histórica de la teoría crítica de la mediación social, sino también un diálogo sin concesiones con los principales debates teóricos y prácticos de la coyuntura actual.

Se ha repetido hasta la saciedad que uno de los agujeros negros del marxismo ha sido el estudio de la comunicación en su doble dimensión material y cultural. Incluso, como nos recuerda Armand Mattelart en su prólogo, se ha llegado a afirmar que «Marx perdió el autobús de la comunicación» (McLuhan *dixit*) para justificar, en consonancia con las tesis del fin de la historia, que en el contexto de las sociedades de la información la teoría crítica no tenía nada que decir. Nada más lejos de la realidad. Son numerosos los trabajos provenientes de tradiciones y escuelas de investigación crítica en comunicación que han encontrado un prolífico caldo de cultivo en la reflexión sobre las complejas formas de articulación de la ideología y la producción cultural en el modo de desarrollo capitalista. En este empeño, resulta especialmente relevante el trabajo que la editorial Siglo XXI viene realizando hace tiempo y que no acaba con la publicación que aquí nos ocupa, pues en breve aparecerá la reedición de los textos sobre comunicación y lucha de clases de Armand Mattelart y Seth Siegelau.

La tercera de las ausencias que nos gustaría destacar es aquella que, desde supuestas posiciones críticas, ahonda en un ejercicio de desmemoria a la hora de abordar las complejas mediaciones de los sistemas sociales actuales, con lecturas descontextualizadas de las aportaciones del marxismo (quizás Gramsci haya

sido el marxista más manoseado y menos entendido por los estudios en comunicación) propias de cierta deriva posmoderna imperante, por ejemplo, en los estudios culturales más difundidos en la actualidad. Francisco Sierra no evita pronunciarse sobre esta coyuntura, y lo hace sin ambages, criticando la «vocación teórica profundamente antimarxista» de las nuevas narrativas de la izquierda, ante la que es necesario un ejercicio de memoria que, de acuerdo con Mariátegui, nos ayude a proyectar en el horizonte histórico. En un momento en el que se reivindica la obra de autores como Stuart Hall en el ámbito de la estrategia política, resulta urgente situar a estos autores en la constelación del marxismo, en su diálogo con autores y teorías no solo coetáneos, sino también clásicos, pues, cuando se cumple el bicentenario del nacimiento de Marx, descubrimos que su obra, y la de aquellos que inspiró, sigue siendo un campo prolífico para entender el presente con vocación transformadora.

Podríamos situar el *leit motiv* central del libro en el objetivo de sentar las bases de una teoría materialista de la mediación o, en otras palabras, de una crítica marxista de la comunicación y la cultura para el desarrollo del pensamiento emancipador en comunicación. En este sentido, reivindica el autor un materialismo no contaminado por el mecanicismo o el determinismo económico, sino, antes bien, volver al sentido original del materialismo que pensaba Marx y que comprende «el juego de límites, presiones, condicionamientos y clausuras que la superestructura ideológica experimenta en relación con las formas de producción material, desde una lectura compleja y

dinámica de la dialéctica de lo social». No obstante, esta aproximación no se hace desde una visión escolástica de la obra marxista, sino con un espíritu de reapropiación crítica y creativa, usando precisamente las propias armas de la crítica marxista para pensar el ecosistema cultural hipermediatizado que nos rodea desde nuevas categorías y herramientas de análisis.

En este recorrido, el profesor Sierra nos presenta una estructura separada en dos bloques diferenciados, aunque íntimamente relacionados en lo que a su aplicación práctica se refiere: un recorrido genealógico por los fundamentos marxistas de la comunicación, de Marx a Brecht pasando por Gramsci, la Escuela de Frankfurt o Althusser; y, en segundo lugar, un esbozo de la agenda de la teoría crítica en comunicación en la era digital.

Una de las lecturas más sugerentes del primer bloque es el recorrido por la lógica materialista de análisis de la mediación, de la mano de Juan Carlos Rodríguez, uno de los referentes teóricos del marxismo en nuestro país y cuya contribución resulta central para entender la compleja configuración de las relaciones sociales como «mezcla del nivel económico (siempre determinante), del nivel político y del nivel ideológico». Se expresa así un punto inicial del diálogo que el autor propone con el libro en el que se rompe con claridad tanto con la tradición mecanicista del marxismo, que privilegia el factor económico y el desarrollo de las fuerzas productivas como eje del cambio social, como con la lectura superestructural que relega y olvida los condicionantes económicos y las relaciones de producción. A partir de este punto, se ex-





ponen los principales aportes que la teoría crítica ha contrapuesto al dominio de la investigación administrativa propia de la *Mass Communication Research* con referencias que van de Marx y Engels a la Escuela de Frankfurt, que en su crítica de las industrias culturales inspiraron una nueva agenda de investigación fundadora tanto de la economía política de la comunicación como de los estudios culturales. Durante este recorrido, el autor se detiene en las principales aportaciones que la teoría marxista ha tenido el ámbito de la reproducción ideológica, como por ejemplo la de los aparatos ideológicos del Estado, de Althusser, o la revalorización de la cultura popular como un proceso contradictorio y abierto de producción del sentido y configuración de las identidades, que llevaron a cabo los autores de la primera generación de los estudios culturales británicos. Un eje articulador de esta primera parte, en lo que tuvo de contrapunto para Althusser o de inspiración para autores como Williams, Thompson o Hall, es la figura de Gramsci y sus aportaciones en torno a la materialidad de la ideología y a la apertura que la dimensión cultural supone para los procesos de dominación y legitimación del poder.

Mención aparte merece el capítulo que el autor dedica a las aportaciones de Bertolt Brecht para la teoría materialista de la mediación, que cierra el primer bloque. La original aportación que Brecht supuso para la teoría marxista de la comunicación reside precisamente en su heterodoxa aproximación a los nuevos medios, técnicas y lenguajes del ámbito de la reproducción industrial de la cultura, que tan bien conoció por su

trabajo en Hollywood. Con una clara interconexión con los escritos de Benjamin, sus intentos de renovación del lenguaje de la crítica y de conexión con el sujeto popular colectivo desde una reapropiación subversiva de las narrativas tradicionales supone un ejemplo a imitar en la actualidad.

El segundo bloque completa lo esbozado en el primero, abordando algunos de los nudos que el marxismo ha de seguir desentrañando con relación a la mediación social en el contexto de la era digital para, en paralelo, ir esbozando una agenda de la teoría crítica de la comunicación y la cultura para el siglo XXI. La reflexión sobre los cambios operados en el tardocapitalismo, en el que las redes y variables inmateriales de comunicación y cultura ocupan un lugar central, y la necesaria actualización de la teoría crítica en lo que a valorización del capital y la lucha de clases se refiere, ocupan el primer capítulo del segundo bloque. Es entonces cuando el autor recurre a las aportaciones teóricas en torno a la crítica del capitalismo cognitivo para repensar la teoría del valor en la actualidad, conectando con lo enunciado, aunque de manera incompleta, por Marx en torno al *general intellect* y al trabajo abstracto como fuentes de valorización y apropiación privativa del capital, pero también como elemento potencial de subversión debido al carácter fundamentalmente común y colectivo del trabajo inmaterial.

Junto con la vindicación de las aportaciones de Brecht a la crítica materialista de la mediación social, otra de las aportaciones originales del libro que nos ocupa es la recuperación de la lectura particular que el pensamiento crítico la-

tinoamericano realiza en torno a la crítica marxista de la ideología y la cultura. En este sentido, el autor rescata la obra de Bolívar Echeverría y su teoría materialista de la cultura como una «lectura cultural de *El capital*», en la que el carácter productivo, complejo, barroco de lo inmaterial y lo simbólico resultan centrales para esbozar lecturas alternativas de la modernidad o, si se prefiere, para pensar otras modernidades alternativas en la era digital.

El diagnóstico crítico de la sociedad de la información y del actual estadio del capitalismo solo tienen sentido para el autor si es útil para conocer los límites y alternativas democráticas del actual modelo de acumulación capitalista. Así, el autor dedica los últimos apartados del libro a exponer los principales puntos de reflexión para el pensamiento crítico en comunicación y cultura en el presente. Una suerte de agenda para el siglo XXI en la que no faltan los pro-

blemas ligados a las relaciones complejas entre capital transnacional, democracia y diversidad cultural; la proliferación de nuevas formas de gobierno y participación ciudadana en el ciberespacio; los nuevos procesos de valorización y circulación de los contenidos simbólicos; o la emergencia de nuevos derechos y contradictorias dinámicas de la comunicación en un contexto marcado por el *big data* o el capitalismo de plataformas. Para tal fin, el autor propone continuar la articulación de trabajo intelectual comprometido en torno a organizaciones como la Fundación de Investigaciones Marxistas o la Unión Latina de Economía Política de la Información, Comunicación y la Cultura. En resumidas cuentas, un programa para la acción que, como el mismo autor reconoce, fiel a su compromiso con la «Tesis 11» sobre Feuerbach, es fruto de que «no hay conocimiento sin pasión, ni transformación sin deseo o afán de superación». ★

