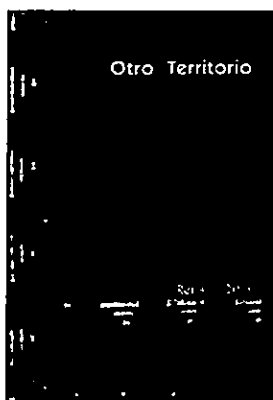


► OTRO TERRITORIO: UNA NUEVA REALIDAD CULTURAL

Ortiz, Renato. *Otro Territorio*. Bogotá: Tercer Mundo-Convenio Andrés Bello, 1998. 188 p.



Una nueva realidad intenta ser demarcada en el más reciente libro publicado por sociólogo e investigador brasileño Renato Ortiz. Bajo el título de *Otro territorio*, el autor busca explicar de qué manera las transformaciones tecnológicas y culturales, vivenciadas al interior de diversas sociedades, han propiciado el advenimiento de esa nueva realidad, en donde las expresiones más características son la globalización económica y tecnológica y la mundialización de la cultura.

La distinción entre ambas expresiones es pertinente en la medida en que cada una de ellas intenta dar cuenta de unos procesos concretos que es imposible examinar bajo una misma óptica o con las mismas categorías de análisis.

En este sentido, el autor sostiene que mientras la primera sirve para designar procesos más o menos homogéneos, en los que los objetos tecnológicos son producidos, globalmente, bajo una misma racionalidad, la segunda, debe dar cuenta de situaciones mucho más complejas en las que es preciso preguntarse de qué manera la modernidad-mundo penetra y altera el sentido de las identidades culturales, de los estados nacionales, del consumo, de la ciudadanía y del territorio.

No obstante, para el autor brasileño, la posibilidad de responder a este tipo de interrogantes, se constituye en un problema que desborda la capacidad de las ciencias sociales, pues su punto de vista es que estas continúan sujetas a lógicas y a referentes que impiden comprender los cambios que se han operado dentro de esa realidad.

Para Ortiz, la lógica del trabajo especializado en las ciencias sociales impone a los objetos estudiados una fragmentación, en la que cada una de ellas definiría una dimensión específica del objeto, lo cual quiere decir que, por este camino, estarían incapacitadas para comprender un proceso como la mundialización de la cultura, cuya amplitud demanda una mirada general, para poder dar cuenta de sus particularidades.

De igual manera sostiene, que las ciencias sociales han asumido el estudio de las relaciones sociales y la producción de la cultura a partir de su arraigo a un referente plenamente identificado, como lo es el territorio. Pero no de un territorio indiferenciado, sino más bien distinguido por las particularidades culturales que cada estado nacional supo forjar bajo sus fronteras.

Sin embargo, para el autor, lo que la globalización tecnológica y económica y la mundialización de la cultura ponen en cuestión es precisamente la claridad sobre esas fronteras y consecuentemente la integración de la población bajo una identidad nacional esencial o particular. De ahí que para referirse a esta nueva realidad prefiera hablar de modernidad-mundo, una situación en la que lo que se produce no es precisamente la homogenización cultural] de los individuos, por la estandarización de los productos que se consumen en distintos territorios, como parecen sugerirlo otros autores que continúan apoyándose en conceptos clásicos como el de sociedad de masas.

La modernidad-mundo es para Ortiz, esa nueva realidad en la que, aunque gran parte de los países muestran escenarios comunes como hoteles, aeropuertos, restaurantes; bienes de consumo comunes como hamburguesas Mc Donalds y gaseosas Coca-cola y productos comunicativos comunes como *films* de Hollywood o telenovelas brasileñas, que hacen que cualquier turista, en cualquier parte del mundo, se sienta como en casa, lo cierto es que esto no se constituye en un factor que logre borrar completamente las diferencias que hay entre las identidades nacionales y locales.

Para el sociólogo brasileño estos escenarios, estos bienes de consumo y estos productos comunicativos comunes no homogenizan culturalmente a las sociedades sino que las atraviesan y la cargan de nuevos sentidos. De ahí que para él, la modernidad mundo no puede ser estudiada como un conjunto de partes que interactúan entre sí (y que pueden ser examinadas por separado) sino más bien como un conjunto de planos atravesados en los que se conjugan y penetran identidades locales, nacionales y mundiales. A ello se refiere, además, cuando habla de 'otro territorio' pues entiende que lo cultural ya no coincide con su arraigo a un espacio físico determinado, sino que se encuentra, a la vez desterritorializado por la modernidad-mundo y reterritorializado en el consumo.

Sostiene además que este es un proceso que está siendo afianzado por la tendencia, cada vez más fuerte, de sustituir los modos de producción capitalista al estilo fordista, esto es de control centralizado, producción en masa, uniformidad y homogenización de los productos, por unos modos de producción más flexible, es decir con descentralización de la administración y el trabajo, producción segmentada y diversidad de los productos.

Finalmente, puede afirmar que el texto de Renato Ortiz se constituye en un valioso análisis que permite comprender la nueva y a la vez diversa realidad cultural a la que se enfrentan los países, a partir de su travesía por la modernidad-mundo.

MIRLA VILLADIEGO PRINS
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN