

Saturados de inteligencia / por Sergio Rubio¹

Lash, Scott. *Crítica de la información*. 1ª ed.

Buenos Aires : Amorrortu, 2005.

384 p. ; 23 cm. (Sociología)

Traducción de Horacio Pons

ISBN 950-518-188-4

Scott Lash nació en Chicago, es psicólogo, máster en Sociología, y doctor por London School of Economics. Fue profesor en la Universidad de Lancaster, y actualmente dicta clases de sociología y dirige el Centro de Estudios Culturales en el Goldsmiths College, de la Universidad de Londres. Amorrortu publicó sus libros *Sociología del posmodernismo* (1997) y *Economías de signos y espacio* (1998, en colaboración con John Urry).

La idea que articula el libro de Lash es la del tránsito histórico desde el ámbito de la cultura representacional hacia el de la cultura tecnológica en la sociedad de la información. Su análisis se funda en dos teorías: por un lado, en la teoría crítica, a la cual interpela acerca de sus condiciones de posibilidad actuales, y, por otro lado, en la teoría de la información, pero aquí sentimos la ausencia de la teoría fundante de Shannon y Weaver, que no está incluida.

La fórmula que resume *Crítica de la información*, es la de que “lo trascendental se encuentra hoy en lo empírico”. Me interesa reseñar los conceptos que en este sentido Lash analiza especialmente en el capítulo once, “La sociedad desinformada de la información”, a la luz de la reflexión sobre el canon cultural que imponen los grupos editoriales a través de las cadenas de librerías.

En la sociedad desinformada de la información los bienes y servicios son cada vez más ricos en información. La capacitación empirista de la fuerza laboral, el uso intensivo de la mano de obra, así como la acumulación de mercancías protegidas por las leyes de propiedad real, todas características salientes de la sociedad industrial, van siendo reemplazadas, paulatinamente, por una formación cada vez más analítico-discursiva de la fuerza de trabajo, la

¹ Carrera de Edición, UBA (2010)

cual emplea de un modo cada vez más intensivo el conocimiento para la producción de bienes que son, en definitiva, cada vez más ricos en información. Es decir que no se producen tanto mercancías como ciertas “singularidades”, cuyo principio rector no es la acumulación, sino la circulación, protegida por leyes de propiedad intelectual.

Singularidades por mercancías, circulación por acumulación, propiedad intelectual por propiedad real. Estos binomios portan una clave de comprensión de la cultura toda y por ende del mercado editorial, tal como podemos verificarlo en una visita a cualquier sucursal de cadenas de librerías en Buenos Aires.

Al lecto-cliente podría resultarle extraña la idea del carácter singular de los productos: las pilas de best-sellers y títulos afines evidencian aparentemente más la típica acumulación mercantilista que la singularidad posmoderna. Pero a poco de mirar detenidamente, advertirá que los propios elementos paratextuales buscan trascender el plano de la mercancía. Los libros han sido siempre un modelo de y para la invención de singularidades. La diferencia radica en qué intereses del campo editorial prevalecen dentro del esquema de las relaciones de fuerza culturales que lo constituyen en un momento histórico determinado. Desde la propia ubicación espacial (más o menos destacada y accesible) de los volúmenes en el local, los anaqueles y mesas, las vidrieras, desde el propio rostro, siempre reconocible, del autor, en los primeros planos de las cubiertas, o a cuerpo entero desde gigantografías, pasando por los diseños de las colecciones, con sus formatos dialógicos y sus gramáticas de la fidelidad, las reseñas encomiásticas (*blurb*) de las contratapas y solapas, que despliegan su semántica no por vacía y consumista menos precisa: los grupos editoriales imprimen sus marcas.

Si el lecto-cliente vuelve al mismo local días después, encontrará nuevas singularidades. Una de las consecuencias del veloz recambio de los títulos, es el resalte de la singularidad, tanto de los títulos nuevos que se van sucediendo sin solución de continuidad, como de los que van pasando al olvido de los depósitos o mesas de saldos: singularidades positivas (presentes), pero también, en contraste, negativas (ausentes): literalmente basura. La acumulación de las pilas de libros es efímera. Las “singularidades” deben

circular (logística, distribución, “libre circulación”), dejar espacio a los reemplazos, en una lógica del “empuje” que resulta en una repetición totalitaria de presentes, bastante lejana a lo que podemos representarnos como la coexistencia democrática de voces en la temporalidad.

La circulación de la novedad crea un eterno presente: inmediatez, particularidad, facticidad, contrastan con la universalidad, la temporalidad y la conceptualización del conocimiento discursivo. La información posmoderna no tiene significado lógico o existencial: fuera del tiempo real es literalmente basura. De este modo, no sólo las librerías, los best sellers y afines, sino, como indica Lash, toda la ciudad consumidora es información: las marcas, los bienes y los estilos de vida son efímeros y de rápida rotación.

Esta circulación que es principio de la información posindustrial, sólo puede darse por la protección de las leyes de propiedad intelectual, que aseguran la supervivencia de las marcas de los grupos editoriales. Propiedad intelectual y marca constituyen el marco arquitectónico orientativo del mercado editorial, organizando y regulando la circulación y comercialización del libro.

Los marcos no son la mercancía o la función, tampoco la narrativa o el discurso, dice Lash, y podemos apreciarlo en las librerías que funcionan como locales de venta minoristas de los grandes grupos editoriales, de las marcas que imponen no sólo qué títulos deben exponerse, sino también durante cuánto tiempo y en qué lugar, y obviamente a qué precios. Por eso no interesan tanto los contenidos o los géneros textuales, como sí los re-nombres de los autores inventados por las marcas. Por eso los libreros precarizados no seleccionan, ni asesoran a los lectores nóveles o avezados, sino que acarrean pilas de la vidriera a las mesas centrales, de allí a las laterales, de allí a las de saldos o depósitos, y colocan sensores, terminales de consulta para verificar precios, aseguran que la disposición del mobiliario del local permita el fluir y el recambio constantes, y la venta masiva.

Las cadenas de librerías adhieren al modelo cultural que, habiendo perdido su temporalidad en la inmediatez del acontecimiento y el tiempo real, abandonó su carácter representacional y narrativo, para convertirse en arquitectónica. Como lo explica Lash, en la ciudad capitalista toda la cultura está entre nosotros, no está en las representaciones, sino en los objetos, las marcas y las

tecnologías. Es habitada y vivida, más que encontrada en un ámbito autónomo como representación. El capitalismo manufacturero se enmarcaba a sí mismo (el capital se acumula), en la sociedad de la información los marcos deben imponerse desde fuera (la información circula, bombardea).

Con todo, la sociedad de la información no puede ser considerada como esencial y fundamentalmente desinformada, sino como contradictoria e insolublemente *informada-y-desinformada*, en función de que la racionalidad y el orden de la información posindustrial conducen a su opuesto, al caos de la información posmoderna. La socialización de la información es al mismo tiempo la socialización de la desinformación. Pero no deja de tratarse de un principio de la información. La noción que está en el centro de esta contradicción es la idea en su carácter inmanente, afirma Lash. La misma materialidad del capitalismo condujo a la dominación de su opuesto, la idea, el concepto, pero no considerado como un universal que subsume a un particular (lógico), ni como un trascendental (existencial), sino como un particular. La sociedad de la información está saturada de inteligencia.