

OFICIO DE CARTÓGRAFO

Travesías latinoamericanas de la
comunicación en la cultura

Jesús Martín-Barbero



FONDO DE CULTURA ECONÓMICA



SECCIÓN DE OBRAS DE SOCIOLOGÍA

OFICIO DE CARTÓGRAFO

JESÚS MARTÍN-BARBERO

OFICIO DE CARTÓGRAFO

Travesías latinoamericanas de la
comunicación en la cultura



FONDO DE CULTURA ECONÓMICA

MÉXICO - ARGENTINA - BRASIL - COLOMBIA - CHILE - ESPAÑA
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA - GUATEMALA - PERÚ - VENEZUELA

Primera edición: 2002

© Jesús Martín-Barbero

© Fondo de Cultura Económica

Av. Picacho Ajusco 227; Colonia Bosques del Pedregal; 14200 México, D.F.

© Fondo de Cultura Económica Chile S.A.

Paseo Bulnes 152, Santiago, Chile

Registro de propiedad intelectual N° 126.175

I.S.B.N.: 956-289-032-5

Coordinación editorial: Patricia Villanueva

Ilustración de la portada: Juan Cristián Peña

Composición y diagramación: Gloria Barrios

Impreso en Chile

A la memoria
de Patricia Anzola, Monserrat Ordoñez,
y Patricia Terrero,
amigas y tejedoras de lazos perdurables
entre los lentos senderos de la cultura y
los veloces flujos de la comunicación.

INTRODUCCIÓN

AVENTURAS DE UN CARTÓGRAFO MESTIZO

“Una bifurcación tomó por sorpresa a mi generación, cuya devoción por Prometeo no dejó ver venir a Hermes: comunicación, tránsitos, transmisiones, redes. Ahora vivimos en una inmensa mensajería, soportamos menos masas, encendemos menos fuegos, pero transportamos mensajes que gobiernan a los motores. (...)

Nunca podremos prescindir de campesinos y de tallistas, de albañiles ni de caldereros, y aún seguimos siendo arcaicos en las dos terceras partes de nuestras conductas pero, mientras que en otros tiempos fuimos más bien agricultores, y no hace tanto especialmente herreros, ahora somos sobre todo mensajeros”.

MICHEL SERRES

Motivado desde dos ámbitos —la demanda de que juntara en un volumen mis textos sobre comunicación de los años '90, desperdigados en multitud de revistas y libros colectivos, y la necesidad de poner alguna perspectiva histórica latinoamericana en un campo de investigación cuya corta edad, sumada a la aceleración de los cambios que atraviesa, lo hacen fácil presa de los seductores espejos que le proporciona la tecnología—, este libro busca contrarrestar en alguna medida la creciente tendencia al autismo tecnicista y la hegemonía gerencial que parecen estarse adueñando de los Estudios de Comunicación en América Latina. Lo que en principio iba a ser una antología de textos se transformó así

en un artesano ejercicio de cartografía. Que es en verdad el oficio al que he estado dedicado desde que al iniciarse los años '70 *la comunicación* apareció como enclave de pensamiento en mi tesis de doctorado en Filosofía, y desde entonces en el día a día de un trabajo entre nómada y viajero a lo ancho y largo de este "sub"-continente. El trazado de este libro hilvana textos y fragmentos de textos en los que, por cerca de treinta años, he ido haciendo unas veces de actor y otras de cronista de las travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. De ahí que mi trabajo haya tenido, y siga teniendo, tanto o más de aventura colectiva que personal, por lo que si el relato asume a ratos la primera persona, más que una marca de protagonismo es sólo una argucia discursiva del cartógrafo metido a cronista para dotar de hilo a la trama y de atractivo a la narración.

DE CARTAS Y MAPAS NOCTURNOS

Si toda crónica reclama un comienzo, debo empezar por contar quién y cómo dio nombre a mi oficio y título a este libro. Soy consciente del poco *académico* rumbo que toma esta introducción, pero es precisamente *contra* ese tono que escribo, o mejor contra el que se me rebela cada día más certeramente la escritura. El comienzo fue así: en la generosa despedida que en diciembre de 1995 me hizo la Universidad del Valle —en la que había trabajado veintiún años— una invitada, la investigadora mexicana Rossana Reguillo, bautizó mi aventura intelectual otorgándome el noble título de *cartógrafo mestizo*. Y fue a partir de lo que metaforizaba esa figura que lo que habían sido trabajos sueltos, esbozos e intuiciones, cobraron una *perspectiva* que focalizaba las

líneas y tensiones más secretas de mi propio trabajo. Cartografías habían sido algunos de mis textos más intensa y extensamente leídos, y los distintos *lugares* de mi trabajo encontraban ahí su *perdido* mapa. Fue así como comencé a interesarme por la situación en que se encuentra el oficio de cartógrafo y por lo que de ese oficio me concierne.

Lo primero que encontré es que la cartografía, incluida la cartografía cognitiva, se halla atrapada en el remolino de los apocalipsis fin de milenio que la han convertido en objeto de descalificaciones y disputas¹. Pues para algunos, todo mapa es en principio filtro y censura, que no sólo *reduce* el tamaño de lo representado sino *deforma* las figuras de la representación trucando, simplificando, mintiendo aunque sólo sea por omisión. Para otros, al situarse en la encrucijada de la ciencia y el arte, la cartografía se ha abierto a una ambigüedad ilimitada, ya que lo que las tecnologías *aclaran* en el plano de la observación y su registro es *emborronado* por la estetización digitalizada de su forma: en el cartografiado espacio de Bagdad las bombas *que veíamos* en la pantalla del televisor resultaban siendo fuegos de artificio o figuras de nintendo. Y finalmente, no pocos se preguntan: ¿mapas para qué?² Cuando la *estabilidad* del terreno, de los referentes y las medidas es socavada por *el flujo* de la vida urbana y la *fluidéz* de la experiencia cosmopolita, los mapas nos impedirían hacer nuestro propio camino al andar, aventurarnos a explorar y trazar nuevos itinerarios, nos evitan el riesgo de perdernos sin el que no hay posibilidad de descubrir/nos.

Pero, ¿quién ha dicho que la cartografía sólo puede representar fronteras y no construir imágenes de las relaciones y los entrelazamientos, de los senderos en fuga y los laberintos? Un experto cartógrafo como M.Serres ha escrito:

“Nuestra historia, singular y colectiva, nuestros descubrimientos como nuestros amores, se parecen más a las apuestas azarosas del clima o los sismos que a un viaje organizado provisto de un contrato de seguros (...) Por esta razón los mapas meteorológicos, rápidos y lábiles, o los lentos y pacientes que nos muestran las ciencias de la tierra profunda, con sus placas movedizas, líneas de fractura y puntos calientes, interesan hoy al filósofo más que los antiguos mapas de carreteras”³. Estamos ante una lógica cartográfica que se vuelve *fractal* —en los mapas el mundo recupera la diversa singularidad de los objetos: cordilleras, islas, selvas, océanos— y se expresa *textual*, o mejor *textilmente*: en pliegues y despliegues, reverses, intertextos, intervalos. Es lo que condensa para Serres la imagen de Penélope tejiendo y destejiendo el mapa de los viajes de su marido, mapa del mar soñado y del real entre-tejidos en el canto de Homero.

Atravesando dos figuras modernas⁴ —la del *universo* de Newton y los *continentes* (de la historia) Marx, (del inconsciente) Freud— nuestros mapas cognitivos arriban hoy a otra figura, la del *archipiélago*, pues desprovisto de frontera que lo cohesione el continente se disgrega en islas múltiples y diversas que se interconectan. Resulta altamente sintomático que por los mismos años en que un poeta, Saramago, imaginaba en su novela *La balsa de piedra* la aventura de un pedazo de continente europeo —la península Ibérica— que despega y se hace isla que navega hacia América, un filósofo, M. Cacciari, construía una cartografía teórica del *archipiélago* con el que busca re-pensar/re-hacer Europa⁵. Tomando como base el Mediterráneo, Cacciari *descubre* que ese mar, *rico en islas*, no se halla separado de la tierra —“aquí los elementos se reclaman, tienen nostalgia el uno del otro”— de-velándonos la verdad del mar, su ser *archipiélagos*, lugar

de diálogos y confrontación entre las múltiples tierras-islas que los entrelazan. Pensar el archipiélago es entonces indagar el nuevo tipo de *logos* que interconecta lo diverso: “Aquel espacio por su naturaleza intolerante a la subordinación y la sucesión jerárquica. En el espacio móvil del cohabitar y el coordinarse las singularidades del archipiélago se pertenecen la unas a la otras”⁶. *Logos* otro, en cuya raíz se hallan las profundas *alteraciones perceptivas* que atraviesa nuestra experiencia espacio/temporal.

También en América Latina la cartografía se mueve. Y lo hace en múltiples direcciones. Desde los *planos* turísticos de las ciudades —que nos aseguran ver lo que todos ven, para que no haya desencuentros culturales— al mapeamiento de circuitos y trayectos que *de-velan* en las cibernéticas metrópolis actuales la existencia de ciudades *invisibles*: místicas, esotéricas, vivenciales⁷. Y desde las cartografías catastrales construidas *desde arriba*, y a las que “nada escapa” como en el panóptico aquel que estudiara Foucault, sólo que ahora su centro es móvil —la cámara colocada en el helicóptero— a los socialmente apabullantes mapas trazados no sólo sobre sino también desde los márgenes: porque también los márgenes urbanos se mueven siguiendo los derroteros (¿rutas con derrotas?) de los marginales o los desplazados laborales⁸, y también los trayectos nómadas de los punkeros, de los metaleros o los taggers⁹. En otra dirección más abarcadora, la cartografía se mueve rediseñando el mapa de América Latina, tanto el de sus fronteras y sus identidades —especialmente por el movimiento creciente de las migraciones y porque el sentido de las fronteras se emborrona o se agudiza contradictoriamente con lo que producen las redes del mercado y las tecnologías satelitales, y las identidades se solapan perdiendo su antigua nitidez¹⁰— como así también el de sus

formas políticas y sociales: devaluaciones del Estado, ingobernabilidades políticas, flexibilizaciones laborales, desocializaciones institucionales, descentramientos culturales¹¹.

En el ámbito de las cartografías cognitivas se dibujan al menos dos *planos* de avance. El más de fondo es aquel en el que se trazan pistas para *abrir las ciencias sociales* siguiendo y desbordando el rumbo señalado por el famoso mapa coordinado por E. Wallerstein¹². En *La globalización imaginada*¹³, N.García Canclini no se limita a exponer teorías sobre, o hechos de, la globalización sino que asume de frente los desafíos que pensar la globalización entraña para las ciencias sociales, empezando por la imposibilidad de pensarla como *un proceso en un solo sentido*. La ruptura con el monoteísmo ideológico, el de la única clave para comprender el todo unificado por el motor, el actor y el antagonismo, no sirve para mapear una multiplicidad de procesos, fuertemente articulados entre sí, pero regidos por diversas lógicas y muy diferentes temporalidades: la homogeneidad y velocidad con que se mueve la red financiera es cierta pero la heterogeneidad y lentitud de los modos en que operan las transformaciones culturales también lo es. Para hacer inteligible esa multivocidad de procesos y lógicas García Canclini opta por construir una pluralidad de pistas de penetración con dos figuras: la de las preguntas y la de las narrativas, la nueva forma de mapear exige cambiar de discurso y escritura. El lector se encuentra ante montones de preguntas y de relatos que *des-centran* la mirada del investigador hacia la de los otros, los protagonistas: el ejecutivo de una gran empresa y la del obrero sin trabajo obligado a emigrar a otro país, la del ama de casa y la del gobernante, la del diseñador de modas en la capital y la del artista en una ciudad de frontera con Estados Unidos. Y es *desde* esa multiplicidad de *cuestiones*

y experiencias, de datos duros y de metáforas, que se van construyendo articulaciones más y menos fuertes de lo económico, lo laboral y lo político, avizorando encrucijadas estratégicas de la economía con la cultura, puntos focales en la reorganización de las instituciones y las socialidades. Con una enorme ganancia: el borroso mapa que se entreevee resulta provocando, *exigiendo políticas capaces de revertir la tendencia a la privatización y la desnacionalización* que, al mismo tiempo que reubican el lugar del Estado, replantean el sentido de la política y de lo público.

En un segundo plano me parece altamente sintomático que también *desde la filosofía* se desborde el viejo modo de cartografiar las cuestiones *que merecen ser pensadas* y se vislumbren nuevos modos de hacer mapas. Es lo que ha hecho el Primer Coloquio Internacional sobre *espacios imaginarios*, organizado por la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM¹⁴, y en el que los espacios de la geografía, los de la historia y los de la psique no se recortan sino que se solapan alumbrando, sin esnobismos ni eclecticismos postmodernos, *nuevas cuestiones*. Que es lo que hace también un colectivo, reunido en Bogotá, y recogido en *Pensar (en) los intersticios*¹⁵, al des-atar "filosóficamente" los estudios culturales de sus ocultas fronteras y aceptar la intemperie y la diáspora como nuevos lugares desde los que pensar. Y lo que significa la reciente aparición en Buenos Aires de la revista *Constelaciones de la Comunicación*¹⁶ ubicando el estallado mundo de hoy en el foco de esa categoría eminentemente benjaminiana con la que hacer pensable un *todo* que ni sobrevuele la quebradiza realidad de lo social ni la vacié de las tensiones que la desgarran y la movilizan.

A partir de esa rica reflexión mi artesano ejercicio de cartografía aspira únicamente a renovar el mapeado de los

estudios de comunicación, empezando por relatar la *pequeña historia* de mi empeño. Todo empezó en un encuentro de investigadores sociales en Buenos Aires, auspiciado por FLACSO el año 1983, en el que por primera vez nos encontramos institucionalmente estudiosos de comunicación, de cultura y de política, y en el que mi ponencia¹⁷ introdujo al final una extraña propuesta que llamé *mapa nocturno*, con el que buscaba reubicar el estudio de los medios desde la investigación de las *matrices culturales*, los *espacios sociales* y las *operaciones comunicacionales* de los diferentes actores del proceso. La presencia afortunada en ese encuentro de estudiosos del campo literario —Beatriz Sarlo, Aníbal Ford, Carlos Monsiváis— a la vez que reconoció la figura de Saint-Exupéry en *Piloto de guerra*, la legitimó *intelectualmente*. Sin ponerle ese auspicioso nombre, yo había trazado un primer mapa de la investigación latinoamericana en comunicación el año 1980 cuando presenté a mis colegas de ALAIC el “balance” de la presidencia que había ejercido en esa asociación¹⁸. Y fue ese artesanal oficio el que guió la larga, cerca de diez años, investigación que recogió *De los medios a las mediaciones*, donde sintetiqué así lo que entendía por *mapa nocturno*: un mapa para indagar la dominación, la producción y el trabajo pero desde el otro lado: el de las brechas, el consumo y el placer. Un mapa no para la fuga sino para el reconocimiento de la situación desde las mediaciones y los sujetos, para cambiar el lugar desde el que se formulan las preguntas, para asumir los márgenes no como tema sino como enzima. Porque los tiempos no están para la síntesis, y son muchas las zonas de la realidad cotidiana que están aún por explorar, y en cuya exploración no podemos avanzar sino a tientas o con sólo un mapa nocturno¹⁹.

Otro hito, y variante, en el oficio cartográfico es el mapa

que, en el inicio de los años '90, tracé acerca de los tres *modos de relación* del trabajo académico con las concepciones y modelos de comunicación hegemónicos: dependencia, apropiación, invención²⁰. La *dependencia* que, travestida de liberalismo intelectual y eclecticismo postmoderno, concluye que “todo vale”, o sea que todas las concepciones “son iguales” y por lo tanto tienen los mismos derechos. Derechos que, en países de desarrollo tan precario como los nuestros, serían sólo los de aplicar lo que otros inventan y “estar al día”. La *apropiación* se define al contrario por el derecho y la capacidad de *hacer nuestros* los modelos y las teorías vengan de donde vinieren geográfica e ideológicamente. Lo que implica no sólo la tarea de *ensamblar* sino la más arriesgada y fecunda de *rediseñar* los modelos para que *quepa* nuestra heterogénea realidad, con la consiguiente e inapelable necesidad de hacer lecturas *oblicuas* de esos modelos, lecturas “fuera de lugar”, desde un lugar diferente a aquel en el que se escribieron. De esa *apropiación* hay ya muy numerosos enclaves en estas tierras. Y también en el campo comunicación/cultura hemos empezado a *inventar*: comenzando por indisciplinar los saberes frente a las fronteras y los cánones, desplegando la escritura como medio de *expresividad conceptual*, y finalmente movilizandó la *imaginación categorial* que es la que hace pensable lo hasta ahora no-pensado abriendo nuevos territorios al pensar.

Y en el intento por *cartografiar* no sólo agendas sino modos de investigar, a mediados de los años '90²¹ introduje la inflexión semántica que me posibilitó pasar —sin renunciar al anclaje crítico y estructural del concepto de *mediación*— de los mapas sobre las *mediaciones socioculturales* desde las que operan y son percibidos los medios a cartografiar las *mediaciones comunicativas*²² —socialidad, institucionalidad, tecnicidad y

ritualidad— que, al tornarse lugar antropológico de la mutación cultural que introduce el espesor comunicacional de lo social, reconfiguran hoy las *relaciones entre sociedad, cultura y política*.

ALGUNAS "IDEAS FUERA DE LUGAR"

Además de trazar mapas sobre lo encontrado en el territorio, el cartógrafo ha hecho también su propio camino al andar, y de ello es crónica mestiza, este libro. Mestiza pues las demarcaciones entre mapa y crónica no están claras, y hay un especial sabor que resulta de esa mezcla, que ojalá no disguste demasiado al lector.

Por provenir de un ámbito de reflexión doblemente *fuera del*, exterior al, campo de la comunicación, como es la filosofía y la antropología —nada más reñido con el pragmatismo instrumental dominante desde sus inicios en ese campo de estudio que el pensamiento filosófico y nada más alejado de su obsesión disciplinaria que la apuesta antropológica contemporánea— mi trabajo ha implicado una permanente tensión con la tendencia hegemónica a recortar su espacio para cercarlo y especializarlo. De ahí que mi investigación haya estado dedicada en gran medida a "minar" las seguridades que procura el *objeto* propio, abriendo agujeros por donde oxigenar el campo y conectarlo con las preocupaciones de la reflexión filosófica y las búsquedas de las ciencias sociales tematizando insistentemente las mediaciones que articulan las prácticas de comunicación con las dinámicas culturales y los movimientos sociales. Pero también me he sentido *fuera de lugar* en el otro sentido: si mi talante filosófico ha incomodado constantemente a los expertos

comunicólogos, mi apuesta por ubicar el análisis de los procesos, los medios y las prácticas de comunicación, en un lugar central de las ciencias sociales, des-ubicó mi trabajo hasta hacerlo *irreconocible* durante mucho tiempo para buena parte de los investigadores sociales y aún más entre los filósofos... Y ello a pesar de que mi "divisa" haya sido pensar *las mediaciones* e investigar *la comunicación desde la cultura*. De esa des-ubicación tengo experiencias desde mi primera intervención pública en el que resultó ser el primer encuentro internacional de estudiosos y escuelas de comunicación de América Latina, organizado en 1978 por Héctor Schmucler en la UAM-Xochimilco de la Ciudad de México. En aquella primera "ponencia" aparecieron balbuceadas las que, andando el tiempo, constituirían las señas de identidad de mi reflexión e investigación: invirtiendo el sentido de la idea —ya entonces bastante esloganizada— que hegemonizaba la visión crítica, *la comunicación como proceso de dominación*, propuse el estudio de *la dominación como proceso de comunicación*. Que "traducía" el análisis de Paulo Freire sobre la opresión interiorizada por las sociedades latinoamericanas *cuando el oprimido vio en el opresor su testimonio de hombre*. E insertaba ese análisis en la concepción gramsciana de la *hegemonía* como un proceso vivido, hecho no sólo de fuerzas sino de sentido. Comprender la comunicación significaba entonces investigar no sólo las tretas del dominador sino también *aquello que en el dominado trabaja a favor del dominador*, esto es la complicidad de su parte, y la seducción que se produce entre ambos. Pero la reacción no pudo ser más tajante desde ambos lados. Entre los comunicólogos cundió el desconcierto: "pero si la comunicación es lo contrario de la dominación" decían *integrados* ellos (¿sin saberlo?). Y entre los estudiosos sociales de izquierda estalló la rabia: "lo que

nos faltaba, ahora resulta que los pobres son además responsables de estar dominados”.

Un segundo momento y plano de *des-ubicación* de mis preguntas en el ámbito académico de la comunicación fue tempranamente la complejidad de relaciones que percibí entre cultura de masas y cultura popular. No a la manera norteamericana, que tiende a confundir la “popularidad” de lo masivo con lo popular, sino afirmando las relaciones históricas de la estética masiva con las matrices narrativas y expresivas de las culturas populares. En un momento dominado por el maniqueísmo más puro y duro que oponía lo popular a lo masivo como lo auténtico a lo falso, lo autóctono a lo foráneo, lo puro a lo impuro y amañado, lo horizontal a lo autoritario, *des-cifrar*, *de-velar*, en el entramado narrativo o gestual, argumental o escenográfico, de los formatos industriales de la radio, el cine o la televisión, la presencia de matrices culturales provenientes tanto de las tradiciones populares europeas como latinoamericanas atacaba demasiados tabús a la vez. Si la *complicidad* de los dominados con el dominador resultaba tan inaceptable, mucho más herético lo era la *complicidad* de lo popular con lo masivo. Y ello tanto para la izquierda populista como para la derecha elitista. Pero fue especialmente llamativo que la izquierda se negara a aceptar que en el proceso de gestación histórica de lo que Occidente ha llamado *popular*, desde el siglo XVII, intervinieron procesos de *masificación* tan fuertes como los que condujeron a la formación de las culturas *nacionales*; y viceversa, que en los procesos de fabricación de la cultura de masas ya en el siglo XIX jugó un papel decisivo la presencia de rasgos y formas, *reconocibles* por las mayorías, de sus propias tradiciones y géneros culturales.

La fuerte resistencia que suscitó el *des-plazamiento metodológico y político* exigido por “la presencia de lo popular en lo masivo” se hizo pública en el primer gran Congreso Internacional organizado por FELAFACS con el título *Comunicación y poder* en 1982 en Lima, que reunió por primera vez a investigadores de toda América Latina y España, con una también primera notable presencia de investigadores brasileños. Aunque el tema de fondo era la relación de la comunicación con el poder, la mayoría de las ponencias derivaron hacia el análisis del *poder de la comunicación* en base a su *instrumento clave*: las, en ese momento llamadas, “nuevas tecnologías”. Yo, que acababa de llegar de un año en Europa recogiendo documentación para la *puesta en historia* de “las matrices populares de lo masivo”, centré mi exposición en la *no-contemporaneidad* entre las tecnologías de comunicación y sus modos de uso en América Latina, incluida la *asimetría* entre la sintaxis de los discursos mediáticos y la *gramática de las mediaciones* desde la cual la gente los lee, los oye y los ve. Mediaciones que remiten menos a los *aparatos* —sean éstos tecnológicos o ideológicos de Estado— que a las que Hugo Assman llamara “las formas populares de la esperanza”, esto es, a la relación entre las formas de sufrimiento y las formas de rebelión popular, sus voluntarismos y sus furias, su religiosidad y su melodramatismo, en una palabra a su cultura cotidiana, y con ella, sus movimientos de resistencia y de protesta, las expresiones religiosas y estéticas, es decir, no directamente políticas, de sus movimientos. Pues en América Latina, a diferencia de Europa y los Estados Unidos, la cultura de masa opera no tanto entre un *proletariado*, que seguía siendo minoritario, sino entre unas clases populares y medias a cuya desposesión económica y desarraigo cultural corresponden una memoria que circula y se expresa

en movimientos de protesta que guardan no poca semejanza con los movimientos de la Inglaterra de fines del siglo XVIII y la España del siglo XIX. Lo que nos abocaba urgentemente al estudio de las peculiaridades latinoamericanas del proceso de enculturación de las masas que, en el caso de Europa, había socavado las culturas locales destruyendo sus temporalidades y devaluando sus saberes, como lo veíamos densamente expresado en la persecución de las brujas por la Inquisición. Sólo los anarquistas fueron la fuerza de izquierda que había entendido el sentido a la vez cómplice y subversivo de la cultura popular sabiendo apoyarse en sus saberes y creencias para generar conciencia revolucionaria²³.

La reacción vino de la voz escandalizada de un participante que enfáticamente me preguntó: “Si todos los otros conferencistas están hablando del poder de los medios que hoy constituye la tecnología, ¿qué hace usted hablándonos de brujas y anarquistas? ¿Me quiere explicar de dónde y a qué viene esa obsesión suya con lo popular?” Mi respuesta impensada —y que me ha dado mucho que pensar después— fue ésta: “Quizás lo que estoy haciendo, cuando en la investigación valoro tan intensamente lo popular, es rendir un secreto homenaje a mi madre”. El largo silencio que siguió a mi respuesta me hizo caer en la cuenta de lo que de profunda sorpresa había en ella para mí mismo. Y a tematizar las razones y los motivos de la relación entre la *desubicación*, que mi posición teórica me acarrearaba, y la sorpresa que yo mismo me acababa de llevar, dediqué *De los medios a las mediaciones*. Largo y difícil trecho pero secretamente iluminado (benjaminianamente) por aquel dicho de Gramsci: “sólo investigamos de verdad lo que nos afecta”, y afectar viene de afecto.

Pero mi *des-ubicación más fecunda*, tanto por relación al ámbito de la investigación social como a la agenda convencional de los estudios de comunicación, la evidenció mi “afición intelectual a la telenovela”. Si había un producto y una práctica comunicativa en la que se hacía evidente lo mejor y lo peor de la *complicidad* entre lo popular y lo masivo era ese *género*, nieto bastardo de la tragedia griega y la pantomima melodramática en que callejeramente se escenificó la Revolución Francesa, e hijo ídem del folletín franco-inglés y la radionovela cubana, apareados desde los inicios de la televisión latinoamericana por la sagacidad publicitaria de Colgate Palmolive. Frente a todos aquellos para los que constituía únicamente el subproducto cultural más marginal a la gran CULTURA, la telenovela se me volvió la manifestación más significativamente latinoamericana de *lo residual*, en su doble sentido: el de lo que no importa, ese “resto” que queda cuando se retira lo que vale, y aquel otro que le da R. Williams: lo que del pasado se halla aún dentro del proceso cultural como un elemento vigente²⁴.

Y fue esa contradicción la que hizo del proyecto de investigación que, sobre *Melodrama, cotidianidad y usos sociales de la Telenovela*²⁵, busqué compartir con colegas de diversos países de América Latina en mi año sabático de 1985, un verdadero partidador de aguas. Pues mientras la “ciudad letrada” y la “generación madura” —con contadas excepciones— se negaron, unas veces con mirada de conmisericordia y otras con un condenatorio rechazo, a participar en el proyecto, los colegas más jóvenes y cercanos al “mundo audiovisual” no sólo apoyaron el proyecto sino que lo enriquecieron con miradas mucho más afinadas hacia múltiples dimensiones que yo no había previsto. Pues captaron que lo que en esa investigación estaba verdaderamente en juego no eran las

razones del éxito de un programa de televisión la mayoría de las veces ideológicamente reaccionario y estéticamente torpe, facilón y barato, sino el *des-centramiento de la mirada* que nos posibilitaba indagar lo que en la comunicación hay del mundo de la gente del *común*: tanto del lado de los productores *negociando* entre las lógicas del sistema comercial —estandarización y rentabilidad— y las dinámicas de la heterogeneidad cultural de los países y las regiones; como del lado de los espectadores y sus *parentescos de lectura* configurando comunidades hermenéuticas a partir de las diversas *competencias culturales* que atraviesan los haberes y saberes, los imaginarios y las memorias de clase, de etnia, de género, de edad.

Despreciar el melodrama, y en los últimos años la telenovela, ha sido uno de los modos como la elite de derecha e izquierda se distingue/distancia de los *humores* del populacho. Distanciamiento que viene de lejos: confundiendo iletrado con inculto, las elites ilustradas desde el siglo XVIII, al mismo tiempo que afirmaban al *pueblo* en la política lo negaban en la cultura, haciendo de la *incultura* el rasgo intrínseco que configuraba la identidad de los sectores populares, y el insulto con que tapaban su interesada incapacidad de aceptar que en esos sectores pudiera haber experiencias y matrices de *otra* cultura. Y es por eso que llevo años preocupado por la persistencia del “mal de ojo”²⁶ que insensibiliza a tantos intelectuales, y a buena parte de las ciencias sociales en Latinoamérica, a los retos culturales que plantean los medios, insensibilidad que se intensifica —ahora re-legitimada por los nuevos profetas del apocalipsis como K.Popper y G.Sartori— hacia la televisión.

Fue quizá mi propio extrañamiento de origen, mi *des-ubicación* en la “ciudad letrada”, la que me permitió avizorar

aquello que en la telenovela remite, por debajo y por encima de los esquematismos narrativos y las estratagemas del mercado, a las transformaciones tecnoperceptivas que posibilitan a las masas urbanas apropiarse de la modernidad sin dejar su cultura oral. Pues sólo entonces será posible una crítica capaz de distinguir *la indispensable denuncia* de la complicidad de la televisión con las manipulaciones del poder, y los más sórdidos intereses mercantiles, *del lugar estratégico que la televisión ocupa en las dinámicas de la cultura cotidiana de las mayorías*, en la transformación de las sensibilidades, en los modos de construir imaginarios e identidades. Pues nos encante o nos dé asco, la televisión constituye hoy *a la vez* el más sofisticado dispositivo de moldeamiento y deformación de la cotidianidad y los gustos de los sectores populares, y una de las mediaciones históricas más expresivas de matrices narrativas, gestuales y escenográficas del mundo cultural popular, entendiendo por éste no las tradiciones específicas de un pueblo sino la hibridación de ciertas formas de enunciación, ciertos saberes narrativos, ciertos géneros novelescos y dramáticos de las culturas de Occidente y de las mestizas culturas de nuestros países. Y es sólo desde esa crítica que podemos romper el perverso círculo que conecta la “mala conciencia” de los intelectuales con la “buena conciencia” de los comerciantes de la cultura.

DES-TERRITORIALIZACIONES:

LOS LUGARES-DESDE ¿LOS QUE PENSAMOS?

Mi extraviada aventura por los senderos de *la comunicación* no estaría completa sin trazar las móviles líneas de otro mapa: el de mis sucesivas *des-territorializaciones* ya no intelectuales o

virtuales sino corporales, que me fueron llevando de España a Colombia en 1963, de Bogotá a Bruselas en 1969, y dos años después a París; de vuelta a Colombia en 1973 pero ya no a la del altiplano bogotano sino a la tropical Cali, la ciudad de mi más larga estadía. Y desde Cali vinieron un año en Madrid, y otro en Puerto Rico, justo el año que “se cayó el muro de Berlín”, y un semestre en Barcelona; la vuelta de Cali a Bogotá en 1996, y el impensado exilio que me tiene escribiendo esta introducción en la mexicana Guadalajara.

Y lo que ese periplo marca no son meras etapas de *un viaje* sino verdaderas *des-territorializaciones* y *re-localizaciones* tanto de la *experiencia* como de *el lugar desde donde se piensa*, se habla, se escribe. Que es lo que caracteriza, según Z.Bauman²⁷, al intelectual-*intérprete*, que nos exige el hoy, por diferencia con el intelectual-*legislador* de ayer: el intelectual necesita de anclajes culturales sin los que no es posible hacer la *traducción* de *tradiciones*, pero no puede perder el proyecto universalista que le garantiza la comunicación entre comunidades. Es en el movimiento de trans-territorialización, que le exige al mismo tiempo un lugar *marcador de su habla* y el no-lugar como *horizonte de proyecto*, donde se juega hoy el intelectual la vida y su sentido.

Ya las primeras *reencarnaciones* dejaron varias marcas que emergieron muy pronto a la escritura: una especial sensibilización a los *desplazamientos* que experimentan las ideas cuando cambian el lugar discursivo de las disciplinas o las ideologías, o aún más cuando *pasan* el Atlántico o el río Bravo hacia nuestro Sur, y la obsesión por tematizar el *desde donde* hablo. La primera se halla bien presente ya en *Comunicación masiva: discurso y poder*. Una muestra: los debates/combatos en que me vi metido por preguntar cómo era posible que, cargando con el denso peso positivista que arrastraba,

el *estructuralismo* nos hubiera llegado a América Latina como una *doctrina de izquierda* mientras el pensamiento *generativo* de Chomsky, que abría la lingüística al estudio de las prácticas —de la “competencia” y el “performance”— se convertiría con frecuencia entre nosotros en una *trinchera de la derecha*. En cuanto a la obsesión por el *desde*, ella ha trabajado en un doble sentido. Primero, aquel que buscó señalar un cambio de paradigma proponiendo *pensar la comunicación desde la cultura*, y que halló su tematización histórica y epistemológica en el paso del análisis de los medios a las *mediaciones*. Y después, el empeño en nombrar América Latina no como *lugar en* el que se conservan prácticas de comunicación *diferentes* (o sea exóticas), sino como *lugar desde* el que pensábamos *diferentemente* las transformaciones que atraviesan las prácticas y las técnicas de comunicación. Cambio que se fue haciendo visible a comienzos de los años '90, y que pudimos experimentar juntos varios investigadores latinoamericanos cuando a fines de 1996 fuimos invitados a la Universidad de Sterling, en Escocia, no para hacer de *informantes nativos* acerca de las exóticas prácticas culturales y comunicativas que sobreviven en nuestros sureños países —como sucedía con frecuencia hace algunos años— sino para debatir con colegas europeos y norteamericanos de la talla de Stuart Hall, Daniel Dayan, Maryorie Ferguson o Helge Roning, el estudio que Philip Schlesinger había hecho de trabajos de Néstor García Canclini, Renato Ortiz y míos.

La des-territorialización/re-localización que trastornó con más fuerza mi sensibilidad y mis mapas mentales fue sin duda el *desplazamiento*, a mediados de 1975, del altiplano andino de Bogotá a la *tierra caliente* —y a su modo *caribe*— de Cali: ¿no es esa ciudad cuna de algunos de los conjuntos más valiosos y exitosos de *salsa*? El trópico caleño fue el

verdadero lugar de mi reencarnación teórica en estudioso de comunicación y del *escalofrío epistemológico* que la certificó. Una ciudad musical como pocas, y con una juventud apasionada por el cine y el teatro, trastornó muy pronto el racionalismo de mi filósofo nativo abriéndolo a pensar las *nuevas experiencia estéticas*. Y cuando digo *pensar* no me estoy refiriendo a la meditación solitaria sino a la construcción colectiva y pública de un Departamento de Ciencias de la Comunicación, en la Universidad del Valle, capaz de dar acogida no tanto formal-curricular sino mental y cultural al nuevo *sensorium* del puñado de jóvenes que querían formarse para "comunicadores sociales" sin dejar de ser caleños ni jóvenes. El *escalofrío epistemológico*, que atestiguó la verdad del cambio experimentado, y la validez del proyecto académico emprendido, ha sido ya narrado en otros textos pero debe constar también aquí. Tuvo lugar en el *Cine México*, situado en un barrio popular del viejo centro de la ciudad, un jueves en la sesión de la tarde con sala llena especialmente de hombres, mientras veíamos el film *La ley del monte*. Se trataba de un melodrama mexicano que llevaba seis meses en cartelera en una ciudad en la que una película con éxito duraba unas pocas semanas. Y fue su éxito popular el que convirtió a esa película en un fenómeno más que sociológico, casi antropológico. Al poco de empezar la sesión mis amigos profesores y yo no pudimos contener las carcajadas pues sólo en clave de comedia nos era posible mirar aquel bodrio argumental y estético, que sin embargo era contemplado por el resto de espectadores en un silencio asombroso para ese tipo de sala. Pero la sorpresa llegó también pronto: varios hombres se acercaron a nosotros y nos gritaron "¡o se callan o los sacamos!" A partir de ese instante, y hundido avergonzadamente en mi butaca, me dediqué a mirar no la

película sino a la gente que me rodeaba: la tensión emocionada de los rostros con que seguían los avatares del drama, los ojos llorosos no sólo de las mujeres sino también de no pocos hombres. Y mientras, como en una especie de *iluminación profana*, me encontré preguntándome: ¿qué tiene que ver la película que yo estoy viendo con la que ellos ven?, ¿cómo establecer relación entre la apasionada atención de los demás espectadores y nuestro distanciado aburrimiento? En últimas ¿qué veían ellos que yo no podía/sabía ver? Y entonces, una de dos: o me dedicaba a proclamar no sólo la alienación sino el retraso mental irremediable de aquella *pobre gente* o empezaba a aceptar que allí, en la ciudad de Cali, a unas pocas cuadras de donde yo vivía, habitaban *indígenas de otra cultura muy de veras otra*, casi tanto como las de los habitantes de las Islas Trobriand. Y si lo que sucedía era esto último: ¿de qué y a quién servían mis acuciosas lecturas ideológicas? A esas gentes no, desde luego, y no sólo porque estaban escritas en un idioma que no entenderían, sino sobre todo porque la película que ellos veían no se parecía en nada a la que yo estaba viendo. Y entonces, si todo mi pomposo trabajo desalienante y “concientizador” no le iba a servir a la gente del común ¿para quién estaba yo trabajando? El escalofrío se transformó en ruptura epistemológica: *la necesidad de cambiar el lugar desde donde se formulan las preguntas*. Y el desplazamiento metodológico indispensable, hecho a la vez de *acercamiento etnográfico* y *distanciamiento cultural*, que permitiera al investigador *ver con la gente*, y a la gente *contar lo visto*. Eso fue lo que andando los años nos permitió descubrir, en la investigación sobre el uso social de las telenovelas, que “de lo que hablan las telenovelas, y lo que le dicen a la gente, no es algo que esté de una vez dicho ni en el texto de la telenovela ni en las

respuestas a las preguntas de una encuesta. Se trata de un *decir* tejido de silencios: los que tejen la vida de la gente que 'no sabe hablar' —y menos escribir— y aquellos otros de que está entretejido el diálogo de la gente con lo que sucede en la pantalla. Pues la telenovela habla menos desde su texto que desde el *intertexto que forman sus lecturas*"²⁸. En pocas palabras nuestro hallazgo fue éste: *la mayoría de la gente goza mucho más la telenovela cuando la cuenta que cuando la ve*. Pues se empieza contando lo que pasó en la telenovela, pero muy pronto lo que pasó en el capítulo narrado se mezcla *con lo que le pasa a la gente en su vida*, y tan inextricablemente que la telenovela acaba siendo el *pre-texto* para que la gente nos cuente su vida.

Y de Colombia a México, el cartógrafo se reencontró con el nómada, no por casualidad: Colombia ha desplazado más población en los últimos años que Bosnia y Kosovo juntos —aunque para la ONU esos millones *cuenten* mucho menos— y México lleva años acogiendo exilados, trasterrados, desplazados y otros *ados* (sin hache pero des-tinados) de toda nuestra América, y mi nómada ya había leído en algún viejo mapa que México se hallaba en su camino, no en el de viajero sino de *residente*. Y es en ésta, mi nueva *residencia en la tierra*, que adquiere su más pleno, y fecundo, sentido este libro hecho también de exilios intelectuales y de desplazamientos expresivos.

UNA AGENDA DE COMUNICACIÓN CON EL NUEVO SIGLO

Son casi treinta años de docencia e investigación en el ámbito de la cultura, y *dentro de él* especialmente en el de la comunicación, los recogidos sintéticamente en este libro, y es

en conflictiva continuidad con ellos que veo configurarse nuevos interrogantes muy fuertemente ligados a las incertidumbres y los miedos que permean este fin y comienzo de siglo y de milenio. Pues como en pocos otros campos en el de la comunicación percibimos que el calibre de las preguntas *pertinentes y socialmente relevantes* no encuentran respuesta en los casilleros del saber que constituyen las ciencias, devolviendo una inusitada vigencia a la filosofía, único saber capaz de hacerse cargo de las preguntas por el sentido tanto político como ético de las transformaciones que hoy media la técnica. En una entrevista sobre su novela *La caverna*, Saramago viene en mi ayuda: "Es un auténtico choque reconocer que el retrato de la caverna platónica es el mundo en que estamos viviendo... empezando por la omnipresencia de la imagen", pero junto al mundo de la *caverna* aún nos queda "el mundo de la alfarería, en el que las manos ven a la vez que tocan. Mi alfarero, que moldea el barro en esta indisociabilidad de sus instrumentos perspectivos, es un demiurgo", y concluye: "Cuando recientemente alguien preocupado por configurar propuestas para el nuevo siglo me formuló explícitamente la pregunta ¿qué hacer?, mi decidida respuesta fue: *regreso a la filosofía*"²⁹. Nunca antes se había hecho tan evidente que por el mundo de la comunicación pasa estructuralmente la puesta en común del sentido o el sinsentido del vivir en sociedad, ahora a escala del globo.

Ello hace de *la comunicación*, como lo fue para mí, aprendiz de filósofo a comienzos de los años '70, un enclave estratégico del pensar. Pero de pensar ¿qué? ¿El proceso de desublimación del arte simulando, en la figura de la *industria cultural*, su reconciliación con la vida, como pensaron los de Frankfurt? No, y sin embargo, se trata de algo inscrito en

lo que ya ellos percibieron como la principal *amenaza*: la razón instrumental ahora transformada en *razón comunicacional* cuyos dispositivos —la fragmentación que disloca y descentra, el flujo que globaliza y comprime, la conexión que desmaterializa e hibrida— agencian el *devenir mercado de la sociedad*. Pero, atención, pues ese enlace con el pensamiento de los de Frankfurt está preñado de malentendidos. Ya que, primero, lo que denomino *razón comunicacional* se halla en oposición flagrante al *consenso dialogal* en el que el frankfurtiano Habermas ve emerger la “razón comunicativa”, mágicamente descargada de la opacidad discursiva y la conflictividad política que introducen la mediación tecnológica y mercantil. Y segundo, la crítica que hacemos de la *razón comunicacional* no puede confundirse con la condena que Adorno y Horkheimer hicieron de la técnica como parte constitutiva de “la racionalidad del dominio mismo”³⁰.

Lo que estamos intentando pensar entonces es, de un lado, la *hegemonía comunicacional* del mercado en la sociedad: la comunicación convertida en el más eficaz motor del desenganche e inserción de las culturas —étnicas, nacionales o locales— en el espacio/tiempo del mercado y las tecnologías globales. Pues lo que el fatalismo tecnológico acaba legitimando es la *omnipresencia mediadora del mercado*. Y con ella la perversión del sentido de las demandas políticas y culturales que encuentran de algún modo expresión en los medios, además de la deslegitimación de cualquier cuestionamiento de un orden social al que sólo el mercado y las tecnologías permitirían darse forma. Y de otro lado, el *nuevo lugar de la cultura en la sociedad* cuando la mediación tecnológica de la comunicación deja de ser puramente instrumental para espesarse, densificarse y convertirse en estructural, pues la *tecnología* remite hoy no a nuevas máquinas o

aparatos sino a nuevos modos de *percepción* y de *lenguaje*, a nuevas sensibilidades y escrituras. Radicalizando la experiencia de des-anclaje producida por la modernidad, la tecnología deslocaliza los saberes modificando tanto el estatus cognitivo como institucional de las *condiciones del saber* y las *figuras de la razón*³¹, lo que está conduciendo a un fuerte emborronamiento de las fronteras entre razón e imaginación, saber e información, naturaleza y artificio, arte y ciencia, saber experto y experiencia profana.

Lo que la trama comunicativa de la revolución tecnológica introduce en nuestras sociedades es un nuevo modo de relación entre los procesos simbólicos —que constituyen lo cultural— y las formas de producción y distribución de los bienes y servicios. El nuevo modo de producir, inextricablemente asociado a un nuevo modo de comunicar, convierte al conocimiento en una fuerza productiva directa. “Lo que está cambiando no es el tipo de actividades en las que participa la humanidad sino su capacidad tecnológica de utilizar como fuerza productiva lo que distingue a nuestra especie como rareza biológica, su capacidad de procesar símbolos”³². La “sociedad de la información” no es entonces sólo aquella en la que la materia prima más costosa es el conocimiento sino también aquella en la que el desarrollo económico, social y político, se hallan estrechamente ligados a la innovación, que es el nuevo nombre de la creatividad y la creación humanas.

Oteando desde ahí el campo de la comunicación se presenta hoy primordialmente configurado por tres dimensiones: el *espacio* del mundo, el *territorio* de la ciudad y el *tiempo* de los jóvenes. *Espacio-mundo* pues la globalización no se deja pensar como mera extensión cualitativa o cuantitativa de los Estados nacionales haciéndonos pasar de lo *internacional*

(política) y lo *transnacional* (empresas) a lo *mundial* (tecnología). El globo ha dejado de ser una figura astronómica para *adquirir plenamente una significación histórica*³³. Ahí están las redes poniendo en circulación, a la vez, flujos de información que son movimientos de integración a la globalidad tecnoeconómica, pero también el tejido de un nuevo tipo de *espacio reticulado* que transforma y activa los sentidos del comunicar. *Territorio-ciudad* pues en él se configuran nuevos escenarios de comunicación³⁴ de los que emerge un *sensorium* nuevo, cuyos dispositivos claves son la *fragmentación* —no sólo de los relatos sino de la experiencia, de la des-agregación social— y el *flujo*: el ininterrumpido flujo de las imágenes en la multiplicidad de pantallas —de trabajo y de ocio— enlazadas. Y donde ese *sensorium* se hace social y culturalmente visible hoy es en el *entre-tiempo* de los jóvenes, cuyas enormes dificultades de conversación con las otras generaciones apunta a todo lo que en el cambio generacional hay de *mutación cultural*³⁵.

Fue hace unos cuatro años, mientras embalaba mi biblioteca para retornar de Cali a Bogotá cuando descubrí un pequeño libro de Margaret Mead —*Cultura y compromiso*, que apareció publicado a comienzos de los años setenta— y que no ha dejado de inquietarme y aportarme desde entonces. Pues allí encontré otro “mapa nocturno” sobre la relación entre la aceleración de las transformaciones en la cultura y los modos de comunicar con el ahondamiento de nuestros miedos al cambio. Para enfrentar esos miedos nos propone la antropóloga *reubicar el futuro*, ya si para los occidentales el futuro está delante, para muchos pueblos orientales el futuro está detrás, y la posibilidad de construir una cultura “en la que el pasado sea útil y no coactivo” pasa porque “asumamos el futuro entre nosotros, pues ya está

aquí, pero necesitado de que lo arropemos y ayudemos a nacer, porque de lo contrario será demasiado tarde"³⁶.

No puedo terminar esta introducción sin evocar a ALAIC, la Asociación Latinoamericana de Investigadores de Comunicación, a cuyo ritmo se hizo durante un buen trecho este libro. Pues ALAIC supo mezclar en sus inicios —fines de los años setenta— la utopía democrática de comunicación con la solidaridad militante hacia los exilados de Argentina, Brasil, Chile, Uruguay, convocando a los investigadores latinoamericanos a encontrarse en un *proyecto común* que hiciera verdad eso que constituía nuestro objeto de estudio: la comunicación. Si ALAIC nació pobre en recursos —lo que nos obligó a poner a trabajar la imaginación ya fuera para reunirnos o para financiar proyectos, como las bibliografías nacionales de investigación en comunicación que publicamos en los años '80— ello se vio compensado por el vigor del pensamiento que supo propiciar, que es del que se nutrió mi extraviado filósofo en su empeño por *investigar la comunicación desde la cultura*. Por eso es deber de memoria dejar aquí constancia de la arriesgada búsqueda compartida con Patricia Anzola, nuestra inolvidable pionera colombiana en estudiar las políticas de comunicación junto con Elizabeth Fox, con el boliviano Luis Ramiro Beltrán, con los venezolanos Antonio Pascuali, Luis Aníbal Gómez, Elisabeth Safar, Oswaldo Capriles, Marcelino Bisbal, con los argentinos Héctor Schmucler, Mabel Piccini, Alcira Argumedo, Heriberto Muraro, Patricia Terrero, María Cristina Mata, Sergio Calleti, con los brasileños Luis Gonzaga Motta y Regina Festa, con los peruanos Rafael Roncagliolo, Luis Peirano, Teresa Quiroz y Javier Protzel, con las mexicanas Fátima Fernández y Beatriz Solís, y los chilenos Fernando Reyes Matta, Giselle Munizaga, Diego Portales. Años después ALAIC atravesaría

desiertos y tiempos de existencia subterránea, de los que saldría gracias al esfuerzo de brasileños como José Marques de Melo, Ana Maria Fadul, Immacolata Lopes Vasallo, Margarida Kunsch y los mexicanos Raúl Fuentes, Enrique Sánchez Ruiz, Rossana Reguillo y Guillermo Orozco.

El trabajo y el impulso de ALAIC se ha visto enriquecido desde mediados de los años '80, y especialmente en los '90, por el aporte de investigadores procedentes de otros ámbitos, y con los cuales se ha construido en Latinoamérica un campo propio, el de los *estudios culturales de comunicación*. Entre esos investigadores Néstor García Canclini ocupa un lugar decisivo por sus trabajos pioneros en trazar una agenda latinoamericana a los estudios culturales al replantear tanto los linderos de las disciplinas —antropología, sociología, comunicación— como las discursividades y narrativas en las que pueda ser enunciada la complejidad de las transformaciones culturales que vivimos, como también al repensar radicalmente el tipo de políticas culturales que pueden aportar una verdadera democratización de nuestras sociedades sin fundamentalismos ni culturalismos. Beatriz Sarlo nos ha proporcionado una de las más lúcidas y permanentes reflexiones sobre el sentido de la *crítica*, que atraviesa intertextualmente desde la reinención de los valores en el campo literario, pasando por el desenmascaramiento del “populismo de mercado”, que neutraliza lo que de resistencia creativa vertebraron en otro tiempo las culturas populares, hasta el porfiado señalamiento de la horfandad ética y política que padece una sociedad en trance de cambiar como guías a los intelectuales por los expertos y vedetes de los medios. *Cronista mayor* de los cambios culturales de nuestra América, Carlos Monsiváis nos alertó primero sobre la *actoría* del sujeto popular en la construcción de una nación

que creían haber construido solos los políticos y los intelectuales, después nos descubrió el estratégico papel del cine al conectar con el hambre de las masas por hacerse social y culturalmente visibles, y en los últimos años anda empeñado en desangustiar nuestras identidades al pensarlas y contrárnoslas cambiantes y a la vez resistentes, hechas tanto de las memorias como de las expropiaciones que nuestras gentes hacen de las culturas modernas. Desde el título de uno de sus libros más innovadores, Renato Ortiz nos ha aportado una atrevida articulación lingüística —*La moderna tradición brasileña*— que nos preparó a asumir los desafíos que la globalización le hace a las ciencias sociales: su necesidad de pensar juntas, pero *diferenciadas*, las lógicas unificantes de la *globalización* económica de las que *mundializan* la cultura. Pues la mundialización “es un proceso que se hace y deshace incesantemente”, no por encima de las culturas nacionales o locales sino desde sus propias raigambres y deslocalizaciones. Con su larga y densa experiencia de *trabajador de la cultura*, Aníbal Ford ha traído al campo de los estudios de comunicación una mirada que reorienta el *trabajo de la reflexión*, sacándolo del tantas veces narcisista debate académico y reubicándolo en la arena política. Para que sea ahí, en la experiencia social del ciudadano, en el conflicto de las ideologías —que aún existen—, en la hegemonía cultural del mercado donde sean puestas a prueba nuestras *teorías*. Y desde otro tipo de *afuera*, Nelly Richard ha removido las aguas de los estudios culturales colocando como estratégicas, de un lado, la reflexión sobre los avatares de la memoria en nuestros países, no sólo *des-plegando* la reflexión de Benjamin sino movilizándola para hacer pensable el actual tironeo “entre la petrificación nostálgica y la coreografía publicitaria”, esa des-historización del presente y esa des-narración de la

memoria que efectúa la redundancia de la noticia; y de otro, ha potenciado el significado del *des-ordenamiento de los saberes*, que contiene un poderoso llamado a la *indisciplina* que de-vele los autoritarismos secretos y las inercias que esconden las disciplinas académicas, explicitando la batalla cultural que se libra en los “conflictos y diseños de las hablas”. Todo ello para desorganizar las “máquinas binarias” y potenciar las fuerzas de descentramiento que habitan los márgenes. A esta cortísima lista hay que añadir, para que sea un poco menos injusta, los nombres de José Joaquín Brüner, Heloisa Buarque, Norbert Lechner, Óscar Landi, Roger Bartra, Aníbal Quijano, Octavio Ianni, Hugo Achugar, Martín Hopenhayn, Germán Rey, Guillermo Sunkel, Beatriz González Stephan, Alejandro Piscitelli.



La reflexión que configura la primera parte —décadas de los años '70 y '80— entreteje trozos de textos tomados de dos libros agotados hace ya tiempo, *Comunicación masiva: discurso y poder* y *Procesos de comunicación y matrices de cultura*, además de otros textos publicados en revistas y libros colectivos. La segunda parte —años '90— se halla enteramente tramada con textos tomados de libros colectivos y revistas. Aunque en algunos casos se conserve el título de los artículos publicados la totalidad de los textos que forman este libro han sido condensados o re-escritos. Reescritura que no sólo condensa ideas sino que las reubica para dar cuenta de las rupturas y los desplazamientos. Pues más que de una secuencia lineal o de una continuidad sin rupturas, se trata

por el contrario de dar cuenta de las transformaciones que han articulado, desarticulado y rearmado el campo latinoamericano de la investigación en comunicación/cultura combinando la mirada desde el adentro de los momentos calientes con el balance que de ellos se hizo en los años posteriores.

Guadalajara, México, enero de 2001

NOTAS

1. A ese respecto ver D.Pagés y N.Pelissier (Coords.), "L'incertitude des territoires", *Quaderni. Revue de la communication*, N° 34, París, 1997; VV.AA., "De espacios y lugares: pre-ocupaciones y ocupaciones", *Archipiélago*, N° 34-35, Barcelona, 1998.
2. I.Chambers, *Migración, cultura e identidad*, Amorrortu, Buenos Aires, 1995, pp.127-156.
3. M.Serres, *Atlas*, Cátedra, Madrid, 1995, pp. 262-263.
4. J.Ibáñez, "Del continente al archipiélago", en *Por una sociología de la vida cotidiana*, Siglo XXI, Madrid, 1994, pp.112-137.
5. M. Cacciari, *Geofilosofía de Europa*, Adelphi, Milano, 1994; *El archipiélago. Figuras del otro en Occidente*, Eudeba, Buenos Aires, 1999.
6. M.Cacciari, *El archipiélago*, obra citada, p.28.
7. J.G. Magnani, *Mystica urbe. Um estudo antropológico sobre o circuito neo-esotérico na metrópoli*, Studio Nobel, São Paulo, 1999.
8. M. Svampa (Ed.), *Desde abajo. La transformación de las identidades sociales*, Biblos, Buenos Aires, 2000.
9. R.Reguillo, *Estrategias del desencanto. Emergencia de culturas juveniles*, Norma, Buenos Aires, 2000.
10. A.Grimson (Comp.), *Fronteras, naciones e identidades. La periferia como centro*, Ciccus/La Crujía, Buenos Aires, 2000.
11. D.Filums (Comp.), *Los noventa: política, sociedad y cultura en América Latina*, Flacso/Eudeba, Buenos Aires, 1999.
12. I. Wallerstein (Coord.), *Abrir las ciencias sociales*, Siglo XXI, México, 1996.

13. N. García Canclini, *La globalización imaginada*, Paidós, Barcelona, 1999.

14. M^a N. Lapoujade (Coord.), *Espacios imaginarios*, UNAM, México, 1999.

15. S. Castro/O.Guardiola/C.Millán (Eds.), *Pensar en los intersticios*, Instituto Pensar, Bogotá, 1999.

16. A. Entel (Dir.), *Constelaciones de la Comunicación*, N^o 1, año 1, Fundación Walter Benjamin, Buenos Aires, 2000.

17. "Comunicación, pueblo y cultura en el tiempo de las transnacionales", en VV.AA., *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*, Gustavo Gili, México, 1996; M. de Moragas (Ed.), *Sociología de la comunicación de masas*, vol. 4, Gustavo Gili, Barcelona, 1997.

18. El nombre de ese balance fue "Retos a la investigación de comunicación en América Latina", en *Memoria de la Semana Internacional de la Comunicación*, Universidad Javeriana, Bogotá, 1991, y después en *Comunicación y Cultura*, N^o 9, México, 1982; traducido: "De quelques défis pour la recherche sur la communication en Amérique Latine", en A. Mattelart/ Y. Stourdzé, *Technologie, culture et communication*, La Documentation Française, París, 1983. Traducción al español: *Tecnología, cultura y comunicación*, Mitre, Barcelona, 1984, "Desafíos à pesquisa em comunicação na America Latina", en *Intercom*, N^o49/50, São Paulo, 1984. Hay resumen de este texto en la primera parte de este libro.

19. J. Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones*, Gustavo Gili, 1987, Barcelona, p.229.

20. "Teoría/investigación/producción en la enseñanza de la comunicación", *DÍA-LOGOS de la Comunicación*, N^o 28, Lima; este texto es recogido en forma sintética en la tercera parte de ese libro.

21. Un primer esbozo de esas mediaciones se halla en "La comunicación desde las prácticas" en G.Orozco (Coord.), *De los medios a las prácticas*, Universidad Iberoamericana, México, 1990.

22. Un desarrollo del mapa de las mediaciones comunicativas puede encontrarse en "Pistas para entre-ver medios y mediaciones", Prefacio a la quinta edición de *De los medios a las mediaciones*, CAB, Bogotá, 1999. Y una ampliación de ese mapa es recogida en la tercera parte de este libro.

23. "Apuntes para una historia de las matrices culturales de la massmediación", en *Materiales para la comunicación popular*, N^o 3, Ipal, Lima, 1983.

24. R. Williams, "Teoría cultural" en *Marxismo y literatura*, Península, Barcelona, 1980, p.164.

25. Proyecto que se elaboró a partir del texto "La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana", *DÍA-LOGOS de la Comunicación*, N^o 17, Lima, 1987.

26. Tomo la expresión del título que Paolo Fabri puso a uno de los más decisivos estudios sobre la cultura de masa en los años '70: "La comunicazione di massa in Italia: sguardo semiótico e malocchio de la sociologia", *Versus*, N° 5, Milano, 1973; el subrayado es mío.

27. Z. Bauman, *Legisladores e intérpretes. Sobre la modernidad, la post-modernidad y los intelectuales*, Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, 1997.

28. J. Martín-Barbero, *Televisión y melodrama*, Tercer Mundo, Bogotá, 1992, p.15.

29. J. Saramago, Entrevista sobre su última novela *La caverna*, "El País", Madrid, 30 diciembre de 2000, pp. 6-7.

30. T.W. Adorno, y M. Horkheimer, *Dialéctica del iluminismo*, Sur, Buenos Aires, 1971, p.184.

31. G. Chartron (Dir.), *Pour une nouvelle économie du savoir*, Presses Universitaires de Rennes, 1994; A.Renaud, "L'image: de l'économie informationelle à la pensée visuelle", *Reseaux*, N° 74, París, 1995, pp. 14 y ss.

32. M. Castells, *La era de la información*, vol.1, Alianza, Madrid, 1997, pp. 58 y 369.

33. Ver en la segunda parte: "Imaginarios de la globalización e imágenes del mundo".

34. Sobre los nuevos escenarios de comunicación: "Transformaciones de la experiencia urbana" en la segunda parte.

35. Una reflexión sobre mutación cultural, jóvenes y escuela: "Desafíos culturales de la comunicación a la educación" en la segunda parte.

36. M. Mead, *Cultura y compromiso*, Granica, Buenos Aires, 1971, pp.105-106.

PRIMERA PARTE

AÑOS '70/'80:
CONFIGURACIÓN LATINOAMERICANA
DEL CAMPO

I. IDEOLOGÍA: LOS MEDIOS COMO DISCURSO DEL PODER

“El rasgo que debe diferenciar el enfoque de la comunicación de las perspectivas originadas en los países centrales es la concepción totalizadora del proceso comunicacional. En otras palabras, se trata de concebir la comunicación en todos sus niveles de funcionamiento como un aspecto del proceso productivo general de la sociedad”.

CIESPAL, DOCUMENTO DE COSTA RICA

“Lejos de ser ese elemento transparente o neutro en que la sexualidad se desarma y la política se pacifica, el discurso es más bien uno de esos lugares en que se ejercen, de manera privilegiada, algunos de sus más terribles poderes. El discurso no es simplemente aquello que traduce las luchas o los sistemas de dominación, sino aquello por lo que y por medio de lo cual se lucha, aquel poder del que quiere uno adueñarse”.

MICHEL FOUCAULT

A comienzos de los años '70 las ciencias sociales libran en Latinoamérica una particular lucha a la vez contra la fascinación cientifista de un funcionalismo omnipresente y contra la inercia de una dogmática y una escolástica marxistas. Lo que de esa lucha resonará más fuertemente en el campo de la comunicación es el esfuerzo por romper la hegemonía de un positivismo que separa *la forma* legitimada de lo cono-cible del *contenido* de lo vivido socialmente. De la renovación

del pensamiento marxista sobresaldrá el empeño por superar la reducción de las prácticas significantes y las tramas de sentido a mera "superestructura". En cuanto al tono beligerante de esa reflexión, lo que ahí habla es el proyecto de denuncia política que atraviesa la *investigación crítica* de punta a punta, articulando la forma de su discurso a una explícita toma de posición: si la comunicación es escenario privilegiado de la dominación ideológica no se trata entonces solamente de *comprender* el funcionamiento discursivo de la ideología sino de *hacer frente* a las implicaciones prácticas de su tramposa neutralidad. El residuo negativo de esa beligerancia no puede sin embargo esconderse, pues el carácter denunciista condujo a un excesiva generalización de los procesos y a una unidimensionalización del sentido de las prácticas. Ello fue sin duda el costo que hubo de pagarse por empezar a hacer pensable la trama de dominio que carga a la ideología, especialmente en estos países, tanto a la que vehiculan los medios masivos como a la que sostiene al *saber comunicativo*.

1. LUGAR DE PARTIDA:

LA DOMINACIÓN QUE ANIDA EN LA TEORÍA

El sentido y alcance de la investigación latinoamericana sobre la comunicación masiva, incluyendo la lectura que ella realiza de la teoría hegemónica y sus impases, remiten a una nueva conciencia del proceso histórico que hace posible la tematización del problema de la dependencia cultural, y en particular el de la producción de conocimientos, más allá de una consideración que lo reduzca a mero problema de importación de teoría, y más allá también de su reducción a

mera reproducción ideológica. Esa misma conciencia está posibilitando desenmascarar lo que las *necesidades* tecnológicas de comunicación significan no sólo en su dimensión económica sino en cuanto rearticulación, deformación-imposición de una sociedad que sintonice y funcione con los requerimientos del mercado. La validez de la teoría hegemónica se inserta ahí, en la lucha contra la hipoteca que lastra al pensamiento latinoamericano al convertir el pasado en inercia insuperable, en imposibilidad de cambiar el presente y darnos un futuro nuevo.

De esta mistificación se despega lenta, difícilmente, reescribiendo la historia y mostrando cómo la falta de un pensamiento crítico y la fácil deriva hacia el dogmatismo se corresponden: "El método aparece como un recetario artificial y abstracto acerca de las formas del conocimiento social y los resultados de su aplicación como una dogmática. El liberalismo llegó a América Latina como una dogmática —como un elenco de valores intocables— pero el marxismo también. Así se configuró el fenómeno de la transformación de un pensamiento crítico en una escolástica de izquierda"¹. La dependencia no estriba entonces en la asunción de la teoría que se hace *afuera* como creen aún los defensores de un nacionalismo trasnochado. Lo dependiente es la concepción misma de la ciencia, del trabajo científico y de su función en la sociedad. Pues la dependencia trabaja en la interiorización que hacemos de la división social del trabajo a nivel internacional según la cual estos países no pueden permitirse el lujo de hacer ciencia, con aplicar la que hacen los otros están cumpliendo su papel en la historia. La "fuga de cerebros" no es explicable por el solo factor de una mejor remuneración económica o de mejores posibilidades en laboratorios, investigación, etc.; es necesario incluir la fascinación que ejerce lo

científico, la creencia en la ciencia como *valor universal y desinteresado* al servicio de la humanidad por encima de cualquier desigualdad o conflicto histórico. Atadas por sus privilegios y encandiladas por la mitología de lo científico las elites de poder latinoamericanas no han tenido el menor inconveniente en renunciar a producir la ciencia y la tecnología que sus países necesitaban favoreciendo incluso el éxodo de los científicos hacia las verdaderas “patrias de la ciencia”.

En pocos campos del saber la fascinación de lo científico es tan viva como en el de la comunicación. Y es mucho lo que tiene que ver con ello la incomprensión y la violencia de los ataques con que es recibida la crítica. “Al rehusar conformarse con aprehender la comunicación como un mero objeto de observación y al proyectarla en el movimiento de un proceso, el investigador enjuicia la posición que la burguesía le asigna a la práctica científica, y por ende impugna su propio estatus”². Porque la proyección en el proceso desmantela la pureza de lo teórico dejando al descubierto el proyecto político-económico que la teoría racionaliza paradójicamente naturalizándolo y universalizándolo. Lo que los críticos latinoamericanos empezaron por señalar era algo que los empresarios sabían de sobra pero que la teoría, su *efecto de cientificidad*, venía a borrar y escamotear: el origen político, y a veces incluso comercial, de las categorías y los objetos de ese saber. El desarrollo tanto tecnológico como discursivo de los mass-media, que se inicia en los Estados Unidos al concluir la Primera Guerra Mundial, estuvo directamente vinculado a la necesidad que tenía el gobierno de homogenizar a las masas en torno al consenso que implicaba el proceso bélico. La posterior decepción de esas masas al tener conocimiento de las manipulaciones de que habían

sido objeto no restó la menor fuerza a la curiosidad y la fascinación de que se habían imbuido los medios. Y al deseo de los políticos por conocer la influencia que sobre la población habían tenido sus campañas mass-mediatisadas se incorporó el de los industriales y comerciantes por incrementar la eficacia de la publicidad. La ciencia de las comunicaciones nació así orientada a perfeccionar y perpetuar "el estilo norteamericano de democracia". Los posibles efectos negativos de los medios, como la degradación de la cultura, serán vistos como meras disfunciones que el propio sistema se encargará de refuncionalizar.

¿Qué tipo de sociedad albergó los primeros experimentos científicos sobre la comunicación masiva?, se pregunta L. R. Beltrán, y responde: "¿Se trataba de una sociedad infeliz, agobiada por la pobreza, los conflictos sociales y la inestabilidad? En absoluto, se trataba de una sociedad próspera, feliz. Una sociedad en que la individualidad predominaba sobre lo colectivo, la competencia era más determinante que la cooperación y la eficacia económica y la sabiduría tecnológica tenían más importancia que el desenvolvimiento cultural y la justicia social. Era una sociedad a punto de convertirse en el imperio económico más poderoso e influyente del mundo"³. La impronta de la teoría sociológica sobre los métodos de investigación ha sido lúcidamente descrita por Mattelart en sus críticas a la *Communication Research*: desplazamiento del centro de gravedad de la problemática del medio de comunicación a la psicología de los receptores, reducción del criterio de pertinencia de lo investigable al contenido manifiesto de los mensajes —único contenido detectable empíricamente y analizable estadísticamente— fragmentación por tanto del mensaje en unidades cuya única relación proviene de la sumatoria.

Pero si el método recorta así las posibilidades de lo investigable —las técnicas de encuesta para la medición de los efectos son plenamente complementarias de los análisis de contenido— es porque la teoría que lo engendra y alimenta, el empirismo sociológico, responde a una concepción de la objetividad científica como neutralización de la operación de conocimiento y al mantenimiento del *statu quo*. “El hecho de que el sistema salga virgen de dudas pone su marca al conjunto de las técnicas empleadas, las cuales se convierten así en instrumentos de ajuste del sistema, y quedan destinadas a suprimir los puntos críticos que ponen en peligro el equilibrio social”⁴.

La crítica tenía que ser radical: cambiar de perspectiva exige no sólo cambiar de método pues no puede ahorrarse el cuestionamiento de la matriz epistemológico-teórica de esa “ciencia”. Lo metodológico no es autónomo, su coherencia lógica es parte del proyecto teórico, de una particular concepción del objeto a partir de la cual ciertos problemas son formulables y abordables y otros no. La coartada del cientifismo consiste precisamente en proporcionar al investigador la oportunidad ilusoria de sentirse presente en el proceso social pero sin necesidad de tomar posición, sin asumir opción alguna. Frente a esa ilusión, que sin duda puede funcionar psicológicamente, pero que la realidad social echa por tierra, la ruptura teórica implica exigencias concretas a nivel del proyecto político que guía la investigación como proyecto general de transformación de la *realidad investigable*. Y eso tiene incidencia sobre los métodos y sobre los objetos. Pero no es sobre los objetos y los métodos que se opta directa, inmediatamente, sino sobre el proyecto histórico que los mediatiza y dota de sentido. Sin caer en la trampa contraria, la de un politicismo reductor que intenta

suplantar el trabajo teórico por agitación política. La propuesta crítica consiste en asumir que "sólo es 'científico', elaborador de verdad, un método que surja de una situación histórico-política determinada y que verifique sus conclusiones en una práctica social acorde con las proposiciones histórico-políticas en las que se pretende inscribirlas"⁵.

El nuevo punto de partida se halla entonces *en el proceso de fetichización del medio de comunicación* en cuanto actuante, metamorfoseador de las relaciones sociales en cosas, en naturaleza. Con dos consecuencias fundamentales: ocultar el proceso de producción, de elaboración de los mensajes, y dotar al medio de una fuerza mágica que no es sino el valor que adquiere en una relación social reificada y traspuesta a él. El proceso de comunicación, en cuanto proceso de intercambio, prolonga y densifica el mecanismo productivo general "la distancia entre emisor y receptor es una mera reproducción del espacio que media entre productor y consumidor"⁶. Y la pasividad asignada e interiorizada por parte del receptor no es sino un aspecto de la enajenación social de la que participan los dos polos del proceso. El producto-mensaje que el receptor consume lleva ya inscrito en su acabamiento la "marca de fábrica", su carácter mercantil como huella y modelo a la vez del verticalismo y el autoritarismo general que rige las relaciones sociales. Esa *marca* es la que determina la forma misma de su recepción. Marca que es un lenguaje represivo, coaccionador pero no en forma explícita sino disimulada, lenguaje hipnotizante que está en la base del discurso ritual y autoritario con el que una clase encierra, claustra, recorta y controla el mundo como un orden, una legitimidad, inapelable. La expresión más eficiente y clara es el lenguaje publicitario, ese lenguaje que transforma sistemáticamente las ideas y las cosas

reduciéndolas a su forma mercantil al operativizar todo lo que toca desde el ángulo exacto de la posesión. Y ello a través de un proceso de semantización en el que los juegos de las palabras, las hipérbolas, los procedimientos de adjetivación, inocentan el proceso pero sin poder ocultar del todo la “marca de fábrica”, esa ideología que se empeña en zanjar semánticamente las diferencias sociales a la vez que las ensancha.

Pero si la burguesía ha llegado a imponer su lenguaje *como el lenguaje de los medios* no ha sido por arte de magia sino por otro “arte”: el del control de la propiedad, el del monopolio económico de los medios. Desde el momento de su nacimiento ha tenido una conciencia muy clara del papel que los medios iban a jugar, “que la fusión de la fuerza económica y del control de información, fabricación de imágenes, formación de la opinión pública, llámese como se quiera, llegaría a ser la nueva quintaesencia del poder nacional e internacional”⁷, que los medios iban a posibilitar nuevas, sofisticadas y más penetrantes formas de coloniaje a través de las cuales la dominación dejaría de ser sufrida como una opresión para ser sentida como una alianza que convierte al dominador en libertador. Ahora todo será libertad: de palabra, de empresa, de comercio. Como muestra Schiller, las declaraciones de los presidentes norteamericanos de la postguerra sobre la libertad de palabra y de opinión terminan siempre en declaraciones sobre la libertad de empresa y de circulación de las mercancías. La libertad de las comunicaciones se tradujo así en un “paso gigante” en la liberación y expansión de los mercados norteamericanos.

La trama ideológica de los mensajes

“La significación —los ‘lenguajes’, los ‘mensajes’, la ‘comunicación’— no puede ser separada del funcionamiento de la sociedad en su conjunto y, más específicamente, de la producción social. Pues la significación es el producto de un trabajo social, de una práctica que opera dentro de la sociedad, del mismo modo que ésta produce bienes en el plano económico e instituciones en el plano político”.

ELISEO VERÓN

El carácter estructural de los procesos de comunicación masiva y el entramado mercantil de los medios van a encontrar en la problemática de *lo ideológico* un campo estratégico de convergencia para el análisis. Esa perspectiva va a encontrar en la crítica latinoamericana un fuerte desarrollo tanto en el nivel de su configuración teórica como en sus posibilidades de análisis de los diferentes medios. En el año 1967 se realizó en Buenos Aires un simposio sobre “Teoría de la comunicación y modelos lingüísticos en ciencias sociales” coordinado por E. Verón, y en el que ese autor presentó un texto⁸ que constituye el punto de partida de la nueva perspectiva. En ese texto, a la vez teórico y práctico, puesto que ofrece la aplicación del modelo elaborado al análisis del discurso de prensa, Verón recoge y explicita una serie de propuestas que, en forma menos elaborada pero pionera, aparecieron en una compilación de textos suyos publicada con el título *Conducta, estructura y comunicación*. Desde esos primeros textos lo que se configura es la posibilidad de sacar

la problemática ideológica del marco clásico de la sociología del conocimiento —que identificaba lo ideológico con las representaciones y por tanto con la problemática de la conciencia y de los sujetos— para inscribirla en el espacio de la comunicación a través del concepto de *significación* como dimensión de los hechos sociales. Es todo el campo de la *superestructura* el que resulta replanteado a la luz de los nuevos procesos históricos que la comunicación masiva configura así como de la ruptura que la lingüística estructural opera en el espacio de las ciencias sociales. Lo que en último término es necesario abandonar es una concepción mecanicista de lo social que reduce la superestructura a puro reflejo de la base económica, y una concepción idealista —por más materialista que se proclame— que subjetiviza el proceso ideológico en términos de contenidos de conciencia.

Según esa nueva perspectiva, lo ideológico trabaja en el ámbito de los procesos y sistemas de codificación de la realidad y esos sistemas de codificación “no son meras excrecencias de las condiciones materiales sino todo lo contrario: constituyen una dimensión central de las condiciones materiales mismas, puesto que determinan la significación de las conductas sociales y las condiciones materiales no son otra cosa que relaciones sociales”⁹. Con lo que, frente a una tradición pertinaz, en la que el positivismo se da la mano con una extendida vulgarización del marxismo, Verón sostiene que la significación no es nada subjetivo y que la distinción infraestructura/superestructura ni coincide ni corresponde con la oposición objetivo/subjetivo. Mattelart desenmascara esa misma tradición que como un obstáculo impide la justa valoración de la problemática de la comunicación por parte de ciertos sectores de izquierda a los que la herencia de un “marxismo ventrílocuo” incapacita para comprender el

lugar capital que lo ideológico ocupa en un proceso revolucionario: "quizá sea en esta separación capciosa entre poder material y poder ideológico, infraestructura y factores superestructurales, donde radica la piedra de toque de las polémicas que no han dejado y no dejarán de presentarse a propósito de nuestro enfoque sobre el lugar que ocupa la comunicación de masas en la lucha de clases"¹⁰. La ideología trabaja en el terreno de lo inintencional, es decir no consciente ni voluntario. El modelo sociologista es tan insuficiente como el psicologista para dar cuenta del funcionamiento de los fenómenos ideológicos. Ni pura manifestación de intereses de grupo ni manifestación de tensiones o frustraciones de la personalidad. Para Verón la ideología es el modo natural de existencia de la dimensión significativa de los sistemas de relaciones sociales, y para Mattelart en ella se trata de un estado que los individuos viven "como una naturaleza social" pues se impone a ellos por un modo de producción que impregna todas las relaciones sociales.

Si el modo de producción en cuanto sistema de relaciones sociales es lo que determina la forma de operar de lo ideológico, lo que el análisis persigue entonces es su principio organizativo, su estructura. Y esa estructura es precisamente lo que no aparece, lo que no es manifiesto o accesible ni a la conciencia de los individuos ni a las técnicas del análisis de contenido. La estructura se ubica a otro nivel: *latente, segundo, connotativo*. A ese nivel cualquier mensaje, discurso o texto se halla trabajado por lo ideológico y es susceptible por tanto de una lectura ideológica, lo mismo el discurso político que la revista de modas o el noticiero de TV. Lo ideológico deja de ser un adjetivo atribuible a cierto tipo de discursos para ser definido como un nivel de organización de lo semántico, un "nivel de significación"

presente en cualquier tipo de discurso, y cuyo modo de operar es el de los mecanismos de selección y combinación que la lingüística estructural ha descubierto como las dos operaciones que dan lugar a los dos tipos básicos de relación a través de los cuales se realiza la significación. El nuevo modo de análisis no trabajará con "categorías" clasificatorias de palabras y sus cantidades representativas, sino con las *reglas semánticas* a partir de las cuales se generan las proposiciones, los mensajes.

Ahora bien, si cualquier tipo de mensajes es susceptible de una lectura ideológica, la especificidad y la eficacia de esa lectura depende por entero de su capacidad de vincular las estructuras de significación descubiertas con "los procesos de conflicto a nivel de la sociedad global". Éste será sin duda el punto más crítico del método. Y no porque teóricamente no sea claro, o porque sea discutido en sí mismo, sino por la articulación de este concepto de ideología con la propuesta de Marx sobre la dominación de clase en lo ideológico. Punto que en su forma más fecunda, aunque no exenta de dificultades, fue planteado por Mattelart en *La ideología de la dominación en una sociedad dependiente* y cuyo resumen podría ser el siguiente: investigar la red semántica, la estructura significativa en el plano ideológico, es investigar el principio de organización a partir del cual una clase construye su discurso y a través del cual convierte en proyecto común su proyecto particular, enmascarando su dominación al desvincular ese proyecto de las relaciones sociales de producción que lo sustentan¹¹. Por otra parte la problematicidad del método reside en la tentación, en el peligro formalista que subyace al análisis estructural, en su tendencia a encerrar los textos y a hacer del principio de "inmanencia" no un momento táctico del proceso de investigación sino su clave, con

la consiguiente dificultad para establecer las relaciones del texto con su "contexto" histórico-social, con lo que la huida del empirismo resultaría en una nueva forma de idealismo.

Es ese punto el que va a convertir al análisis estructural en foco de una polémica —marxismo vs. estructuralismo— cuyas características en América Latina van a ser muy especiales dada su incidencia directa en las luchas políticas, pues la presión de los acontecimientos y la urgencia de propuestas prácticas van a empujar el campo hacia dogmatizaciones, vulgarizaciones y oportunismos. Lo que es indudable es que la convergencia del análisis estructural con el análisis que sobre la dependencia se realiza en América Latina ha posibilitado no sólo un tipo de denuncia nuevo sino la apertura del campo de las comunicaciones masivas a un nuevo tipo de investigación¹². Y a través de esas investigaciones, en muchos casos inconclusas, "cargadas", deficientes, se ha ido haciendo inteligible, concreta e impugnabile la compleja red de la dominación cultural. No sólo el trasvase de los modelos, la imposición de los valores y las pautas de vida sino la deformación radical a que es sometida la existencia social de estos pueblos. Y se empezó a sospechar de los "beneficios" y la democratización que las comunicaciones masivas aportan. Y se empezó a enfrentar el proyecto político que sustenta al desarrollo tecnológico sea a nivel rural o educativo. Y hasta hubo gobiernos que declararon persona no grata al Pato Donald y decretaron movilización general contra la invasión por satélite.

¿Desde dónde hacemos investigación?: la persistencia de la teoría negada y la esquizofrenia de que se alimenta

Los años '80 se inician con un claro reflujo de la utopía revolucionaria y un marcado retorno de las fuerzas conservadoras. Y ello tanto en los Estados Unidos como en los países más vanguardistas de Europa. Mientras, en América Latina se inicia un proceso de transición de las dictaduras hacia formas de "democracia controlada" al tiempo que en las viejas democracias se endurece la represión. Sólo Centroamérica parece ir contra-corriente: los levantamientos populares retoman el proyecto y el idioma de la revolución, pero esos levantamientos están siendo duramente controlados, cercados económica y políticamente. Y toda Latinoamérica vive un "estado de emergencia permanente" en el que, como afirma M. Piccini, "las formas coercitivas de dominación deberán necesariamente cubrir las debilidades de las instituciones civiles incapaces de establecer un marco normativo común"¹³. En los últimos años el conflicto entre el carácter internacional de la estructura económica y el carácter nacional de la esfera política se ha tornado insoluble. Pero a su vez se ha convertido, paradójicamente, en una de las claves de la retórica de los dictadores, retórica con la que se trata de mistificar el hecho de que son cada vez más las transnacionales las que dictan las normas que deben adoptar las políticas nacionales.

Este contexto replantea las condiciones de trabajo del investigador en ciencias sociales, y en particular en el área de la comunicación masiva. Tres aspectos me parecen especialmente relevantes en ese nuevo contexto. Primero, en el

campo de la investigación *las tácticas de dominio están cambiando*: la "derecha" ha comenzado a perder el asco a ciertos temas; aún más, le está robando a las izquierdas algunos de sus más preciados "objetos", y los está sometiendo a una operación de lavado y neutralización. La fragmentación y la descontextualización son colocadas como condiciones para la objetivación, es decir, para que una problemática pueda ser "tratada científicamente". Así, la problemática de la penetración y la dominación cultural es convertida en la del intercambio o las relaciones interculturales, la problemática del nuevo orden informativo en la de la puesta al día de las técnicas y los comunicadores —porque la causa del desequilibrio informativo estaría en la baja preparación técnica y profesional del Tercer Mundo—, la problemática de la comunicación participativa o alternativa es transformada en la de esos nuevos medios que por sí mismos van a permitir a los receptores convertirse en emisores. No pocos empiezan a sentir la confusión. Los campos de lucha no están ya tan deslindados como hace algunos años. Y en muchas ocasiones no está nada claro el sentido, es decir, al servicio de quién o de qué se trabaja. La época de las grandes denuncias —siempre necesarias— parece dejar el paso a un trabajo más oscuro pero no menos arriesgado y difícil: la lucha contra la amalgama ecléctica y la funcionalización de la crítica, la lucha contra un neopositivismo ambiente que vuelve a oponer, ahora más ladina y sofisticadamente, el trabajo científico al trabajo político. Y todo ello abonado por el desencanto, la división y la confusión que mina a las diferentes izquierdas.

Segundo, las *nuevas tecnologías* de comunicación son presentadas, y recibidas, como la matriz de un nuevo modelo social, de una pseudo-utopía, con la que el capitalismo conjura su crisis y pretende salvarse esta vez. Aunque se

tratará de esto más en detalle, como uno de los campos estratégicos a investigar, dejemos planteado el aspecto que más interesa. Para una reflexión crítica, que sigue seriamente amarrada a una concepción instrumentalista de la técnica, el peso histórico y el entramado político de esas tecnologías, la racionalidad que ellas materializan, se escapa, desaparece. O fascinación o rechazo maniqueo. Cuando lo necesario y urgente es la puesta en relación de las "posibilidades" que esas tecnologías ofrecen con el modelo de sociedad en que se inscriben. No para rechazarlas sino para comprender su verdadera configuración y su alcance en el mantenimiento y aun el reforzamiento de las actuales estructuras sociales y de los "cambios" que indudablemente acarrearán.

Tercero, la cada día más estrecha y más específica *articulación económico-política de las comunicaciones* con el proceso social global. En el plano económico "las comunicaciones están penetrando hasta el corazón del trabajo y del sistema productivo"¹⁴, no sólo por el aporte fundamental de los medios al proceso de valorización del capital sino por el papel que la información juega ya en cuanto materia prima de cualquier producción e incluso redefinidora de los procesos mismos de producción. En el plano político, las nuevas comunicaciones, resultantes del encuentro de la telecomunicación con la informática, vienen a replantear seriamente la función y relaciones del Estado, especialmente del Estado y los Medios, a partir del control que unas pocas transnacionales ejercen sobre la investigación y la producción en este campo. Es todo el modelo democrático occidental el que está siendo afectado por la dirección en que marcha la "sociedad informatizada".

Tema-trampa, la problemática del hacer teórico sigue mirándose en América Latina como algo sospechoso. Desde

la derecha porque hacer teoría es un lujo reservado a los países ricos y lo nuestro es aplicar y consumir. Desde la izquierda porque los problemas "reales", la brutalidad y la urgencia de las situaciones no dan derecho ni tiempo al quehacer teórico. Y sin embargo la teoría es uno de los espacios claves de la dependencia. Ya sea a través de la creencia en su neutralidad-universalidad o en la tendencia a vivir de las modas, a buscar las herramientas teóricas no a partir de los procesos sociales que vivimos sino desde un compulsivo reflejo de estar al día. Pero la dependencia no consiste en asumir teorías producidas "fuera", lo dependiente es la concepción misma de la ciencia, del trabajo científico y su función en la sociedad. Como en otros campos, también aquí lo grave es que sean exógenos no los productos sino las estructuras mismas de producción.

La investigación crítica en ciencias sociales, y particularmente en lo que se refiere a la comunicación masiva, se ha definido casi siempre en Latinoamérica por su ruptura con el funcionalismo¹⁵. Pero quizá esa ruptura ha sido más afectiva que efectiva. Al funcionalismo se lo descalifica "en teoría" pero se sigue trabajando desde él en la práctica. Con frecuencia se ha roto solamente con su jerga pero no con la racionalidad que lo sustenta. Y así seguimos atrapados en su "esquema". Primero fue el *mensaje* contra los *efectos*. Después el *receptor* contra el *mensaje*, que era una manera de volver a los efectos pero "dinamizados", y al fondo, más allá de las proclamas, la vieja dicotomía ideología/técnica escamoteando la materialidad y la peculiaridad de los procesos. Como escribí en otro lugar, el instrumentalismo funcionalista, por más que se revista de la teoría marxista, no puede romper con el verticalismo y la unidireccionalidad del proceso comunicativo pues se alimenta de ellos. Como lo ha

demostrado bien dolorosamente la experiencia chilena y la concepción consumista de la cultura que sostuvo gran parte de la izquierda. El esquema funcionalista no racionaliza quizá únicamente el proceso de dominación del capital sino también otras formas de lo político, de ejercicio del poder, que subsisten pertinaces en su "negación". Porque lo que el modelo funcionalista impide pensar es la historia y la dominación, precisamente lo que racionaliza, es decir oculta y justifica. Lo que no cabe definitivamente en ese modelo es la contradicción y el conflicto. De manera que la verticalidad y la unidireccionalidad no son efectos, sino la matriz misma del modelo, su matriz epistemológica y política. Y es importante señalar que esa matriz sigue viva en la complicidad que con ella mantiene la lingüística estructural al descartar del análisis el espesor histórico-social del lenguaje, esto es, al dejar por fuera la complejidad y la opacidad del proceso, todo aquello que excede y subvierte el tranquilo ir y venir de la información, todo aquello que es huella del sujeto histórico y pulsional, todo aquello que es poder, control o fiesta en la comunicación.

La persistencia de esa teoría alimenta una particular esquizofrenia. Esquizofrenia que se hace visible en tantas investigaciones que se proclaman críticas, con una concepción totalizadora de lo social, pero cuyo método, cuya práctica analítica fragmenta lo real e impide conocer aquello que inicialmente se planteaba como objeto. Atención, porque el problema no se sitúa en el ámbito de lo "subjetivo", no es un problema de error de los investigadores. Esa esquizofrenia nos remite otra vez a la concepción instrumentalista de los métodos y las técnicas, que es la predominante en nuestras universidades a través de esos cursos de Método en los que se enseña "funcionalismo-marxismo-estructuralismo". Y en

los que los métodos se estudian desvinculados de la historia, de los problemas y las disciplinas en que se gestaron, convertidos en recetarios de técnicas, en fetiches cuyo rigor interno —coherencia formal— puede garantizar la verdad de lo encontrado más allá y por fuera de las condiciones sociales del problema que se investiga, o cuya verdad interna puede llegar a suplir la observación atenta y rigurosa de los datos y los procesos empíricos. Esa esquizofrenia se plasma, por un lado, en la tendencia al teoricismo, a confundir investigación con especulación, en la tendencia a un discurso vago y generalizante con el que se trata de tapar no sólo la falta de trabajo empírico sino también el escapismo político: *hacer investigación para no tener que pasar a la acción*, o mejor, se hace un tipo de investigación que no nos involucre, una investigación generalista que no exija "práctica" alguna, porque investigando lo particular, sobre lo que es posible intervenir, se corre el riesgo de descubrir no sólo argumentos para "criticar" el sistema sino herramientas para transformarlo. Pero esa esquizofrenia se plasma también en la falta de producción y la abundancia de reproducción, en la ausencia de creatividad y la abundancia de divulgación. Que es otra forma de escapismo, escapismo al riesgo de abrir brechas nuevas en nombre de un pragmatismo positivista y chato que relega la imaginación a la esfera de lo artístico, de lo literario, desterrándola del trabajo científico y del quehacer teórico. Pragmatismo que se alimenta de aquella concepción epistemológica según la cual investigar se reduce a operativizar un modelo, a aplicar una fórmula, y en la que la objetividad se confunde con la estadística.

Frente a la concepción instrumentalista es necesario hacer hoy hincapié en que un método no es sólo una herramienta para abordar un objeto-problema, es también un

punto de vista sobre el objeto que impide o posibilita que algo sea considerado problema. De manera que no se puede hablar en abstracto de que un método es más eficaz que otro, y habrá que introducir esas incómodas preguntas: eficaz ¿para qué y para quién? ¿Qué es lo objetivable desde ese método, qué instancias, qué dimensiones de lo real pueden convertirse en “objetos” de conocimiento, en problemas? Porque si, por ejemplo, lo único investigable desde un método es lo medible cuantitativamente, o lo que se ve, todo el resto de “lo real” queda automáticamente descartado como no objetivable. Y de ese modo lo posible, el conflicto, el cambio, lo imaginario y lo simbólico —eso que desde Marx y Freud forman el campo de lo real histórico y de lo pensable— quedan definitivamente fuera del análisis.

Dos ejemplos en el campo de la comunicación masiva. El método desde el que las transformaciones culturales son vistas y reducidas a *efectos* de los medios, a efectos aislables y medibles, no sólo deja de lado por no objetivables otras variables del contexto social más eficaces que los mismos medios, sino que incapacita para comprender y abordar los procesos culturales en cuanto procesos sociales multidimensionales y de largo alcance, esto es, no cuantificables puntualmente. Y con ello es toda la problemática de la articulación entre sistema de producción y relaciones de poder la que es radicalmente descartada. Y el descarte de esa articulación lo es de ciertas mediaciones fundamentales como, por ejemplo, la inscripción de la violencia televisada en la espectacularización de la vida cotidiana realizada por la TV y su relación con la mercantilización del tiempo libre, del ocio. Pero empeñados en encontrar efectos inmediatos y directos sobre los comportamientos, es decir incapaces de aceptar otro tipo de relación social, muchos investigadores

siguen sin comprender que la eficacia del espectáculo televisivo, como la de cualquier ritual, no es atrapable ni medible según el esquema estímulo-respuesta.

El otro plano que quiero reseñar es el de la incapacidad de las entrevistas y los cuestionarios tradicionales para abordar la actividad de decodificación que realizan los diferentes grupos sociales al "leer" los mensajes de los medios. Como más adelante se va a retomar esa problemática, señalo únicamente que esa incapacidad no es un mero problema técnico sino que tiene que ver con la matriz epistemológica y política del modelo al que antes aludía, y según el cual la actividad —la producción, la palabra— se halla solamente del lado del emisor, y del lado del receptor sólo hay pasividad o reacción, la escucha y el consumo.

Los diferentes métodos delimitan campos de objetos, y esa delimitación funciona como mediación de unas determinadas condiciones sociales, y es con esas condiciones con las que es necesario confrontar el valor y el alcance de una investigación. La relación del método al objeto plantea no sólo la mediación de lo social en un sentido general sino también de esas otras mediaciones sociales particulares que posibilitan-limitan la investigación como la división social del trabajo y las ideologías profesionales. Pero sin que la asunción de esas mediaciones implique, por ejemplo, aceptar el chantaje epistemológico que significa el hacer de la especialización una justificación de la fragmentación de lo real.

2. ELEMENTOS PARA UNA TEORÍA CRÍTICA DEL DISCURSO

Es necesario comenzar por aclarar de qué se trata. Y decir, en primer lugar, que no se trata de explicar el acontecimiento

por palabras ni de reducir la comunicación a lenguaje. No se trata de reducir la historia a discurso, sino de leer el discurso, el discurso de los medios masivos en este caso, como acontecimiento de poder. Que no puede confundirse con el discurso que pronuncia el Poder, ni de la semántica oficial de los políticos, sino de ese otro discurso que trabaja cualquier materia significativa visual o sonora, y cuyo análisis consiste en descubrir las operaciones a través de las cuales se constituye y realiza el control. Un análisis que consiste en oponer lo que habla en el discurso contra lo que dice. Lo que en él *habla*, esto es los conflictos sociales, políticos, económicos, libidinales; contra lo que *dice*, esto es la retórica de la libertad, de la felicidad, del bienestar. Oponer lo que habla en el discurso de la massmediación a lo que dice es descubrir lo que censura y niega, lo que impide nombrar, pero contra lo que no tiene más remedio que actuar. De esa manera la negación que opera resulta siendo afirmación de lo negado. Y lo que es negado fundamentalmente son los gritos de ese *otro*, de los dominados, y que lo obligan a excederse, a perder el control, a recurrir a una retórica que lo expone y lo torna vulnerable.

La teoría que necesitamos no es por tanto aquella que, atrapada en la inmanencia del discurso, padece la ilusión de una autonomía falaz que le lleva a pretender explicar los procesos de la comunicación masiva por fuera de los conflictos históricos que los engendran y los cargan de sentido, sino aquella otra capaz de articular la investigación sobre el discurso a la de sus condiciones de producción, de circulación y consumo. Es decir, una teoría que comience a establecer relaciones no mecánicas entre los diferentes niveles del proceso comunicativo: de la producción de los discursos con el régimen de propiedad de los medios, con los diferentes

tipos de relación que con ellos establecen los aparatos del Estado, y con las modalidades de decodificación y réplica de los distintos grupos sociales a los mensajes recibidos. Pero eso exige replantear no sólo las respuestas que durante cierto tiempo nos hemos venido dando, sino incluso las preguntas desde las que interrogamos y formulamos los problemas.

En el campo de la investigación de los discursos las nuevas preguntas comienzan por exigir un replanteamiento de la perspectiva aportada por la lingüística y la semiología, y más concretamente de la reducción del discurso de la comunicación a relaciones de significación, de lengua, de estructura. Porque lo que esa reducción impide pensar es el hacerse del discurso y su trabajo y, por ende, su inserción en el proceso histórico y la inserción en él del sujeto pulsional. No se trata de desconocer ahora el aporte de la semiolingüística al permitir romper con una concepción de lo ideológico que lo reducía a "ideas", a "representaciones". Es indudable que la concepción saussuriana de la unidad significante-significado obligó a plantearse de alguna manera la materialidad significativa de los procesos, y que su concepto de "valor" lingüístico permitió romper con la mecánica positivista. A lo que me refiero es a la imposibilidad de reducir el discurso a lo lingüístico. El planteamiento tiene como base una doble sospecha bien antigua: la de que el lenguaje no dice lo que dice, y la de que el decir no se limita al habla; que el lenguaje dice más, mucho más de lo que cree decir, y que muchas cosas hablan aunque no sean lenguaje. Modernamente, los "maestros" han llevado la sospecha más lejos¹⁶, han hecho de ella un modo de lectura de la profundidad; o mejor, de los "bajos fondos" del lenguaje y los discursos. Marx a propósito de la moneda y la mercancía, Freud con respecto a los síntomas histéricos, los lapsus y los

sueños, Nietzsche sobre las máscaras de la civilización y la moral. En últimas, es la lectura del trabajo ocultado, de la interpretación velada que es cada signo, de la interpretación que imponen las palabras, de la violencia que hacen a las cosas mientras se encubren bajo el manto inocente de la designación o de la referencia, de la significación. En ese mismo tono de lectura, Barthes se ha atrevido a escribir: "No vemos el poder que hay en la lengua porque olvidamos que toda lengua es una clasificación, y que toda clasificación oprime menos por lo que no permite decir que por lo que obliga a decir"¹⁷. Si el discurso es poder lo es porque produce, y produce porque en él hay materia y hay trabajo, y no sólo signos, estructuras de significación.

Frente al idealismo —discurso sin materia, sin objeto—, frente al materialismo —discurso sin sujeto—, planteamos el discurso-práctica: lugar en que la lengua se carga y es cargada de historia y de pulsión. Y no nos estamos refiriendo al discurso "literario" sino al discurso de los medios masivos. Lo que implica romper con esa reciente mitología de la Escritura que, oponiendo tajantemente el "lenguaje de la comunicación" al "texto poético", hace de éste el lugar de la producción, reduciendo aquél al de la mera reproducción y el sucio comercio¹⁸. Claro que hay diferencias, pero también equivalencias. Y ubicando el trabajo y la producción del lado de la "escritura" se sigue anclado en la misma trampa: la palabra, el lenguaje, los discursos de la comunicación son condenados como mera, pasiva transmisión de la información. Y así se reintroduce la coartada que consiste en ino-centar el discurso de la comunicación, ahora ya no desde la mitología positiva de la neutralidad sino desde su aparente contrario. Frente a ello, nuestra propuesta es que al "hundir" el discurso masivo en el espesor de las materias y los

cuerpos, y al hacer emerger sus bajos fondos, con lo que nos topamos verdaderamente es con la historia, la historia hecha discurso del poder y del deseo. No de un poder y un deseo abstractos sino de esos bien concretos que amordazan y luchan en la cotidianidad de nuestras masas latinoamericanas.

La cuestión del poder

Las ciencias del lenguaje —como todas las ciencias— parcelan y dividen. Y esa parcelación, que es exigencia de la “objetividad”, es ya una forma de control, de domesticación, de neutralización. No lo afirmo en forma de lamento sino de simple constatación. Y, convertidas en diferencias, las contradicciones son sistematizadas y los conflictos funcionalizados. A propósito del lenguaje y los discursos esto se traduce en la “incapacidad” de las ciencias para abordar el problema de la relación del discurso con el Poder. El poder es algo oscuro, algo que escapa a los esquemas. De ahí que hayan sido los poetas y los filósofos los que se han atrevido a abordar la relación del discurso con el poder, y el poder que es el discurso. Para los filósofos poder y discurso se imbrican en el problema de la verdad: ese problema-nudo que disfraza y traduce, desde los presocráticos, el problema de la relación del saber con la organización de la ciudad, de la Polis¹⁹. Para los poetas, poder y discurso se articulan desde la materialidad misma del lenguaje visto como trabajo, potencia, transformación, cuerpo y placer. Nadie como los poetas —*poiesis* es un hacer— sabe lo práctico que es el lenguaje, de la práctica de poder que en él habita y que desde él se ejerce.

El discurso es poder, lugar de una lucha específica por el poder. Y esa lucha forma parte de sus condiciones de producción y de circulación. De manera que estudiar las reglas de engendramiento de lo discursivo es estudiar reglas y relaciones de poder. Es decir, no se trata sólo de que el poder utilice el discurso como arma, como sofisma, como chantaje, sino de que el discurso forma parte constitutiva de esa trama de violencia, de control y de lucha que constituye la práctica del poder. A cualquier nivel, desde el dominio familiar y el de la escuela hasta el nivel del poder del Estado. La mejor prueba de ello es que el poder ha reclamado siempre el control del lenguaje y los discursos. No hay sociedad, por pequeña que sea, que no reglamente la producción y distribución de los discursos²⁰. Toda palabra tiene —o puede tener— “consecuencias sociales”, y desde ese momento el qué, el quién, el cómo y el con qué, todo el dispositivo discursivo, será objeto de una cuidadosa y constante regulación social. La regulación de los lenguajes y de los discursos es una de las claves de la organización y del “equilibrio” de las sociedades. Lo cual está directamente ligado a la legitimación de la dominación que posibilita ese “equilibrio” y esa organización. De manera que a su vez el discurso aparece como un espacio social en que se fundamenta toda una serie de jerarquizaciones en la organización de la autoridad. No cualquiera tiene derecho a hablar, no todos pueden hablar de todo. Hay quienes hablan no para decir algo, sino simplemente para garantizar su derecho a hablar y demostrarlo²¹. Por ejemplo, dado que la posibilidad de mandar, de dar órdenes, exige una relación jerárquica, una autoridad, se pueden dar órdenes con el único objetivo de afirmar que se posee la autoridad. Lo mismo con el interrogar. Como cualquiera no puede hacer cualquier tipo de

preguntas, preguntar sobre determinadas cuestiones no significa interés alguno por las respuestas sino la afirmación del derecho a interrogar. Procedimientos de control, de exclusión, de ritualización de los discursos que atraviesan de parte a parte la comunicación masiva, los dispositivos de la massmediación.

Pensado así, como práctica, el discurso se carga de volumen histórico. Ya no es simplemente algo que está ahí y que después, artificiosamente, hay que tratar de insertar en la historia. Porque las prácticas, y entre ellas las discursivas, son aquello en que la historia se hace y se deshace, avanza o retrocede. Pero el discurso se entretexe a la historia sobre todo haciéndola aceptable. Y de un modo especial en los tiempos de "crisis" como el nuestro, cuando los discursos participan masivamente en esa forma de control profundo que consiste en hacer que los pueblos, las masas, acepten como respirable lo que les asfixia. J. P. Faye²² ha investigado la transformación de los discursos en tiempos de Mussolini y Hitler. Y ha sacado a flote las formas en que la corrupción de los discursos penetró los acontecimientos haciendo aceptable la impostura para millones de hombres. Cómo en el juego de la circulación de los relatos se fue construyendo ese "cambio de forma", esa reescritura de la historia que convergió en dos sintagmas aparentemente inofensivos: "nacional-socialismo" y "Estado-totalitario". Y cómo esa transformación que legitima y hace aceptable la impostura se efectuó no sólo a través y desde los discursos "políticos" sino también en los filosóficos, en los literarios, en los jurídicos, en el de la biología, y en el discurso de la ficción tanto como en el histórico. Todos participaron en la producción y circulación del "mensaje" fascista y nazi, porque todos trabajaron desde el mismo código de poder. La frase con que Faye

cierra la primera parte de su investigación explicita el objetivo, lo que verdaderamente importa al analizar los discursos: que el relato que da cuenta de la manera como se hizo aceptable la opresión inicia la liberación.

La cuestión del deseo

Si la cuestión del poder mina la falsa neutralidad del discurso —la que resulta de un mero tratamiento lógico-formal— la cuestión del deseo lleva más lejos al minar la mascarada de la “objetividad” del lenguaje sin sujeto. La primera tesis sobre Feuerbach reprocha al viejo materialismo haberse enredado en el objeto dejando que sea el idealismo el que desarrolle la cuestión del sujeto, el aspecto activo y subjetivo de lo real, reforzando así la dicotomía sujeto/objeto con la dicotomía actividad/pasividad. Y, sin embargo, el marxismo vulgar, y aun otros menos vulgares, modernos e intelectuales, siguen reproduciendo la vieja dicotomía al concebir las prácticas sin sujeto, la historia sin acontecimientos y la ideología sin proceso, libidinalmente muda y aséptica.

Es el psicoanálisis el que ha planteado la cuestión del deseo, y replanteado la cuestión del sujeto. Pero, atención, porque si el psicoanálisis aporta a la construcción de una teoría del discurso, y del discurso masivo en particular, es por haber descubierto en la constitución misma del sujeto humano —en su capacidad de asumirse y nombrarse como “yo”— la trama conflictual de lo social. Lo que el psicoanálisis aporta fundamentalmente a una teoría del discurso masivo es su afirmación de que el deseo está radicalmente articulado a la ley de lo simbólico, al discurso de la cultura. Y que esa relación no es algo que venga a añadirse a un

sujeto ya constituido, sino que forma parte de su constitución. Que lo simbólico, la cultura, forma parte de las condiciones de existencia y de trabajo del sujeto humano²³. Entonces la relación del sujeto al deseo y la relación del sujeto al trabajo no son exteriores la una a la otra; es en la imbricación de ellas que el sujeto se constituye, es de su tensión, de su contradicción de lo que está hecho el sujeto. Porque no es desde afuera como lo social reprime, domestica y explota los deseos. El imaginario es ya social. Si no, ¿cómo explicar que siendo el deseo salvaje sea programable, que siendo anticálculo sea comercializable, transformable en necesidad de cosas y en voluntad de aparecer?

Lo que tiene que ser repensado entonces es la cuestión que ha estado en la base de una gran parte de las investigaciones sobre medios masivos: la cuestión de la *ideología*. Es necesario replantear un concepto de ideología que ha servido al mantenimiento de la oposición funcionalista entre información y significación, entre conocimiento y deseo, entre el imaginario y lo real. Si el "yo" no es más que reconocimiento, si el "yo" es la clave de la ideología, se impone averiguar por esa matriz del yo que es el *imaginario*²⁴, ese lugar de emergencia y trabajo del deseo. Se impone repensar la relación del imaginario a lo real, no ya como a un exterior, no como una ilusión que se disiparía al contacto con lo real. El psicoanálisis nos ha demostrado que el imaginario es parte integrante de lo real puesto que es parte constitutiva de la materia misma del sentido que lo real tiene para los hombres. Lo cual implica que la presencia del imaginario en el discurso no es sólo a manera de huésped, de tema o de contenido. El imaginario no es sólo aquello de que trata un discurso sino aquello de lo que está hecho.

Estamos cansados de oír y leer que la ideología está en

el lenguaje, pero la mayoría de las veces el modo en que la ideología habita el lenguaje es pensado a la manera del huésped o de la contaminación. Y bien, si la ideología habita el lenguaje lo es en forma más "primaria" —en el sentido en que Freud habla de escena y procesos primarios— y fundamental: porque el proceso de simbolización, en cuanto codificador originario, es ya un proceso de fetichización que nos trabaja aún antes de que haya "lengua". Antes de que sea codificado por la lengua en palabras-signos, lo simbólico —la ley, la cultura, el super yo— ya ha moldeado el deseo humano inscribiendo sus rasgos en el imaginario. Lo cual implica que el espacio que pone en movimiento la pulsión y el deseo no es un espacio aparte, asocial. Desde Freud sabemos que el deseo es social y antisocial, nunca asocial. La pulsión no es mero instinto sino trabajo del cuerpo, de un cuerpo moldeado por la historia. Y el inconsciente, según Freud, tiene poco que ver con la propiedad privada que el burgués va a exhibir ante el psiquiatra. El inconsciente es la "huella" del cuerpo, y en el cuerpo del desplazamiento, de la escisión, de la dislocación y el compromiso que para los sujetos entraña la presión y el control que toda sociedad impone al deseo. Con el inconsciente Freud descubre el papel del discurso como mediación a través de la cual el hombre se arranca a la substancialidad y la inmediatez de lo biológico.

Y, acercándonos más al discurso masivo, es toda la problemática del mal llamado "receptor" la que comienza a poder ser planteada por fuera del funcionalismo de "los efectos" y el moralismo de la "resignación del esclavo". La pista nos la da la pregunta de Freud acerca de la contradicción que vive el "histórico", quien a la vez quiere y no quiere curarse, la cuestión sobre la complicidad del enfermo con su

enfermedad. Pregunta que podemos traducir así: ¿qué en el dominado trabaja a favor del dominador? ¿Poniendo en juego qué contradicciones la dominación es también actividad y no mera pasividad en el dominado? O la traducción que hacen Deleuze y Guatari: “¿por qué soportan los hombres desde siglos la explotación, la humillación, la esclavitud, hasta el punto de ‘quererla’ no sólo para los demás sino para sí mismos?”²⁵ Lo que hace claro esas preguntas es que sólo si la opresión es de alguna manera actividad del oprimido, sólo si se desmonta la complicidad del dominado con su dominación será posible romper con el verticalismo populista y comprender realmente que la liberación es problema del oprimido, que es en él donde se encuentran las claves de su liberación.

La cuestión del deseo nos posibilita plantearnos eso. Y comprender entonces —con todas las consecuencias que ello implica— que el imaginario colectivo es la materia prima con que los medios masivos trabajan, y que en ese discurso de la *massmediación* el deseo de las masas es amordazado, explotado y vuelto contra ellas.

3. MITOS Y FARSAS DE LA INFORMACIÓN

“Muy pronto la prensa comenzó a sentir que las noticias no sólo había que darlas sino también reunir las y, a decir la verdad, hacerlas. Así pues que, al igual que ‘hacer el bien’, hacer noticias implica un mundo de acciones y ficciones”.

MARSALL MCLUHAN

“Fabricarán una vez más la mentira que corre, la duda que se instala, y tanta buena gente en tanto pueblo y tanto campo de tanta tierra nuestra que abre su diario y busca su verdad y se encuentra con la mentira maquillada”.

JULIO CORTÁZAR

La forma que el diario impone al mundo es la forma que nos lo hace consumible: esa “marca de fábrica” con que la racionalidad de la lógica mercantil marca la producción y la circulación de las noticias. Desde su origen el dispositivo moderno de la información estuvo con-formado por la expansión del mercado, de tal manera que el proceso de producción de las noticias —la transformación de la noticia en producto industrial— se halla en relación indisoluble con el proceso de transformación en “noticia” de todo aquello que alimentaba el modelo industrial de producción. Es en el proceso de circulación donde la necesidad que la producción tiene de información toma la forma de prensa periódica. Puesto que es en el proceso de circulación que el *valor* se realiza, y el intercambio es tanto más rentable cuanto más ágil, pues el tiempo es oro. El capital tuvo muy pronto necesidad de

información permanente sobre todos aquellos fenómenos o aspectos de la vida social que incidieran o pudieran incidir sobre los flujos del mercado, sobre su *ritmo*. Desde los primeros periódicos semanales de Amberes (1620), de Londres (1621), de París (1631) o de Boston (1690), sobre el tema militar o político el comercio imprime su marca, inicia la imposición de su forma. Y de otro lado, la información misma comienza muy pronto a convertirse en objeto de cálculo económico, en actividad económica "autónoma". Los historiadores tienden con frecuencia a separar tajantemente la información-auxiliar de la economía de la que es considerada "información social". Y sin embargo las dicotomías son en este caso aún más engañosas. No sólo porque, como veremos, el proyecto político liberal que racionaliza el desarrollo de la prensa es inseparable de la organización económica del libre cambio²⁶, sino porque es al ritmo del desarrollo de las relaciones de mercado y de sus exigencias —división especializada del trabajo, organización de la temporalidad social, organización periódica de los correos— que la prensa va adquiriendo su forma, la cual durante los años de gestación de la "gran prensa", será primordialmente política. En los grandes debates políticos del siglo XVIII y XIX la prensa se forja como elemento fundamental de consolidación y avance de la ideología liberal y progresista, hasta hacer de la prensa uno de los enclaves más preciados de la democracia²⁷. Portadora del racionalismo de las luces, de la liberación religioso-política, la gran prensa jugó un papel sin duda fundamental en la lucha contra los rezagos institucionales del feudalismo, a la vez que proclamaba, desde su propia hechura, las ventajas del nuevo orden social, del nuevo modo de convivir regido por la libertad y la tolerancia del libre cambio y del *laissez faire*.

Roussoniana, la doctrina liberal sobre la prensa parte de que la buena información tiende naturalmente a derrotar a la mala, siempre y cuando sea posible el libre juego de la competencia, esto es que cada cual publique lo que quiera y cada cual compre la información que desee. Como en el plano económico, aquí también la salvación proviene de la libertad que representa la iniciativa privada frente a la coacción e imposición que representa la autoridad-Estado. En manos de la autoridad la información se transforma automáticamente en propaganda. Sólo dejada en manos de los particulares la información es libre y por tanto veraz. Como anota Burgelin²⁸, desde el punto de vista de la oferta la doctrina liberal es una teoría crítica: sin libertad, la verdad no es posible. Pero desde el punto de vista de la demanda, la teoría es pragmática: para que la buena información supere la mala es necesario que la demanda la trate mejor que a la mala. Se cree en la tendencia natural del hombre hacia lo bueno pero esa bondad debe ser “ayudada” haciendo que la buena información —McLuhan verá después en la publicidad la más “buena” de las informaciones— disfrute de algunas ventajas en el mercado. La traducción actual de la vieja doctrina liberal, que aparece sistematizada y sustentada por primera vez en *El Aeropagita (Para la libertad de imprimir sin autorización ni censura)* —el folleto con que en 1644 John Milton se enfrenta al parlamento inglés por haber suprimido la libertad de imprenta— ha perdido la ingenuidad pero sigue defendiendo una libertad de circulación de bienes y noticias pretendidamente al margen de las leyes de la producción y por encima de las contradicciones y los conflictos sociales. La relación vendedor-comprador, disfrazada de relación intersubjetiva entre emisor y receptor, enmascara las relaciones sociales de producción que marcan al discurso

de prensa. En la *neutralidad* del proceso informativo tal y como la plantea el modelo liberal "el mercado aparece como una realidad indeterminada, como condición de la sociedad y no como producto de relaciones económicas precisas. De igual manera la comunicación de noticias, el mercado de la información, se describe como necesidad consustancial de un hombre ahistórico"²⁹. Es la *forma del mito* suplantando la historia e imponiendo un sentido. Es la forma-mercancía vaciando lo real de su substancia de trabajo y abstrayéndolo, cifrándolo como valor para el mercado. Es toda esa operación la que desaparece tras la mampara de la libre competencia como único lugar en que los hechos hablan, dicen su verdad objetiva y universal... verdad sin "ruido", verdad sin contexto, exactamente la del mito.

Informar es dar forma

Los hechos, he ahí el gran disfraz con que la prensa disimula la forma-mercancía de su discurso. Pero he ahí también su punto más vulnerable. La competencia informativa, cuando es algo más que una simple mascarada, prueba bien claramente que el sentido de los hechos es aquel de que se "cargan" en los diferentes relatos, que los hechos no hablan sino convertidos en noticia, esto es puestos en discursos. La prensa demuestra cada día que el sentido no existe sin la forma y que toda forma es una imposición de sentido. No hay formas neutras ni universales. Hoy la ideología es no sólo la forma sino la materia prima de la información, ya que de prensa *política* en su gestación, la que hoy tenemos es sobre todo prensa *publicitaria*. El proceso de concentración³⁰ y monopolización de la palabra de prensa comenzó hace años

y parece incontenible. Bajo los efectos de una verdadera aplanadora que se sirve del bloqueo a las fuentes de financiamiento, y hasta del sabotaje directo, han ido siendo destruidas o absorbidas montones de pequeñas empresas de prensa e incluso empresas nada pequeñas. Tanto la voz que emite desde las agencias internacionales como la que traduce en cada diario es cada día más monótona. A partir de los años '30 el número de diarios y revistas fue reducido en casi un 35 por ciento. Francia pasó de 415 diarios en 1892 a 203 en 1946. En Suecia desde 1947 ha desaparecido un periódico de cada tres. En Italia de 1946 a 1973 el número de periódicos había bajado de 140 a 87. El proceso es aún más claro en los Estados Unidos donde el número de diarios pasó entre 1914 y 1967 de 2580 a 1710, mientras el tiraje global aumentaba de 22 millones y medio a 60 millones en ese mismo período. Sólo en Nueva York se pasa de 25 diarios a principios de siglo a 4 en 1967. Y el número de diarios dominados por cadenas pasa entre 1909 y 1960 de 62 a 560. Los diarios y revistas desaparecidos no son todos "pequeños", han desaparecido en los últimos años diarios como el *Chicago Times* y el *World Telegram*, y revistas como *Colliers* y *Look*. En ese proceso de acaparamiento y enmudecimiento de la prensa el "proceso técnico" ha servido en más de una ocasión de justificación, de coartada. Ya la introducción del linotipo trajo consigo no sólo un ahorro de tiempo sino una economía de funciones que posibilitó una "administración" más ágil y eficaz. La introducción del teletipo y la computadora transforman no sólo las posibilidades cuantitativas y cualitativas de la composición sino la forma entera de la producción posibilitando que sea la organización de empresa a nivel mundial la que se uniforme y adecúe a las nuevas exigencias de la lógica mercantil.

Concentración de empresas, extinción de diarios, uniformación de contenidos, todo ello es regulado por el imperio de la publicidad, de la que la inmensa mayoría de los diarios depende para subsistir en una medida que oscila entre el 50 y el 70 por ciento. Pero la dependencia de la prensa con relación a la publicidad no es sólo problema cuantitativo, de financiación y número de páginas o cantidad de espacio ocupado en permanente desplazamiento de la información, sino cualitativo ya que la prensa va tomando cada día más su *forma*. La publicidad pone el modelo frente al cual la diferencia entre información y propaganda, entre noticia y opinión, tiende a convertirse en mera retórica. Si la publicidad compra (vende, hace vender) la prensa, no es para dejar a los políticos que la hagan sino para que cubran la voz que viene de los grandes monopolios económicos. La información publicitaria se convierte, con el papel, en la materia prima de una prensa cada día más directamente dominada por el discurso de la mercancía. "Los publicistas tienen razón al decir que ellos hacen información ya que la publicidad es la verdad revelada de la información, el discurso de la mercancía"³¹. Es éste el que desde el diario asume el desorden del mundo, nos lo explica, le pone coherencia, lo transforma en orden. Los "hechos" son lo que dice el discurso de prensa, pero lo que en él habla es distinto, ya que en últimas "la escritura de prensa es el trabajo que consiste en hacer concordar la noticia con el mito"³². Y no sólo concordar, ya que lo que el "público" consume es esa amalgama, o mejor esa equivalencia entre la historia y el suceso, entre el acontecimiento y el espectáculo, entre la información y la propaganda. Contra lo que nada pueden las diferencias de tono entre la austeridad del lenguaje noticioso y el colorido del lenguaje publicitario. Las diferencias de tono forman parte de la misma estrategia discursiva.

Marcuse ha realizado un análisis básico del proceso de "funcionalización" del lenguaje, en el que se describen no pocos rasgos del discurso de prensa. Por ejemplo sobre el argot, sobre el cliché, en el que "la tensión entre apariencia y realidad, entre hecho y agente, entre sustancia y atributo tiende a desaparecer (...). El lenguaje tiende a expresar y auspiciar la inmediata identificación entre razón y hecho, verdad y verdad establecida, esencia y existencia, la cosa y su función"³³. ¿A cuál de los dos tonos caracteriza lo afirmado por Marcuse? ¿O es que acaso los dos no forman parte de ese discurso de la "administración total" que es el que nos "ordena" e induce a aceptar, a actuar, a comprar?, ese en que la sintaxis comprime la frase evitando cualquier tensión, en el que el análisis funciona bajo fórmulas mágicas, y en el que reina la tautología como un rito que inmuniza contra las contradicciones. De poco sirve que la gente diga no "creer" en ese discurso si es desde él que actúa y ve el mundo, si es a su través que el acontecer del mundo significa y que esa significación es consumida. La conversión del lenguaje de la política en el de la publicidad expresa "el grado en que la dominación y la administración han dejado de ser funciones separadas e independientes en la sociedad tecnológica"³⁴. Como parte de ese discurso la *jerga* proporciona una cierta base al estilo informativo, me refiero a esas "fórmulas" mediante las cuales las palabras se ponen a significar independientemente tanto del contexto como del contenido. Los contextos son siempre particulares, parciales, temporales; son las formas, o mejor las fórmulas de la *jerga* las que introducen la pretensión de la universalidad, de estar por encima del espacio y el tiempo. Las fórmulas son "limpias" con la pureza que proporciona la nueva religión secularizada de la "objetividad". La *conversión de la forma en fórmula* es la

operación mediante la cual se plasma, se hace lenguaje la exigencia que el consumo plantea en términos de público-masa: la operación de conformización, de banalización, de despolitización.

Informar es dar forma. Y esa forma está sin duda marcada por la tecnología y el "formato" (McLuhan) pero sobre todo por el modelo histórico que rige la organización de la comunicación, que regula el espacio real de la información. Frente a las diferencias culturales, frente a la persistencia de modos de producción "atrasados", frente al nacionalismo con que los diarios tiñen sus páginas hay un modelo que se ha ido imponiendo, dominando. Es el modelo que F. Colombo denomina *horizontal* y que se caracteriza por la contención del poder del Estado de parte de la sociedad civil y la expansión de la esfera pública, pero también por su identificación con los intereses de la producción y del intercambio. La noticia, convertida en producto y mercancía, adquiere el carácter sagrado de ésta, quedando así dotada del derecho a invadir cualquier esfera desde el Estado a la familia, "ampliando progresivamente la definición de público, absorbiendo y atenuando en ella las diferencias o contradicciones de clase y deteniéndose tan solo en el límite extremo de la tolerancia media del público más amplio posible"³⁵. Es el mismo modelo al que corresponde la expansión y el consumo del espacio urbano, es el "espacio mental urbano": el de las grandes concentraciones sometidas a un incesante bombardeo de información. A ese tipo "horizontal" de comunicación, cuyo paradigma es la norteamericana, corresponde también un tipo especial de discurso construido sobre dos grandes equivalencias: la de la palabra con la cosa y la de lo común con lo público. En la primera Marcuse ve la huella clara de la exigencia comercial, la operativización que

unidimensionaliza y funcionaliza el lenguaje popular, coloquial. En la segunda, lo que se realiza es la supresión de los lenguajes diferenciales (de clase o de oficio). El lenguaje público no puede ser sino el "común", el de todos, ese que representa, en una sociedad de libre cambio, la defensa contra el que viene de arriba, el de la imposición autoritaria. Y en esa tupida red de comunicación, de información, de lenguaje común hay algo que se torna cada día más difícil, casi imposible: es el mantenimiento o la recuperación de la identidad cultural de cada grupo o el reconocimiento de la clase. Ese discurso "común" es sobre todo el discurso de los medios, el que la "comunicación" impone a los consumidores como *su* lenguaje. Aunque es mucho más eficaz desde la radio o la televisión ese lenguaje empezó con la prensa y no ha dejado de modelarla.

Existe otro modelo de información que corresponde a un modo de socialidad en rápida descomposición, modo aún existente en los pueblos latinos y sobre todo entre el campesinado. Por oposición al anterior, Colombo lo llama *vertical*, y se caracteriza por una conformación polarizada entre Estado y familia, las dos instancias que el modelo horizontal descarta como "autoridades" en función de la única que aquel modelo reconoce como fuente válida de información: el "libre cambio". En el segundo modelo se trata de una sociedad mucho menos homogénea, más fuertemente fragmentada y sometida a poderosas presiones tanto políticas como religiosas. En este tipo de sociedad, el espacio real de la información es el que emerge entre las presiones del Estado y la familia, doble censura de la información, doble limitación de la capacidad y la libertad de información: la institucional de "arriba" y la de la esfera de la "intimidad". No se trata de la familia en cuanto célula de producción

(organizada en torno a la propiedad y que es de donde extrae su valor el modelo opuesto), sino de la familia en cuanto instancia moral, garantizadora del mantenimiento de unos valores espirituales, de la familia en cuanto espacio de ejercicio de la autoridad paterna. Se trata entonces de una sociedad en la que aún prevalece lo político sobre lo económico, en la que el espacio de la producción y el intercambio no ha invadido aún la totalidad de lo social y en la que, frente al espacio público (el de la información que es el de la producción) se alza con sus valores y sus ritos exorcizantes el de lo familiar. Es este espacio el que elevado a rango de lo general sustenta el valor símbolo de la Patria, del Padre autoridad de autoridades y garantía de toda identidad. En este modelo la *noticia política* es aún la que vertebra el flujo y la organización de la información. Prototipo del discurso autoritario, cerrado y asertivo, afirmación de principios y defensa de valores, exactamente el discurso contrario al de la comunicación mercantil, al del intercambio y la tolerancia. Discurso que al identificar Estado y Patria reduce al mínimo el espacio de lo público en cuanto espacio de libre juego político. Y junto al discurso político autoritario se ubica ese otro discurso familiar que representa lo apolítico, lo no público, la zona de lo privado-neutral y del abstencionismo, es decir el discurso en que el control moral se transforma en control político.

Conformada aún en no poca medida según el modelo vertical, la sociedad y la comunicación latinoamericana se ve sin embargo sometida a una presión brutal de parte del modelo "horizontal" de la productividad y el intercambio. Y esquizofrénica, como su sociedad, la prensa latinoamericana refleja, como ningún otro medio, las tensiones y los bandazos que le impone un proceso en el que la presión de la

estructura mercantil deja de lado con frecuencia la "forma" horizontal del intercambio y la información para tomar la forma vertical de la dictadura. Ambigüedad y paradoja permanente de una prensa fascinada en general por el modelo norteamericano pero enfrentada cotidianamente al modelo de sociedad al que pertenece y a los vaivenes de la política que la obligan a servir a sus amos. No deja de haber gritos en contra y no faltan los hombres que se arriesgan a alzar su voz siempre que pueden y por cualquier resquicio, pero a nivel de la "forma", de la tendencia dominante, las diferencias son de tono y no afectan más que a la jerga.

De cómo el acontecimiento se convierte en narración-leyenda

La noticia es el eje del discurso informativo, esto es, de aquel discurso que se define por la función referencial. ¿Cuál es entonces el referente-tipo de ese discurso? La respuesta de los manuales no admite dudas: el acontecimiento. Planteémonos pues la problemática del acontecimiento, tratemos de indagar en el proceso, en la práctica social, qué operaciones están a la base del "realismo mítico de esas narraciones donde el acontecimiento es a la vez respetado punto por punto y construido de cabo a rabo"³⁶, de ese discurso en el que la historia se convierte en suceso.

Durante siglos, y aún hoy para ciertas sociedades "tradicionales" como las campesinas, los acontecimientos son escasos. En realidad los únicos acontecimientos verdaderos suelen ser aquellos que introducen brutalmente el desequilibrio rompiendo la inercia de la vida: catástrofes, calamidades climáticas, avatares demográficos. La fuente primordial de acontecimientos es entonces la naturaleza y más bien

poco la historia. Y en la medida en que el acontecimiento viene a romper el orden, a introducir lo nuevo, lo desconocido, será objeto de conjuros, de ritos que lo controlen, que eliminen su poder corrosivo de la estabilidad y el equilibrio. En nuestro mundo tecnificado y urbano por el contrario el acontecimiento se inscribe en una gigantesca paradoja: multiplicado al infinito por el dispositivo de la massmediación es a la vez exorcizado, amordazado, neutralizado al ser integrado en el sistema de la información, al ser apresado en la red de las "equivalencias". Mientras las ciencias, incluidas las sociales, niegan el acontecimiento —el estructuralismo lo expulsa de la ciencia y el historicismo lo asimila como un elemento desintegrándolo— los medios lo exaltan, lo potencian, si no es que lo fabrican, en cantidades directamente proporcionales a la demanda que han sabido inocular sobre el mercado. Parecería que uno de los derechos fundamentales de todo ciudadano, en las sociedades "democráticas" es el de poder consumir acontecimientos como consume agua o electricidad, lo cual implica que éstos sean producidos en cantidades industriales.

¿Qué entender por acontecimiento?, ¿qué lo caracteriza hoy?³⁷ En primer lugar, la *imprevisibilidad*, que es su grado, su tasa de valor informativo. Tanto más acontecimiento cuanto más raro, cuanto más extraño. Ahora bien como esa "rareza", esa infrecuencia, es una variable dependiente, resulta que las coordenadas en que se inscribe lo acontecible-noticiable no son las absolutas de la naturaleza sino las relativas de la cultura. La presencia de un televisor en una perdida aldea de indígenas africanos es tan acontecimiento como su ausencia en un hogar de clase media americana. Y lo mismo sucede con los acontecimientos "naturales": un temblor de tierra es acontecimiento en ciertos países, en

muchos de Latinoamérica su frecuencia anula su valor informativo. Tanto la probabilidad como la improbabilidad absolutas sólo existen en la abstracción matemática. El resto de las alternativas desde las que se “mide” el acontecimiento son siempre sociales, culturales, forman parte del universo de lo *verosímil*³⁸, relativo tanto espacial como temporalmente. Es más, la ampliación moderna de lo verosímil juega un papel tan grande en la inflación del acontecimiento que las líneas de demarcación real/ficción son cada día más tenues. Y la *noticia* se alimenta precisamente de eso, de un verosímil que es a la vez “peor que falso” y más real que lo real. Lo noticiable —lo decible en prensa— se recorta sobre lo verosímil del *género*, sobre el juego de tolerancia y de censura no en cuanto instancia de hecho —“noticia es lo que un director decide que salga en su periódico”³⁹— sino en cuanto estructura lógica. Lo verosímil es tanto la fuente primordial de lo noticioso como su más recóndita censura. Más allá de un cierto umbral la prensa perdería su identidad. Pero sin olvidar que la censura funciona más y mejor sobre el acto de enunciación, sobre sus formas, que sobre el enunciado. La improbabilidad sobre la que se gesta el acontecimiento es un problema de convención y de discurso. El cine no trabaja el mismo verosímil que la prensa, ni el diario que la revista femenina, no juegan con las mismas reglas, que son las reglas desde las que el espectador o el lector mira o lee. La probabilidad o improbabilidad de algo no reside en la naturaleza intrínseca del hecho, no es problema de esencia sino de existencia, de código y de práctica social.

Una segunda característica es la *implicación*, el grado de implicación, que es el número y el tipo, la cantidad y la calidad de personas concernidas por el acontecimiento. Y aquí también la noticia es eficaz en cuanto capaz de ampliar

hasta los límites de lo verosímil la tasa de implicación. Bien sea directa o indirectamente, de una vez o por etapas. Bien sea estableciendo relaciones, concatenaciones de "persona a persona", o de persona a hecho y de un hecho a otro hecho. La investigación periodística posibilita un tipo de suspenso que es fundamental para el discurso informativo. Al no entregar de una vez la inteligibilidad, el sentido del acontecimiento, abre la puerta al entrecruzamiento de cadenas de causalidad entre tipos de hechos y de agentes que potencia el acontecimiento haciéndole concernir a personas que no el hecho sino la noticia viene a implicar. Así el circuito del mercado informativo revela su circularidad especular: es acontecimiento no aquello que pasó a tales personas sino aquello en que pueden participar, desde la noticia, el máximo de lectores. Y para eso se necesita no un "gran hecho" sino algo simplemente *interesante*, esto es capaz de interesar, de poner en movimiento todas aquellas virtualidades —radicalmente imaginarias— de participación que posibilitan al ciudadano medio sentirse afectado, trastocado en su rutina, asistiendo a la emergencia de lo nuevo. Y como la implicación es concatenación, hay personas —precisamente los personajes— que cualquier cosa que les acontezca puede convertirse en acontecimiento: la caída del cabello de una artista, el resfriado del señor presidente o el divorcio del deportista. Una vez convertido en personaje la implicación funciona automáticamente y en todas sus direcciones.

La tercera característica no es nombrable directamente, ya que es la que nos señala el revés del acontecimiento moderno, su paradoja: acontecimiento hoy es lo que vive en y de la noticia. Ahora bien, transformado en noticia el acontecimiento sale de la historia para entrar en la "banalidad", para insertarse en el ciclo del consumo, para integrarse en

el ritmo y el valor de la cultura de masas. La noticia *del* acontecimiento se separa de él, como el signo de la función, hasta oponérsele, hasta negarlo vaciándolo de lo que tenía de acontecer, de novedad, desamordazándolo en su capacidad de subversión, *sustituyéndolo*. La sola cantidad es ya una forma de neutralización. Claro que como alguien dijo el olvido es necesario a la vida, pero con las noticias lo que se produce no es olvido sino otra cosa: el desgaste en la capacidad de ver lo nuevo, de percibirlo, de admirarse, de dejarse realmente afectar, y el reforzamiento en la creencia de que este orden, el de los acontecimientos programados y maquillados, es el único mundo posible. Empezamos a comprender el sentido que tiene y la lógica a que responde la inmensa redundancia en que se basa la industria y el mercado de la información: los medios no son independientes del acontecimiento sino su condición. La redundancia intrínseca al sistema tiende por sí misma a producir lo sensacional y a alimentar la necesidad de acontecimientos. No es que los medios los inventen —el fantasma del moralismo es correlato del fetiche de la objetividad— sino que los detectan y los dramatizan: los *producen*. Y como cualquier otra industria necesita asegurar el ritmo de la producción, lo que implica controlar tanto la oferta como la demanda y una buena reserva de *materia prima*. “Las mismas industrias de la información crean las celebridades tautológicas según el principio del best-seller o del hit: libros, objetos o personas que son conocidos por lo conocidos que son. Los media transforman así en noticia su propia acción de dar a conocer, creando celebridades basadas en su... notoriedad, gente famosa por su fama”⁴⁰.

La industria sabe que los dispositivos técnicos forman parte del discurso, son parte de su forma, tanto más que de

su materia, con la consiguiente especialización de los diversos medios en diversos tipos de información. No puede producir lo mismo la radio que la prensa, ni la prensa que la televisión. Y esto no sólo por la diversidad de los públicos sino de las materias significantes, y sobre todo por la diferente *temporalidad social* desde la que trabaja cada uno. Y esa temporalidad tiene que ver con el ritmo de lo verosímil en cada tipo de discurso y con el ritmo de su consumo comercial. Mientras la radio vive de la instantánea, transformando en gesto esa palabra que sin ella no sería más que un poco de aire; mientras la TV inserta —en vivo y en directo— la historia en el tiempo del rito y en el espacio del espectáculo, la prensa inserta el acontecimiento en el tiempo y el espacio de una cierta reflexión, de la confrontación de testimonios, del lento descubrir de los secretos, y de la apelación a ese saber desde el que su escritura diaria o semanal, significa, se hace realmente inteligible. Se trate de Watergate o del secuestro político de un avión, el relato de prensa moviliza los grandes principios, la dicotomía de buenos y malos, alimenta el suspenso con documentos, con confidencias, con interrogantes a la opinión pública, expande la "implicación" hasta que saturada estalle o se disuelva.

La especialización informativa de los medios no significa en modo alguno aislamiento. Ya hace mucho tiempo que la prensa abandonó sus celos de la radio o la televisión. La especialización es cooperación, una repartición de tareas, de funciones. Desde su *forma*, el discurso de prensa "traduce" los logros de otros medios así como los otros han aprovechado la experiencia secular de la prensa. De la radio, la prensa aprendió pronto a extender la gama de los *tonos*, tanto en el plano "material" de los tipos de letra, de la composición, de la titulación y subtitulación, etc., como en el de la "textura"

de la prosa: desde ese tono *serio* con el que trata de diferenciarse de los demás medios, y sus modalidades: grave, respetuoso, moralista; a esos otros más “agresivos”: el dramático, el paternal, el ceremonioso y hasta el festivo y seductor. Del cine, la prensa tradujo no pocos secretos: la necesidad de dar “movimiento” a la página, es decir, cargar o desplazar el peso de una noticia a otra, utilizar los tiempos —los espacios— muertos, encuadrar “saltando” de una página a otra, y encuadrar por planos: organizar la página de forma que la composición sitúe ciertas noticias en “primer plano” y otras en un plano tan general que se confundan con “el fondo” del periódico. Con la TV, la prensa mantiene una relación bien particular. De un lado el desafío de lo icónico: más fotos, mejor técnica tanto en la toma como en la impresión, el convencimiento de que “una imagen vale más que mil palabras” y por tanto a más imagen más información y mayor objetividad. Pero paradójicamente a más imagen también más imaginario, más espectáculo, menos seriedad. De ahí que los “serios” como *Le Monde* sigan a pura letra, sin una foto. Pero la presencia de imagen no está sólo en la fotografía o el dibujo, sino en ese tipo de relato que para hacer vivo y vivible el acontecimiento, para dotarlo de autenticidad, lo vierte al “lenguaje de los hechos...” que es el del drama, o la novela policiaca. “Si el telégrafo acortó la frase, la radio acortó el boletín de noticias y la televisión inyectó en el periodismo el modo interrogativo”⁴¹ que economiza espacio dramatizando el tiempo. Y los esfuerzos por hacer más gráfico el mensaje son en parte una forma de hacer frente al “ruido”, pero por otra revelan la contaminación o la respuesta —desde donde se mire— al desafío de lo icónico, a la “liberación” de imagen que ha realizado la televisión. O mejor, la publicidad.

Llegamos así a ubicarnos en el centro de la problemática que plantea la noticia: la transformación del acontecimiento en "suceso", su vaciado de espesor histórico y su llenado, su "carga" de sensacionalidad y espectacularidad. La realidad propone —quien va a dudarlo— pero el imaginario dispone. Un imaginario colectivo cuyo rasgo dominante es el imaginario comercial. Lo que estamos planteando es la "confusión" entre acontecimiento y suceso, del uno con el otro, mediante la cual "toda la información, histórica, política, cultural es recibida bajo la misma forma, a la vez anodina y milagrosa del suceso (*fait divers*), toda la información es *actualizada*, es decir dramatizada sobre el modo espectacular. *El suceso no es pues una categoría entre otras sino la categoría cardinal de nuestro pensamiento mágico, de nuestra mitología*"⁴². Académicamente la distinción sería neta: el acontecimiento es lo que pertenece por naturaleza a una de las categorías bien claramente delimitadas por la razón histórica —lo político, lo social, lo científico, lo literario, lo internacional, lo nacional, lo local, etc.— y por tanto lo inscrito en alguna de las rúbricas del diario; el suceso sería lo contrario: lo inclasificable desde el punto de vista de la historia, aquello en que el azar, la casualidad se confunde con la causalidad. Lo que quiero plantear, con Baudrillard, no es que no haya diferencias sino que la "forma" en que el acontecimiento es *producido* por la noticia y *consumido* por los lectores es la del suceso. Que para hacer vendible y consumible el acontecimiento el diario inculca en el relato todo un imaginario de masa que es precisamente la sustancia del suceso "su drama, su magia, su misterio, su extrañeza, su poesía, su carácter tragicómico, su poder de compensación e identificación, el sentimiento de fatalidad que lo habilita, su lujo y su gratuidad"⁴³.

En una cotidianidad tan rutinaria y anodina como a la que nos fuerza la equivalencia mercantil lo que el suceso aporta es lo que tiene de aberrante y eso es lo que tiene de asombroso y de apetecible. En la medida en que es inexplicable, misterioso, el suceso nos arranca a la superficialidad plana de la racionalidad ambiente. Es como un agujero por el que conectar con otro mundo: *maravilloso*, mundo de los enigmas. El suceso es el cuento maravilloso de nuestras industrializadas y democráticas sociedades. Mientras tanto, los que hacen la política de la información y los que la teorizan siguen "obsesionados" con la objetividad, con la autenticidad, con la verdad. Como si el suceso fuera menos cierto que el acontecimiento... como si no fuera la massmediación la que los ha tornado inseparables. Reportajes, documentos, testimonios, fotos-shock: la noticia se ha tornado más verdadera que la verdad misma, la imagen más real que lo real. Como en las leyendas. Sólo que ahora "lo maravilloso" se ha secularizado. Se fue la religión pero nos quedó el mito: la ciencia y la técnica convertidas en fuente inagotable de maravillas, de nuevas fantasías y de nuevos "fantasmas". Que se parecen mucho a los antiguos. La única diferencia de fondo es que hoy más que soñar, lo que hacemos es consumir los sueños que nos fabrican los directores de ese inmenso show que llaman información. Porque no hay acontecimiento sino es dramatizado en una escena pública. En un mundo cada día más agrio y serio es quizá la única fiesta permitida, la fiesta de la masa, tan llena de ilusión como de frustración, tan programada y artificial como todo el resto de vida consumida.

4. LA SOCIEDAD CONVERTIDA EN ESPECTÁCULO AUDIOVISUAL

“Los cuerpos se mueven todos al mismo vaivén, los rostros llevan todos la misma máscara y las voces producen el mismo grito. Al ver en todas las caras la imagen del deseo y al oír de todas las bocas la prueba de su certeza, cada uno se siente unido, sin resistencia posible, a la convicción común”.

MARCEL MAUSS

En el texto del que proviene esa cita de Mauss se refiere a un rito de las tribus de Nueva Guinea que tiene lugar durante la noche mientras los hombres cazan o guerrear. Lo que interesa al antropólogo es el circuito, el espacio particular que el rito produce: las mujeres al danzar mantienen en alto los sables participando así en la guerra que hacen los maridos. La creencia no es exterior al rito, hay una relación circular entre creencia y rito: “La creencia se impone porque la sociedad gesticula y ésta gesticula debido a la creencia mágica”⁴⁴, que no es la mera suma de las creencias individuales sino la magia que el grupo entero tiene como suya. Para la antropología el rito es un acto ligado fuertemente a la “vida doméstica”, a lo cotidiano, y en cuanto fuente y receptáculo de magia estrechamente vinculado al fenómeno de la *representación*: a la capacidad que tienen los gestos y los objetos de ponerse en relación con las “ideas” y con las otras personas, de trabar relaciones entre éstas, relaciones que viven y se expresan en imágenes de paz, de amor, de seducción, de temor, propiedad, etc. Las imágenes funcionan

obedeciendo leyes como la de *contigüidad o de contagio*, según la cual una parte vale por el todo: “los dientes, el sudor, las uñas, los cabellos representan íntegramente a la persona de tal manera que por medio de éstos se puede actuar directamente sobre ella”⁴⁵. O en el otro sentido: todo lo que está en contacto inmediato con la persona, como los vestidos, la huella de su cuerpo, los objetos de que hace uso, quedan asimilados a partes del cuerpo y transmiten su fuerza. Paralela hay otra ley, la de *similitud*, según la cual lo semejante evoca y actúa sobre lo *semejante*. La relación abstracta se hace concreta en su función haciendo que con frecuencia la imagen se transforme en símbolo y actúe por sí misma no sólo sobre el ver sino incluso sobre el pensar.

El otro rasgo fundamental de todo rito es la *repetición*: regulación del tiempo y marca sobre la acción. La repetición tiene su fuerza en remitir por ambos lados, en anudar el pasado y el futuro, en evocar a la vez que anticipa. Pero desde una inercia que carga la acción, estereotipándola. Los gestos rituales tienen la “forma” de la relación que los engendra: concretos y a la vez abstractos, gestos-modelo, gestos de modelo, al mismo tiempo individuales y genéricos. La inercia del rito es algo de lo que éste vive y contra lo que lucha a su manera, el milagro del ciclo en que lo nuevo es viejo pero lo viejo es nuevo: transformación del tiempo lineal, irreversible, en la perenne restauración de todo lo gastado, de todo desgaste. De ahí su diferencia radical con la costumbre. El rito es una acción que no se agota en sí misma, en su inmediatez, en su utilidad inmediata: “la costumbre de llevar tal o cual vestimenta no podría ser calificada de ritual más que cuando asume un significado que va más allá de la sola necesidad de vestirse (...) El rito es un acto cuya eficacia real presunta no se agota en el encadenamiento

empírico de causas y efectos"⁴⁶. Y de ahí entonces su parentesco con el teatro pues todo rito es en sí mismo una puesta en escena. Y toda puesta en escena es un "dar a ver", en el fuerte sentido que tiene en castellano "dar a luz", esto es *hacer ver*, y eso es lo que nombra la palabra *espectáculo*. Porque el espectáculo no lo definen, no lo configuran sus contenidos sino esa voluntad recíproca de ver que es voluntad de dramatización, necesidad de representación que forma parte de la sustancia misma de lo social: la teatralización constante de la vida colectiva. "Es como si no pudiéramos captar el sentido de los comportamientos más que en el momento en que se teatralizan. La sexualidad, la muerte, el intercambio económico o estético, el trabajo, todo es manifestado, todo es jugado. El hombre es la única especie dramática"⁴⁷, esto es, que se siente mirada y que se da a ver, capaz de desdoblar la vida y de vivir de imágenes.

Figuras del mundo y equivalencia en imágenes

El tiempo en que el intercambio se autonomiza, se separa del resto y se convierte en *economía* es el mismo en que el trabajo es separado de sí mismo y representado por el capital. Y el capital desarrollándose por sí mismo, como una esfera autónoma de "vida", engendra la mercancía como "valor" abstraído, separado del trabajo, de la relación humana que fundaba el intercambio. Separada, la economía *representa* al resto, a todo lo demás, de la misma "forma" que la mercancía valoriza todo. O mejor veámoslo del revés: la mercancía convierte todo en espectáculo de sí misma, de un sí misma que al no poder ser nombrado deja en suspenso el movimiento: la imagen se autonomiza no remitiendo más

que a su propia danza... a su espectáculo. Pero atención, "el espectáculo no es un conjunto de imágenes sino *una relación social mediatizada por imágenes*"⁴⁸, como la mercancía es una relación social mediatizada por objetos. Y de esa doble mediación es que la massmediación saca su fuerza y su poder: no mera técnica de difusión de imágenes sino materialización significativa de un determinado modo de intercambio, o mejor de un determinado modo de producir el intercambio y la socialidad, aquél en que la economía separada se convierte en la fuente de la forma y del valor.

El espectáculo no es mero resultado sino la *forma* del discurso de la televisión: la equivalencia en imágenes (signos) de la historia del mundo —sean noticieros, telenovelas, o deportivos— y de la figuración de los objetos, o sea de la publicidad. Es esa equivalencia la que el telespectador consume. Sobre la tela de fondo de la publicidad, sobre ese permanente ritual en el que las tensiones y los conflictos se adelgazan y desaparecen, sobre esa danza incesante del objeto, las vicisitudes de nuestro mundo, los acontecimientos por más fuertes, desconcertantes y subversivos que sean, quedan neutralizados. La guerra y la miseria, el dolor y la muerte, todo es codificado y valorado según el ritmo y el valor de los objetos. Y entonces todo es hecho consumible. Aún más, presos en la red de las equivalencias que el montaje global de la jornada televisiva traza, el dolor o la muerte pasan a convertirse en ocasión, en pretexto para que el objeto dance ante nuestros ojos. Condensado: un detergente nos "regala" la imagen de una masacre de negros en Sudáfrica, el detergente abre y cierra la escena. Esa es la percepción del mundo que impone el espectáculo-consumo y del que vive de una manera especializada la TV, ya que en ella como en ninguna otra, la imagen garantiza la realidad, puesto que

nos la hace ver, y no sólo como dosificación sino articulación constitutiva. Ya que lo que el discurso de la TV realiza es la puesta en escena de un mundo recortable y mirable en espectáculo: un mundo hecho a la imagen de la mercancía. "Es la sustancia de un mundo filtrado y reinterpretado según ese código a la vez técnico y legendario, la que consumimos"⁴⁹.

Mientras tanto muchos investigadores de la TV siguen obsesionados con el problema de los "efectos" benéficos o dañinos, sobre si aumenta o hace bajar la tasa de violencia, de agresividad, de obscenidad, etc. Y tanto las teorías como las estadísticas han demostrado la razón que tiene cada posición con tanta certeza como la contraria. Behavioristas empedernidos, la inmensa mayoría de esos investigadores siguen empeñados en buscar efectos directos y coherentes sobre el comportamiento, sin comprender que la *eficacia del ritual y el espectáculo* no es atrapable ni medible según el esquema de causa/efecto o de estímulo/respuesta. Pues como lo demuestran tanto la investigación no empirista como la práctica "el discurso sobre el nexo directo y el efecto inmediato no es relevante y sólo lleva a cómodas y genéricas peticiones de principio"⁵⁰. El problema a afrontar es de qué modo cambia la relación de los usuarios con lo real y la experiencia de los hechos por el contacto continuo con la representación. Pero entonces lo que hay que interrogar no es un "efecto" sino la nueva percepción del mundo que engendra la espectacularización: esa sensación de llenura en el vacío, esa reducción de tensión, esa sensación de *participación* que engendra la satisfacción de ver.

El tele-ver y sus interferencias

Lo que en su ver el tele-vidente no ve es que la "sed filmada" es ya una reflexión sobre la sed. Lo que no puede ver, y se le escapa, es la "tasa de plusvalía figurativa"⁵¹ producida por la desaparición del instrumento y del proceso de trabajo. Sabemos que ese proceso, por más rápido y corto que sea el tiempo en que se realice, cubre una gama de operaciones tecno-discursivas de selección, de combinación, de ajuste, de montaje. Que lo que se ve en la pantalla es el punto final del complejo proceso de emitir. Proceso que en su esquema elemental comprende un trabajo, en varias instancias, de selección, de montaje, de construcción y por tanto de interpretación, de reflexión, que se produce aun en la toma directa y simultánea. Lo que vemos en la pantalla son imágenes que resultan de otro ver que lee y escribe "para nosotros". Y este ver, el que fabrica las imágenes, es bastante menos el del ojo —conciencia— del camarógrafo o del director que el del dispositivo social, ideológico, que en cuanto conjunto de reglas, en cuanto código, materializa el proceso de producción que regula el proceso de emisión.

Ese proceso no se agota en lo que queda "detrás" de la pantalla, se prolonga y "realiza" en la *pantalla encendida* como espacio socio-psicológico, como temporalidad reguladora de lo cotidiano, y como objeto-ritual "prenda de reconocimiento, de integración, de legitimidad social"⁵². Entendido así el proceso de emisión, creo posible afirmar que es en él que la TV se diferencia de los otros medios y fundamentalmente del cine: diferencias que van desde las socio-técnicas —pequeña pantalla frente a la grande, espacio pri-

vado frente a público, sala con luz a sala oscura—, a las psicológicas que las anteriores entrañan —atención flotante frente a atención fija, concentración interior frente a la impuesta desde el exterior, sensación de espontaneidad frente a sensación de artificio, etc.—, y a las diferencias de “programación” especialmente en cuanto al tipo de “géneros” que son mayoritarios en un medio o en el otro, como por ejemplo la presencia en la TV de géneros no narrativos⁵³.

Todo ello produce un proceso específico de *participación* de parte del tele-vidente, de *implicación*. De suyo la comunicación visual disminuye la vigilancia del espectador, las imágenes “aspiran” al que las mira. En el caso de la TV la falta de un entorno ritual, su ubicación en el ámbito de lo familiar-cotidiano, refuerza esa situación y actitud de no recelo, de “simpatía”. Puesto que forma parte de la familia, la pantalla encendida pierde todo carácter de agresor y se convierte en la gran compañera, ésa de cuya fidelidad es de las pocas que puede estar uno seguro hoy. La “invasión” que la pequeña pantalla produce, la dominación que impone, son sentidas como liberación por el tele-espectador habitual. Las encuestas han demostrado que para millones de personas en el mundo entero la televisión es sentida tan necesaria como la droga en un drogadicto y tan cotidiana y cercana como un amigo. Toda la exigencia de concentración, de entrega, se produce desde el “interior”: tanto del objeto-aparato como de los sujetos. Ninguna ceremonia, ninguna presión exterior. Pero entonces, a diferencia de la radio que puede acompañar “desde fuera”, como fondo a otras actividades, la TV exige “estar con ella”, como dice McLuhan. Te acompaña, te es fiel sólo en la medida en que te le dedicas. Es del mismo modo que opera el espectáculo: si no te dejas arrebatar permanecerás “fuera de onda” en todos los sentidos de la expresión.

Creemos jugar con ella pero es la TV la que juega con nosotros. Nos damos el pretexto de estar con el mundo para poder estar con ella, como en el rito de Nueva Guinea con el pretexto de la guerra las mujeres se entregan a la danza. Y no hay ninguna contradicción entre esta afirmación y las hechas anteriormente. También los contenidos de que está hecho el "suceso" pertenecen al mundo y sin embargo el suceso nos saca de él. De igual forma en el espectáculo la mediación se espesa hasta constituir ella misma la verdadera experiencia: el placer de jugar acaba siendo más importante que aquello a que se juega.

La magia del ver, la coincidencia de imagen, visión y presencialidad, pone en movimiento mecanismos de simbolización, "una tupida red de hábitos mentales y de residuos culturales profundos, (...) de sistemas y subsistemas culturales yacentes debajo de los instrumentos expresivos normales de las culturas dominantes"⁵⁴ que no pueden dejar de interferir en la significación de todo el fenómeno. Por debajo del funcionamiento de la cultura "masiva", atravesándolo e interfiriéndolo constantemente, la "cultura pobre" traza su propio sendero transformando el sentido de las expresiones y de los contenidos. Y ese proceso es en cierta medida la revancha del modo oprimido de percepción sobre el que le domina y amenaza con hacerlo desaparecer. A través de ese "ruido", que los *emisores* sienten y quisieran a toda costa hacer desaparecer, lo que queda de la otra cultura, de la oprimida, habla, intenta hablar. El problema es que la gritería de los massmediólogos pragmáticos nos ha vuelto sordos a la palabra que se alza desde el silencio de nuestras culturas pobres. Estas culturas hablan un idioma que desconocemos casi por completo y para cuyo aprendizaje nuestro sofisticado instrumental es con frecuencia más un obstáculo que una ayuda.

De las imágenes al imaginario

El análisis de la publicidad en televisión necesita de una particular lectura *intertextual*. Porque es imposible analizar adecuadamente su retórica desvinculada de los textos que enmarca o en los que se inscribe. Una lectura que dejara por fuera esa intertextualidad dejaría por fuera lo específicamente televisivo. No es lo mismo encontrarse un anuncio publicitario a la vuelta de una página que “cortando” el movimiento de la imagen. Para el análisis de la publicidad impresa el tiempo no cuenta, en la de televisión el tiempo es fundamental, tanto por lo que respecta a la duración del spot —la constricción económica transformada en exigencia de carácter estético y de ritmo— como a la manera en que el spot se inserta en el tiempo de la *emisión* y en la temporalidad de la *narración*. El “texto” publicitario, tal y como aparece en la inmensa mayoría de las televisiones del mundo y especialmente en el modelo elaborado por los EE.UU., funciona como *encuadre del discurso televisivo*, esto es, como guía de lectura ubicada en relación no al plano manifiesto de los contenidos, de los programas, sino “a ciertas operaciones semánticas profundas que subyacen al conjunto del discurso”⁵⁵. En ese plano la dimensión metalingüística del texto publicitario no “ nombra ” evidentemente al programa que le sigue o al interior del cual aparece, pero no deja de tener ciertas relaciones con él, puesto que en ese texto reside el “programa” que nos remite al ámbito financiero y al de la organización de la temporalidad televisiva —mañana, medio día, tarde, media tarde, noche— que reglamenta el “precio” de la emisión del texto y el “valor” del programa. En

un muestreo efectuado sobre el canal nacional colombiano pudimos comprobar la existencia de relaciones entre el tipo de horario de emisión, el tipo de programa y de objeto publicitado —de uso familiar, de uso personal, de promoción social, de servicios, etc; o bien referentes al ocio, a la higiene y la belleza, a la alimentación, etc.— como de texto publicitario: dibujo fijo o animado, película de estudio o “al natural”, tipos de voces, de músicas o de efectos sonoros, e incluso diferencias en la calidad estética.

Las constantes descubiertas no operan desde luego según una relación de fatalidad (causa/efecto) pero sí configuran y dejan entrever algunos rasgos y algunas operaciones de eso que llamamos “eficacia del ritual”, que mezcla y entreteteje factores visualizables y contabilizables con otros que sólo es posible atisbar y nombrar. Diríamos que la relación del texto publicitario al discurso televisivo opera por “referencia anafórica”: no hay identificadores explícitos sino copresencia y contextualidad y siempre con la “ayuda” de una enorme redundancia. Con ésta queremos señalar la “carga” de publicidad en su relación a la capacidad de resistencia del programa y del espectador. El espacio más denso en ese sentido es el de algunos noticieros que, a la cantidad de spots que cortan la emisión, añaden toda la publicidad que lo atraviesa de múltiples maneras: publicidad —foto fija— del producto que patrocina el programa y sobre la que éste se abre, y que permanece a la vista durante la mayoría del tiempo, salvo cuando la cámara enfoca otras fotos fijas de productos que patrocinan noticias por secciones como las deportivas, las internacionales, las económicas; además estas secciones se inician con una frase del locutor que dice más o menos: “la marca tal les ofrece las noticias tales”. El “encuadre” se convierte así en travesía que permite

al imaginario comercial navegar, a través del ver, hasta los *bajos fondos* en los que la demanda de información, de entretención o de cultura, es atrapada y moldeada por la oferta comercial. El espectáculo nos ratifica en la llamada a no salir del estadio del espejo: el del reconocimiento en y por las imágenes-objetos.

NOTAS

1. A. García, "¿Puede existir una ciencia social latinoamericana?", revista *Chasqui*, N° 1, Quito, p. 34.

2. A. Mattelart, *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, Siglo XXI, México, 1973, p. 23.

3. L. R. Beltrán, *Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en Latinoamérica*, mimeo, Caracas, 1976, p. 9.

4. A. Mattelart, *Medios de comunicación: mito burgués vs. lucha de clases*, p. 52.

5. H. Schmucler, "La investigación sobre comunicación masiva", en *Comunicación y Cultura*, Buenos Aires, N° 4, p. 5.

6. A. Mattelart, *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, obra citada, p. 74.

7. H. I. Schiller, *Comunicación de masas e imperialismo yanqui*, Gustavo Gili, Barcelona, 1976, p. 11.

8. E. Verón, "Ideología y comunicación de masas", en *Lenguaje y comunicación*, pp. 133-190.

9. E. Verón, *Conducta, estructura y comunicación*, Amorrortu, Buenos Aires, 1996, p. 271.

10. A. Mattelart, *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, obra citada, p. 12.

11. A. Mattelart, *La ideología de la dominación en una sociedad dependiente*, Signos, Buenos Aires, 1970, pp. 44-54.

12. Los dos trabajos más completos de organización bibliográfica sobre el cambio de perspectiva en la investigación de comunicación masiva se hallan en el texto de L. R. Beltrán: *La investigación en comunicación en Latinoamérica: ¿indagación con anteojeras?*, Caracas, 1976; y en la bibliografía recogida en el N° 1 de la revista *Lenguajes*, Buenos Aires, 1974.

13. M. Piccini, *La investigación sobre medios de comunicación social en América Latina. Situación actual y alternativas*, mimeo, México, 1978.
14. Extractos del Informe NORA-MINC sobre la informatización de la sociedad, UNESCO, París, 1978.
15. L.R. Beltrán, *Premisas y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en Latinoamérica*, mimeo, Caracas, 1976.
16. M. Foucault, *Nietzsche, Freud, Marx*, Anagrama, Madrid, 1971.
17. R. Barthes, *Lección inaugural*, *College de France*, fragmentos publicados en *Le Monde*, París, enero 10 de 1977.
18. J. Derrida, *De la Grammatología*, Siglo XXI, Buenos Aires, 1971.
19. J. Kristeva, *Semeiotiké*, Du Seuil, París, 1969, p. 66 y ss.
20. M. Foucault, *El orden del discurso*, Tusquets, Barcelona, 1970.
21. J. R. Searle, *Les actes de langage*, Herman, París, 1972.
22. J.P. Faye, *Théorie du récit*, Herman, París, 1972; también: *Lenguajes totalitarios*, Madrid, 1974.
23. P. Ricoeur, *De l'interpretation. Essai sur Freud*, Du Seuil, París, 1965; del mismo autor, *Le conflit des interpretations*, Du Seuil, París, 1969.
24. Ver J. Lacan, "Fontion et champ de la parole du langage en psychanalyse", en *Écrits*, vol. I, Du Seuil, París, 1971, pp. 112 a 209.
25. G. Deleuze/ F. Guatari, *Anti-Edipo: capitalismo y esquizofrenia*, Barral, Barcelona, 1974.
26. F. Terrou, "Libertad de publicación y libertad de empresa", en *La información*, Oikos-Tau, España, 1970, p. 42 y ss. Ver también J. Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, en especial el capítulo III, Gustavo Gili, Barcelona, 1981.
27. N. Will, *Essais sur la presse et le capital*, en especial el capítulo II, "Grandeur et decadence de la politique", pp. 63-69.
28. O. Burgelin, *La communication de masse*, SGPP, París, 1970, p. 70.
29. H. Schmucler, "Dependencia y política en la prensa argentina", en *Comunicación y cambio social*, Ciespal, Ecuador, 1981, p. 227.
30. Sobre el proceso de concentración de la prensa ver J.V. Beneyto, *Conocimiento de la información*, Alianza, España, 1973, p. 125 y ss; y el ya citado de F. Terrou, p. 66 y ss.
31. N. Will, obra citada, p. 217.
32. O. Burgelin, obra citada, p. 144.
33. H. Marcuse, *El hombre unidimensional*, Ariel, España, 2000, p. 105.
34. *Ibíd*, p. 123.
35. F. Colombo, *Televisión: la realidad como espectáculo*, Gustavo Gili, Barcelona, 1976, p. 54.
36. V. Morin, *Tratamiento periodístico de la información*, Asesoría Técnica de Ediciones, España, 1974, p. 139.

37. La revista *Communication* dedica por entero el N° 18 (1972) a la problemática del *acontecimiento* desde la biología, la historia, la teoría de la información y el psicoanálisis.

38. El "universo de verosimilitud" tal y como aquí lo entendemos puede ser estudiado a partir del concepto de "conciencia posible" trabajado por I. Goldman: "L'importance du concept e conscience possible pour la communication", en *La creation culturelle dans la société moderne*, pp. 7-24. Traducido al español por Editorial Fontamara, España, 1980.

39. M. V. Chamley, *Periodismo informativo*, Troquel, Argentina, 1976, p. 65.

40. X. Rubert de Ventós, *La estética y sus herejías*, Anagrama, España, 1980, p. 372.

41. M. McLuhan, *La comprensión de los medios*, Diana, México, 1969, p. 265.

42. J. Baudrillard, *La société de consommation*, Gallimard, París, 1974, p. 31; el subrayado es mío.

43. R. Barthes, "Estructura del suceso", en *Ensayos críticos*, Seix Barral, España, 1983, p. 226.

44. M. Mauss, *Sociología y antropología*, Tecnos, Madrid, 1971, p. 142.

45. *Ibíd*, p. 87.

46. J. Cazeneuve, *Sociología del rito*, Amorrortu, Buenos Aires, 1972, p. 18.

47. J. Davignaud, *Spectacle et société*, Denoel, París, 1970, p. 17.

48. G. Debord, *La Société du spectacle*, Champ Libre, París, 1971, p. 10; el subrayado es mío.

49. J. Baudrillard, *La société de consommation*, obra citada, p. 190.

50. F. Colombo, *Televisión: la realidad como espectáculo*, obra citada, p. 69.

51. J. L. Schefer, "La imagen: el sentido investido", en *Análisis de las imágenes*, Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1972, p. 272.

52. J. Baudrillard, en VV.AA., *Los objetos*, Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1971, p. 65.

53. C. Metz, *Langage et cinema*, Larousse, París, 1971, pp. 170-180.

54. F. Colombo, obra citada, p. 87.

55. E. Verón, "Acerca de la constitución del discurso burgués en la prensa semanal", en *Chasqui*, N° 4, Quito, p. 91.

II. CULTURA: DESAFÍOS DE LO POPULAR A LA RAZÓN DUALISTA

“Popular nombra aquello que hace posible la expresión de las aspiraciones y expectativas colectivas producidas por y desde los grupos sociales de base, tanto mayoritarios como minoritarios, tanto a nivel patente como latente”.

JOSÉ VIDAL BENEYTO

“Las sociedades contemporáneas tienen que constituir una cultura colectiva bastante sólida para impedir islotes subculturales, pero deben constituir la con una radical ambigüedad de forma que se adapte a niveles de riqueza, prestigio y poder que son desiguales (...). La cultura de masas no es sólo un conjunto de objetos culturales sino también un conjunto de modelos de comportamiento operantes”.

FRANCO ROSITI

“Realidad contradictoria y desafiante la de una sociedad de masa que, en la lógica perversa de un capitalismo salvaje, hace coexistir y juntarse, de modo paradójicamente natural, la sofisticación de los medios de comunicación de masa con masas de sentimientos vehiculados por la cultura más tradicionalmente popular”.

MARLYSE MEYER

Nos hallamos en proceso de construcción de un nuevo modelo de análisis que coloca la *cultura* como mediación, social y teórica, de la *comunicación* con *lo popular*, que hace

del espacio cultural el eje desde el que atisbar dimensiones inéditas del conflicto social y otear nuevos objetos a investigar. El reflotamiento de la problemática y del concepto de cultura es sintomático de la convergencia que evidencian últimamente las preocupaciones de los investigadores de comunicación con las de los historiadores y los analistas políticos. Y es de esa convergencia de preocupaciones sobre *lo cultural-popular* de la que la investigación de comunicación en América Latina recibe ahora su rasgo más caracterizador. Como si la pérdida de la identidad por el derrumbe de las fronteras que académicamente delimitaban el campo de la comunicación es lo que hubiera posibilitado a los investigadores de éste el encuentro y el aprovechamiento de la cercana reflexión que desde hace algún tiempo venían haciendo sociólogos y antropólogos, historiadores y politólogos.

1. PROCESOS DE COMUNICACIÓN Y MATRICES DE CULTURA

Las rupturas que a fines de los años '70 empiezan a dibujarse no son meras rupturas teóricas, son más bien las huellas que en el espacio del quehacer teórico y metodológico están dejando ciertos desplazamientos en lo social y lo político. Comencemos por la ruptura con lo que Mattelart ha llamado la "*contrafascinación del poder*"¹, ese funcionalismo de izquierda según el cual el sistema se reproduce fatal, automáticamente y a través de todos y cada uno de los procesos sociales. Concepción alimentada desde una teoría funcionalista de la ideología —por más marxista que ésta se proclame— y de una mitificación del imperialismo a través de lo cual, tratando de rescatar la unidad global de la dominación, se acabó cayendo en la atribución al poder o al

imperialismo de una omnipotencia, de una ubicuidad y una omnisciencia completamente míticas. Frente a ese fatalismo paralizante, desmovilizador, estamos comenzando a comprender que si es cierto que el proceso de acumulación del capital requiere formas cada vez más perfeccionadas de control social y modalidades cada vez más totalitarias, también lo es la pluralización de las contradicciones del poder. Estamos comenzando a romper con la imagen, o mejor con el imaginario, de un poder sin fisuras, sin brechas, sin contradicciones que a la vez lo dinamizan y lo tornan vulnerable. Se trata, tanto en la teoría como en la acción política, de un desplazamiento estratégico de la atención hacia las zonas de tensión, hacia las fracturas que, ya no en abstracto sino en la realidad histórica y peculiar de cada formación social, presenta la dominación. Lo cual permite además empezar a valorar todas y cada una de las luchas que hacen explícita la pluralización de las contradicciones, desde la ecología hasta los movimientos de liberación femenina. En ese desplazamiento juega un papel fundamental la nueva concepción del Estado que está abriéndose camino y con la que se intenta dar cuenta tanto de las nuevas contradicciones a que le enfrenta el desarrollo de las multinacionales como de su intervención extendida hoy al conjunto de la vida cotidiana y la consiguiente politización de esa esfera social. En todo caso se rompe con una concepción instrumentalista del Estado "gendarme" y monolítico, ciegamente al servicio de la clase dominante, para dar paso a una visión del Estado como lugar de lucha y de conflictos específicos en las relaciones de poder.

La otra ruptura clave se produce en la toma de conciencia de *la actividad de los dominados* en cuanto cómplices de la dominación pero también en cuanto sujetos de la

decodificación y la réplica a los discursos del amo. Respecto a la dimensión de complicidad, es toda la problemática del mal llamado "receptor" la que está siendo replanteada radicalmente por preguntas como: ¿Por qué soportan los hombres desde siglos la explotación, la humillación, la esclavitud, hasta el punto de quererlo no sólo para los demás sino para sí mismos? Esto es, ¿poniendo en juego qué contradicciones la dominación es también actividad y no sólo pasividad resignada en el dominado? ¿Qué en el dominado trabaja a favor de su dominación?² Y lo que van poniendo en claro esas preguntas es que sólo si la opresión es asumida como actividad del oprimido, sólo si se desmonta la complicidad del dominado, será posible romper con las diferentes formas de populismo y comprender que la liberación es problema del oprimido, que es en él donde se encuentran las claves de su liberación. Esta perspectiva es fundamental en la investigación de los medios masivos ya que esa complicidad, desde, y en, el imaginario colectivo, es la materia prima con que trabajan los Medios, ya que en ellos las esperanzas de las masas populares son cotidianamente atrapadas y vueltas contra esas mismas masas. Pero no sólo hay complicidad, también hay resistencia y réplica. Es nuestro sofisticado instrumental de análisis el que no está hecho para captar esa actividad. Apenas estamos comenzando a sentir la necesidad del desplazamiento metodológico que nos dé acceso a la lectura que los diferentes grupos populares llevan a cabo. Lectura en la que tratan de abrirse caminos otras voces, una palabra que introduce "ruido" y que burle y subvierte a su modo las relaciones de poder. Y ese "a su modo" está indicando la existencia de otra "gramática", de otra lógica en la producción de sentido, en la actividad de deconstrucción que se realiza en la decodificación. Con lo que esto implica

a su vez de reto a la imaginación metodológica para poner a punto unos procedimientos que no dejen por fuera esa actividad, como lo hacen irremediamente las entrevistas y los cuestionarios a que estamos acostumbrados. Porque esos cuestionarios llevan inscrita en la pregunta la posibilidad de respuesta y sólo ésa, pero en ellos no cabe una respuesta que se erija a su vez en pregunta y cuestione el lugar y el poder desde el que es formulada. Porque además la actividad de decodificación no es abordable directamente sino sólo a través del reconocimiento de las huellas que en la lectura dejan ciertos procesos que tienen lugar a otro nivel, en el de la "estructura profunda", esto es en el de la experiencia vital y social de esos grupos.

Una nueva agenda estratégica

Esas rupturas-desplazamientos están indicando un avance estratégico al contextualizar lo que se produce en los medios por relación a los demás espacios de lo cotidiano. Me refiero a algunos espacios clave: el barrio como nuevo lugar de lucha por la identidad de los grupos populares, la calle como lugar de una violencia particular en el circuito inseguridad-represión y las diferentes formas de presencia de lo policial, los mercados y su peculiar articulación entre memoria popular e imaginario mercantil, el espacio escolar y familiar. Una pista, que me parece especialmente representativa de ese replanteamiento, es la señalada por los trabajos de sociología de la cultura que están llevando a cabo algunos investigadores ingleses de la comunicación como G. Murdok y P.Golding³. Se trata de una reflexión que retoma la problemática de la "industria cultural" pero liberándola de su

sesgo apocalíptico y planteando como clave una nueva relación entre cultura y mercancía, una reconceptualización de los condicionamientos de lo cultural que define la determinación social ya no en términos de contenido, sino de fijación de límites y de imposición de demarcaciones. De otra parte la contribución de los medios a la valorización del capital y su rol en la producción y distribución de cultura especificada a través de su nuevo oficio en cuanto "productores de audiencia" y generadores de pautas de consumo.

Se configuran entonces como estratégicos tres campos de investigación en comunicación: el orden o estructura internacional de la información, el desarrollo de las tecnologías que fusionan las telecomunicaciones con la informática, y la llamada comunicación participativa, alternativa o popular.

La *estructura transnacional de la información* configura un campo en el que los investigadores latinoamericanos están siendo pioneros y en el que su aporte está siendo fundamental tanto en la formulación del problema como en el señalamiento de alternativas. Quizá en ningún otro campo la investigación ha estado tan eficazmente articulada a la denuncia y la elaboración de políticas. Y es que en el estudio de esa problemática están convergiendo los conceptos más lúcidos de la investigación latinoamericana en ciencias sociales —y en especial de la teoría de la dependencia— con propuestas que recogen una vasta experiencia política y de trabajo en el ámbito de la cultura. A este respecto quisiera únicamente plantear la necesidad de ahondar en el estudio de las estructuras de producción de la información, pero no sólo en la dimensión económica de estas estructuras, que ha sido la más estudiada hasta ahora, sino también en la dimensión política e ideológica. En la política me refiero a las formas particulares y concretas de relación entre la estructura

transnacional de la información y las estructuras nacionales de poder, posición de las burguesías nacionales, conflictos entre diferentes fracciones de clase y evolución a este propósito de los diferentes partidos políticos. En cuanto a la dimensión ideológica no me refiero al análisis ideológico de las noticias sino a los dispositivos ideológicos de enunciación-producción⁴, esto es a la división social del trabajo en la producción de información, a la especialización de las profesiones y a la sofisticación de las tareas, todo lo cual se materializa en reglas de acción y de discurso que se presentan investidas de la neutralidad de la técnica, enmascarando así las determinaciones sociales que las originan y rigen. Un ejemplo, que se ubica ya al final de la secuencia de producción, es el de los códigos que, en cuanto sistema de operaciones tecno-discursivas, regulan el hacer del camarógrafo y del editor de TV y que les permiten diferenciar angulaciones, planos y formas de montaje que corresponden al discurso "informativo" por contraposición al resto de los discursos de televisión, es decir, de ficción, de espectáculos, etc. Esos códigos trabajan desde una competencia profesional que, a semejanza de la competencia lingüística, consiste en un saber no consciente que el camarógrafo o el editor adquieren haciendo su oficio, y a través del cual se materializa un modo de ver, esto es un imaginario socialmente producido. En todo ello encontramos la nueva forma que adquiere la vieja ideología de la objetividad, ahora reforzada por la magia de las nuevas tecnologías y de la jerga venida de la informática con las cuales de nuevo se convierte, fetichistamente, en propiedad o cualidad de las cosas lo que es un producto social. A la vez que se escamotea el hecho de que es la sociedad la que define, la que determina históricamente qué es objetivo y qué no lo es. De manera que si un discurso

aparece como objetivo frente a otro es porque las reglas que definen su producción, y su consumo, están conformes a la definición social de la objetividad. De manera que cambiar realmente de información implicaría cambiar de objetividad: a cada "objetivo" su objetividad. Necesitamos investigar esa ideología tecnocrática que permea y esteriliza muchos esfuerzos de contrainformación, de comunicación "alternativa", precisamente porque lo alternativo en ellas no llega a cuestionar verdaderamente las estructuras ideológico-políticas de la producción de la información.

Desde *las nuevas tecnologías de comunicación* estamos enfocando un campo que se está convirtiendo aceleradamente en uno de los enclaves económico-políticos más decisivos. En los países altamente industrializados un tercio del producto nacional bruto procede ya de la manufactura o el procesado de información. Y por otra parte el desarrollo de esas tecnologías está directamente ligado a la carrera armamentista y a la conquista espacial. Las áreas sociales de experimentación y aplicación de las nuevas tecnologías de comunicación son principalmente: la automatización de los procesos productivos; la administración del Estado: computación de los ficheros cívico-policiales con el paso a los ficheros preventivos y de "perfiles globales"; la informática médica: que va de la computación en el manejo de aparatos altamente peligrosos hasta la "revolución" del ejercicio de la medicina con la automatización de toda clase de exámenes y análisis, lo que disminuye la necesidad de los especialistas; la escuela: la instrucción impartida por computadoras convirtiendo el saber en sólo saber buscar y utilizar; los medios masivos por la puesta en funcionamiento de los circuitos comunicativos que permiten el *feed-back* instantáneo, aplicado tanto a la información noticiosa como a la compra de

mercancías o al disfrute de programas culturales. Por la manera como el desarrollo de esas tecnologías es visto y proclamado por los voceros del sistema, parecería que en ellas se encuentra la solución a la crisis que atraviesa el capitalismo: la revolución tecnológica sería la única posible y desde luego la única eficaz⁵. Los más optimistas piensan incluso que esas tecnologías ofrecen no sólo una salida a la crisis económica sino un avance importante en lo político: un nuevo modelo de democracia avanzada. Los *críticos* andan en general bastante desconcertados. Y sin embargo, pocas veces se ha hecho tan patente que la tecnología más que un conjunto de herramientas es una racionalidad práctica, e incluso la materialización de un modelo de sociedad. Mirar así la tecnología no implica en forma alguna el facilismo fatalista y suicida del rechazo sino por el contrario la exigencia de un análisis especialmente lúcido de ese “nuevo” modelo de sociedad y del peso relativo pero cierto que esas tecnologías tienen ya. Necesitamos de una investigación capaz de asumir la complejidad del reto que las tecnologías plantean: que no sólo relativice su eficacia fetiche y la mistificación que produce sino que sea capaz de poner al descubierto las virtualidades de transformación, las contradicciones que generan y por tanto las posibilidades de acción y de lucha que abren. Desglosando esa propuesta se pueden señalar como especialmente importantes de investigar: la transnacionalización de la telemática —fórmula francesa para nombrar telecomunicación+informática— no ya en el plano de la producción y el consumo de aparatos sino de la información en cuanto tal, esto es de la creación de “redes” multinacionales; los riesgos para las libertades, y los golpeados “derechos humanos”, que se derivan de la centralización y funcionalización política de la información sobre

la vida de los ciudadanos mediante la introducción de archivos electrónicos y las fichas de "perfiles globales" en las que se almacenan inclinaciones, tendencias de personalidad, rasgos potenciales de los ciudadanos, recogidas desde la adolescencia y que posteriormente podrán servir de "prueba" judicial o penal; los nuevos conflictos que provoca la remodelación de las condiciones de trabajo, la disminución de la mano de obra necesaria y su descalificación para ciertas tareas y la exigencia de cualificación máxima para otras, es decir la redistribución de las categorías y los niveles de decisión; la redefinición de las relaciones entre el Estado y los medios de comunicación merced a la aceleración de la concentración de poder en las grandes transnacionales de la información y la remodelación de su rol mediador. Por el momento esas tecnologías y los procesos que provocan son un "privilegio" de los países ricos. Pero no se van a demorar en llegar a los países pobres. La lógica y la presión del imperialismo harán que una vez más los países pobres necesiten, deseen y busquen, al precio que sea, ponerse al día en "comunicaciones". Una vez más está preparada y justificada de antemano, y desde dentro, la invasión. Pero esta vez al menos los latinoamericanos tenemos la oportunidad de tomar conciencia del proceso desde su inicio, de estructurarlo en gestación para poder enfrentarlo preparados. Ojalá que esa oportunidad no se malgaste.

La *comunicación participativa, alternativa, popular* constituye el tercer ámbito estratégico. Aunque dicho de muchas maneras y con alcances muy diversos, desde los utópicos hasta los ceñidos a posibilidades de intervención inmediata, un propósito fundamental parece definir lo alternativo en materia de comunicación en Latinoamérica: transformar el proceso, la forma dominante y normal de la comunicación

social, para que sean las clases y los grupos dominados los que tomen la palabra⁶. Y en ese sentido la comunicación alternativa no es aquí nada nuevo ya que desde las experiencias pioneras de Paulo Freire, proyectadas después a multitud de grupos en todos los países del continente, la comunicación ha estado ligada más a la liberación del habla, de la actividad y la creatividad popular que a la potencia o el tipo de medios utilizados. Esto es importante precisamente para salirle al paso a la moda que nos llega reduciendo lo alternativo a las posibilidades “dialógicas” que abren algunos medios nuevos. No estoy afirmando que las alternativas de comunicación popular deban ser únicamente marginales a los grandes medios, que no pueden existir alternativas que involucren a los medios masivos, estoy alertando contra la ya vieja y peligrosa ilusión —mcluhiana— de que lo alternativo pueda venir del medio en sí mismo. Frente a lo cual, y resumiendo las lecciones dejadas por un gran número de experiencias “alternativas” llevadas a cabo en países ricos y pobres, Vidal Beneyto afirma: “Lo alternativo o es popular o se degrada en juguetes y/o en máquina de dominio. Y popular quiere decir que hace posible la expresión de las aspiraciones y expectativas colectivas producidas por y desde los grupos sociales de base. Tanto mayoritarios como minoritarios, tanto a nivel patente como latente”⁷.

Pero “lo popular” no es homogéneo y es necesario estudiarlo en el ambiguo y conflictivo proceso en que se produce y emerge hoy. De un lado está *lo popular como memoria* de otra economía, tanto política como simbólica, memoria de otra matriz cultural amordazada, negada. La que emerge en las prácticas que tienen lugar en las plazas de mercado campesino y aun urbano de Latinoamérica, en los cementerios,

en las fiestas de pueblo y de barrio, etc. En todas esas prácticas se pueden rastrear ciertas señas de identidad a través de las cuales se expresa, se hace visible un discurso de resistencia y de réplica al discurso burgués. En pequeñas investigaciones sobre algunas de esas prácticas se hizo patente que esa memoria popular adquiere su sentido no desde la búsqueda de una recuperación nostálgica sino en la oposición a ese otro discurso que la niega y frente al que se afirma una lucha desigual que remite al conflicto de las clases pero también más allá: al conflicto entre la economía de la abstracción mercantil y la del intercambio simbólico. De otro lado está *lo popular-masivo*: esto es lo masivo como negación y mediación histórica de lo popular. Pues la *cultura masiva* es negación de lo popular en la medida en que es una cultura producida para las masas, para su masificación y control, esto es, una cultura que tiende a negar las diferencias verdaderas, las conflictivas, reabsorbiendo y homogeneizando las identidades culturales de todo tipo. Lo masivo es entonces la imagen que la burguesía se hace de las masas, o mejor la imagen de sí mismas que éstas deben interiorizar para que cotidianamente sea legitimada la dominación que aquélla ejerce. En ese sentido la cultura masiva no es algo tan nuevo, no es más que la forma que adquiere actualmente, en el estadio del capitalismo monopólico, el proyecto histórico que la burguesía produce para el pueblo desde finales del siglo XVIII al darse a sí misma un proyecto de "clase universal". Pero lo masivo es también mediación histórica de lo popular, porque no sólo los contenidos y las expresiones populares, sino también las expectativas y los sistemas de valoración, el "gusto" popular, están siendo moldeados por lo masivo de manera que, como ha dicho Dufrenne "es en esa cultura en la que hoy las masas invierten

deseo y de la que extraen placer”⁸. Y ello mal que nos pese a los académicos e intelectuales que enmascaramos con demasiada frecuencia nuestros gustos de clase tras de etiquetas políticas que nos permiten rechazar la cultura masiva a nombre de la alienación que ella produce, cuando en realidad ese rechazo es a la clase a la que le “gusta” esa cultura, a su experiencia vital otra, “vulgar” y escandalosa, a la que va dirigido.

La *comunicación será alternativa* en la medida en que asuma la complejidad de esos procesos: si junto al lenguaje del medio se investigan también los códigos de percepción y reconocimiento, los dispositivos de enunciación de lo popular, códigos y dispositivos en los que se materializan y expresan, confundidos ya, la memoria popular y el imaginario de masa. Y valga como argumento de lo dicho lo que me contó un profesional de la comunicación que trabajó durante años en Radio Sutatenza, la famosa red colombiana de emisoras de “acción cultural popular”. Cuando las directivas de Radio Sutatenza hicieron su primera encuesta entre los campesinos había en ella una pregunta obvia: ¿qué programa es el que oyen más a diario? A la que una respuesta mayoritaria fue: el rezo del rosario. Las directivas desconcertadas no podían explicarse que entre tantos programas educativos y prácticos, de información agrícola, de entretenimiento, etc., fuera el rezo del rosario el que gozara de mayor audiencia. Y convencidos de que la respuesta se debía a fallas de la encuesta o de los entrevistadores decidieron rehacerla y lanzarla de nuevo a los campesinos. A la segunda encuesta la respuesta fue la misma: el programa preferido por los campesinos era el rezo del rosario. Uno de los encuestadores se puso entonces a preguntarles directamente a los campesinos el por qué de esa preferencia, y la respuesta fue:

“porque es el único programa en que podemos contestar a los de Bogotá; en el rezo del rosario ellos dicen una parte del ‘Ave María’ y nosotros la otra, es el único programa en que no hablan ellos solos”.

*La comunicación desde lo popular:
perder el objeto para ganar el proceso*

La comprensión del sentido y alcance que han adquirido los estudios de comunicación en América Latina exige hacerse cargo de la convergencia entre la presión manifiesta de unos procesos tecno-económicos, que configuran una situación comunicacional nueva, con el agotamiento de algunas de las herramientas teóricas que se venían utilizando para abordar la nueva situación. De ahí la apuesta de algunos grupos de investigadores en decidirse a seguirle los pasos al proceso así sea a costa de perder el “objeto”. Pero como un itinerario es hueco si alguien no lo camina, me propongo en estas páginas describir mi propia travesía, nada lineal, poblada de no pocas dudas, aunque secretamente guiada por el convencimiento de que la pérdida de ciertas seguridades era y sigue siendo fundamental para poder ponernos a la escucha de las nuevas situaciones y problemas.

La importancia crucial que los procesos de comunicación comenzaron a adquirir en el último tercio del siglo XX tuvo su expresión inflada y sin embargo certera en el “todo es comunicación”, que vino a significar, más allá del nacimiento de otro ismo, la oscura percepción de que algunas de las contradicciones capitales de nuestra sociedad pasan hoy por ese nuevo eje en torno al cual giran no sólo gigantescas inversiones sino algunas decisiones políticas y culturales

estratégicas. En relativamente poco tiempo *la comunicación* se ha convertido en América Latina en un campo de fuerzas, catalizador de algunas líneas de punta de la investigación social, a la vez que propicia sin duda una moda académica. Lo que me importa señalar es que los procesos de inflación y banalización del tema cubren, tanto dentro como fuera de las universidades y los centros de investigación, un fenómeno que no podemos dejar escapar: la confusión y la ambigüedad inscritas incluso en la pluralidad de denominaciones del objeto de estudio, hablaban a su manera de la complejidad del asunto, de la pluralidad de dimensiones, y en cierta manera de las contradicciones que impiden acotar, cerrar el campo y colocarle una tranquilizante etiqueta académica como uno más de los campos de estudio.

Frente a esa ambigüedad y confusión, sintomáticas, se ha ido gestando una posición que reclama ante todo claridad y seriedad científica: ya está bien de revolturas y de denuncias, la "conquista del concepto" tiene un costo y si queremos hacer ciencia no tenemos más remedio que desembarazarnos de todo lastre ideológico. La crisis que, después de los golpes militares en el cono Sur, atraviesan las izquierdas latinoamericanas, con su secuela de desconcierto y de repliegue político será un buen caldo de cultivo para el chantaje cientifista. El "todo es comunicación" encontró su antídoto: "la comunicación no es más que información". El paradigma informacional entra entonces a adueñarse del campo, abonado como estaba por un funcionalismo que sobrevivió en la mayoría de las propuestas semióticas e incluso en cierto marxismo. El desencanto político —y me refiero al desencanto en el terreno de comunicación, que va de la decepción por lo que pasó con el uso de los medios en el Chile de la Unidad Popular a la funcionalización que los gobiernos

hacen de las políticas de comunicación— halló su salida en la tarea de hacer ciencia. Y ésta encontró en la teoría informacional un marco de conceptos precisos y de deslindes metodológicos. Todo ello avalado por la “seriedad” de la matemática y la ingeniería capaces de ofrecer, con la cibernética, un modelo abarcador y globalizante. Que la teoría de la información ha logrado dar cuenta de la organización-transmisión-almacenamiento de la información, y que ello ha supuesto la invención de un modelo desde el cual pensar fecundamente problemas que van de la biología y la ingeniería a la medicina, ello es innegable. Pero de ahí a pensar que el modelo informacional es capaz de dar cuenta de los *procesos sociales* de comunicación hay un abismo.

Del otro lado, esto es el de aquellos a los que el paradigma informacional no logró seducir, la disyuntiva dejó de pasar por la necesidad de *una* teoría o una disciplina. Junto al *revival* positivista, hemos atravesado a finales de los '70 el agotamiento de una propuesta semiológica revestida del análisis marxista. Del lado semiológico la búsqueda compulsiva de una validación científica han llevado a la mayoría de los investigadores a un recorte del campo a partir del cual dejaron de ser relevantes los procesos masivos a la vez que el análisis tendía a dejar por fuera viejas variables “problemáticas” y a confundir capacidad de explicación con capacidad de formalización. El talante cuestionador y estimulante de aquella primera semiología de las lecturas ideológicas y desmitificantes cedía el paso a una propuesta mucho más madura, metodológicamente enriquecida con los aportes de una lingüística de la enunciación, pero cada día más encerrada en los textos y alejada del movimiento de lo social y los *problemas* que induce esa dinámica. Del lado del análisis marxista, nos topamos con un recelo continuado a

tomar en serio la problemática de la comunicación y una profunda incompreensión de la especificidad de ese campo. Aun a pesar de la apertura a nuevas contradicciones del poder, un mecanicismo más sofisticado pero duro hegemóniza la reflexión. Perdida la confianza en el aporte real de los análisis ideológicos lo más seguro resultó volver al terreno firme de la infraestructura y del análisis político sin mediaciones. De un lado y de otro no pocos investigadores vieron llegado el momento de cambiar de tema, y se pasaron a campos menos problemáticos y académicamente más rentables.

La entrada en el mercado de las nuevas tecnologías de comunicación y la toma de conciencia de las peculiaridades del proceso de transnacionalización coinciden en América Latina con un rediseño radical del campo de investigación en comunicación. En ese rediseño interviene el debate teórico-político reseñado, pero interviene sobre todo y decisivamente una experiencia compartida por un gran número de investigadores de la región⁹. Esa experiencia, que todavía comporta no poco de opacidad, apunta hacia lo siguiente: *el campo de los problemas de comunicación no puede ser delimitado desde la teoría, no puede serlo más que a partir de las prácticas sociales de comunicación*, y esas prácticas en América Latina desbordan lo que pasa en los medios y se articulan a espacios y procesos políticos, religiosos, artísticos, etc. a través de los cuales las clases populares ejercen una actividad de resistencia y réplica. Pensar desde ahí la comunicación invalida tanto la linealidad del modelo informacional como la estrechez de los análisis políticos al uso, esos para los que lo político no es más que lo inmediatamente político, y para los que, como dice Portantiero¹⁰, la hipóstasis de la forma "partido" ha llevado en la práctica a desconocer y desvalorizar la multiplicidad de formas de la protesta y la lucha popular.

Lo que se comienza a rescatar no es ya la mera *no pasividad del receptor* —eso lo había planteado Lazarsfeld hacía años¹¹ y la escuela de “los usos y gratificaciones”¹² lo había hecho incluso objeto de un modelo particular de análisis— sino algo bien distinto: la necesidad de cambiar el eje del análisis y su punto de partida. El rescate de los modos de réplica del dominado desplaza el proceso de decodificación del campo de la comunicación, con sus canales, sus medios, y sus mensajes, al campo de la cultura, o mejor, de los conflictos que articula la cultura, de los conflictos entre culturas y de la hegemonía. Aceptar eso es también algo completamente distinto a “relativizar el poder de los medios”. El problema de fondo se ubica ahora a otro nivel: ya no en el de los medios sino en el de los “mediadores”¹³ y los modelos culturales. Y ese desplazamiento coincide con los retos que venían del otro lado del campo, ya que los investigadores de “políticas de comunicación” comenzaban por su lado a problematizar la noción de Estado con que se venía trabajando, y ello a la luz de la crisis de los Estados nacionales no sólo en relación a la pérdida de su capacidad de decisión frente a los intereses transnacionales sino en relación también a las resistencias que en las culturas populares despierta y moviliza la homogeneización transnacional de la que los Estados están siendo vehículo más allá de la retórica y el chauvinismo¹⁴.

Lo *popular* se configura entonces como ese “lugar” desde el que se hace posible históricamente abarcar y comprender el sentido que adquieren los procesos de comunicación, tanto los que desbordan lo nacional “por arriba”, es decir, los procesos-macro que involucra la puesta en funcionamiento de los satélites y las tecnologías de información, como los que lo desbordan “por abajo” desde la multiplicidad de

formas de protesta "regionales", locales, ligadas a la existencia negada pero viva de la heterogeneidad cultural. Lo popular nada tiene que ver entonces con el sentido de marginalidad del que no han logrado liberarse ciertas reflexiones sobre la comunicación alternativa y que remite en últimas a las tramposas teorías de la cultura de la pobreza. La alteridad cultural de que hablamos no resulta de una dinámica cultural hipostasiada que acaba refiriendo el problema a unos "orígenes" anteriores y exteriores al conflicto, sino de unas relaciones de dominio a través de las cuales se genera la hegemonía, esa que torna las diferencias en desigualdades y en obstáculo inaceptable para la expansión y homogeneización transnacional.¹⁵

2. PROPUESTAS PARA REIMAGINAR EL CAMPO

Colocar lo popular como punto de arranque de la reflexión en comunicación no significa en modo alguno equiparar lo popular a un dato o a una idea, ya que esto equivaldría a convertirlo en una especie de "categoría universal alterna"¹⁶, es decir metafísica. Lo que buscamos es desplazar las coordenadas para delimitar lo investigable en comunicación a partir del aquí y el ahora de América Latina. Un *aquí* en el que la cultura popular, a diferencia de lo que pasa en Europa o los Estados Unidos, no nombra únicamente lo masivo o el museo sino un espacio de conflicto profundo y una dinámica cultural insoslayable. Y un *ahora* atravesado y sostenido por la *no contemporaneidad* entre los productos culturales que se consumen y el "lugar", esto es el espacio social y cultural, desde el que esos productos son consumidos por las clases populares en América Latina. De ahí que pueda redefinirse

entonces la problemática de comunicación en términos de *la relación entre lo popular y lo masivo*, ya que ella nos libera de seguir lamentándonos por lo que la cultura masiva le ha hecho a la cultura culta y nos posibilita empezar a preguntarnos por lo que la cultura de masa le ha hecho a, y ha hecho con, las culturas populares. Lo cual implica empezar a investigar sistemáticamente:

- la historia de esa relación, esto es el paradójico proceso de gestación de lo masivo a partir de lo popular
- los modos de presencia/ausencia, de afirmación/negación de la memoria popular en los actuales procesos de massmediación
- los usos populares de lo masivo, tanto experimentales o rediseño como de resemantización.

Necesitamos para ello tener en cuenta que el desplazamiento de las coordenadas del análisis "compromete" la posición del investigador puesto que la experiencia vital y estética de la que partimos es casi siempre la de la cultura, con el etnocentrismo de clase¹⁷ que ella genera, y que nos lleva en la práctica a negar la validez de lo popular en cuanto cultura. Generalizando lo que M. Lauer afirma con relación a la plástica popular constatamos que ese etnocentrismo se traduce en "una indiferencia frente a la especificidad de las culturas marginales o dominadas y una incapacidad (cuando existe el interés) para aprehender a estas culturas, en su doble carácter de dominadas y de poseedoras de una existencia positiva a desarrollar"¹⁸. Etnocentrismo que, disfrazado de retórica política, nos permite identificar la cultura de masas con procesos de vulgarización y envilecimiento de la cultura, y mistificar esa identificación rechazando lo masivo a nombre de la alienación que ello produce.

Queda así enmascarado y ennoblecido con demasiada frecuencia el desprecio, cuando no el asco, que en verdad nos produce lo que viene de o tiene que ver con aquella cultura otra, la vulgar, la del pueblo. Aparece entonces la imposibilidad de seguir identificando lo masivo con lo que pasa en los medios, ya que en lo masivo toma cuerpo un nuevo paradigma cultural que desborda los medios obligándonos a referir el sentido de éstos, fuera de ellos mismos, a los *mediadores*, a los *modelos culturales*, y por supuesto a los contextos —religiosos, escolar, familiar, etc.— desde los que, o en contraste con los cuales, viven los grupos y los individuos esa cultura.

De lo popular a lo masivo o la recuperación de la historia

En el campo de la comunicación hablar de historia se ha reducido a historia *de los medios* que, o autonomiza mcluhianamente a éstos dotándolos de sentido por sí mismos o hace depender ese sentido de su relación, casi siempre exterior y mecánica, con las fuerzas productivas y los intereses de clase. Ahora se trataría de otra cosa: de una historia de los procesos culturales en cuanto articuladores de las prácticas comunicativas con los movimientos sociales. Lo que implica ubicar la comunicación en el espacio de las *mediaciones* en las que los procesos económicos dejan de ser un exterior de los procesos simbólicos y éstos a su vez aparecen como constitutivos y no sólo expresivos del sentido social. Porque no hay infraestructura o economía que escape a la dinámica significativa, no es posible seguir pensando por separado y fetichistamente el plano de los procesos tecnológicos, industriales, y el de la producción y reproducción del sentido.

Desde ahí se hace posible —teóricamente al menos— superar la concepción instrumentalista de los medios que, o los vacía de espesor y materialidad histórica pensándolos como meras herramientas en manos de la clase dominante o los reduce a su dimensión discursiva con lo que las luchas sociales que los atraviesan no serían más que luchas entre discursos. Y se hace posible esa superación en la medida en que aquello de lo que se hace historia no es más ya el “desarrollo tecnológico” sino las operaciones a través de las cuales los códigos sociales de percepción y reconocimiento se inscriben y materializan en los códigos tecno-lógicos.

Pero la recuperación de la historia en este campo pasa sobre todo y específicamente por la otra cuestión: la de la relación de las prácticas comunicativas con los movimientos sociales, que es, a mi ver, el modo como lo popular se inscribe constitutivamente en el análisis de los procesos culturales. Como ha mostrado E.P. Thompson¹⁹ hay un momento en el desarrollo del capitalismo europeo en el que las luchas sociales transforman el sentido de la cultura tradicional, es decir de la vieja cultura popular, convirtiéndola en cultura de clase. Y ello mediante el uso rebelde que las clases populares hacen de sus tradiciones, de su moral, de sus viejos derechos y sus modos de comunicar. Y bien, será precisamente esa cultura de los almanaques y la literatura de cordel, de las canciones, los espectáculos de feria y la taberna la que será neutralizada y desactivada, de-formada por el proceso de masificación. De manera que, como he escrito en otro lugar “en el terreno de la cultura la masificación consiste en el proceso de inversión de sentido mediante el cual pasa a denominarse popular, en el siglo XIX, la cultura producida industrialmente para el consumo de las masas. Pues en el momento histórico en el que la cultura popular

apunta a su constitución en cultura *de clase*, esta misma cultura va a ser minada desde dentro, hecho imposible y transformada en cultura *de masa*. Pero esa inversión sólo será posible por la cercanía que en el siglo XIX guarda aún la masa con *las masas*, de manera que la nueva cultura popular se constituye activando ciertas señas de identidad de la vieja cultura y neutralizando o deformando otras²⁰. Esa transformación del sentido de lo popular está ligada entonces no sólo ni principalmente con el desarrollo de los medios sino, como lúcidamente lo comprendió Gramsci, con los procesos de centralización política y homogeneización cultural —desintegración de las culturas populares— que exigió la constitución de los Estados nacionales, y con los procesos de desplazamiento de la legitimidad social que condujeron de la imposición violenta de la sumisión a la organización del consenso por hegemonía: a las relaciones del Estado-nación con lo nacional-popular²¹.

En América Latina el avance de esta dirección fundamental de la investigación en comunicación pasa por el avance en la investigación de lo que Portantiero ha llamado “la desviación latinoamericana”: ese modo peculiar como las clases populares se han hecho presentes en el proceso de formación de los Estados nacionales, puesto que “las clases populares latinoamericanas llegaron a participar del sistema político sin expresar un impulso hegemónico, y quien las constituyó en pueblo no fue el desarrollo autónomo de sus organizaciones de clase sino la crisis política general y el rol objetivo que asumieron como equilibradoras de una nueva fase estatal”²². La *cuestión nacional* aparece así asociada permanentemente a la cuestión populista, obligándonos a replantear la valoración del populismo, a dejar de mirarlo únicamente en cuanto proyecto estatal y a estudiarlo como

“experiencia de clase que nacionalizó las grandes masas y les otorgó ciudadanía”²³. De otro lado la investigación en este terreno pasa a su vez por el estudio de la pluralidad cultural no sólo en cuanto condicionadora de la eficacia de los medios sino en cuanto fuente de resistencia al proceso de masificación generalizada, y ello ligado a la comprensión del proceso a través del cual las naciones se hicieron y configuraron a costa de esa pluralidad, desconociéndola o instrumentalizándola²⁴. Lo cual implica investigar los modos específicos de desintegración de lo popular ligados a la construcción de lo nacional en América Latina, pero también los modos como lo popular *se nacionaliza*, es decir, irriga y configura desde los movimientos sociales de los años '20-'30, un proyecto nuevo de nación.

*De lo masivo a lo popular:
las huellas de la memoria desactivada*

Desde el siglo pasado el concepto de *masa* aplicado a lo social dio asilo a los significados más opuestos. De Tocqueville a Le Bon pasando por Mannheim y Tarde, hasta Ortega, pero también por Nietzsche y Freud, la ambigüedad se mantiene dando lugar a extrañas convergencias de argumentos que provienen de posiciones irreconciliables mientras autores que comparten una posición ideológica llegan, a propósito de la cultura de masa, a las posiciones más dispares, piénsese por ejemplo en la polémica Adorno/Benjamin. Planteo esto de entrada para salir al paso del maniqueísmo vergonzante con que aún suele enfrentarse la cuestión: como si lo masivo no estuviera también atravesado por las contradicciones y conflictos sociales. Maniqueísmo ligado a la persistencia, en uno

y otro lado del espectro político, de aquella posición aristocrática proveniente de los ilustrados que le niega a las masas populares la menor capacidad de creación o de disfrute cultural, porque esa creatividad y ese disfrute serían precisamente la marca de la diferencia entre lo culto y lo inculto. De manera que una buena parte de ese placer de cultura que llaman estético reside ahí, en el sentimiento de la "distinción", de la diferenciación exclusiva, esto es, identificadora. Ello nos ha impedido durante mucho tiempo plantearnos seriamente dos cuestiones clave: por qué las clases populares "invierten deseo y extraen placer"²⁵ de esa cultura que les niega como *sujetos*, y cómo la *demanda* popular es transformada en *consumo* de masa. Cuestiones que conducen la investigación hacia el análisis de los modos de presencia/ausencia, o mejor de afirmación/negación de lo popular en lo masivo; esto es, a indagar los mecanismos, las operaciones a través de las cuales la memoria popular entra en complicidad con el imaginario de masa posibilitando su confiscación, posibilitando que las esperanzas e incluso las rabias del pueblo sean atrapadas y vueltas contra él: las operaciones mediante las que lo masivo recupera y se apoya sobre lo popular. De la novela-folletín del siglo XIX al cine mexicano de los años '30-'40 y a la telenovela latinoamericana actual, lo masivo se constituye, se fabrica mucho menos en base a la divulgación o vulgarización de elementos provenientes de lo culto que mediante la explotación de mecanismos del reconocimiento popular. Es más, incluso allí donde se *vulgariza*, las técnicas que para ello se utilizan, los dispositivos que se ponen en funcionamiento no dejan de remitir a los modos de comunicación de esa cultura otra, la no letrada, en la que la repetición, el esquematismo o la velocidad del relato son mecanismos fundamentales de su modo de narrar.

Metodológicamente, ¿a qué nivel situar el análisis de la cultura de masa a la vez en cuanto reveladora de los efectos estructurales del capitalismo sobre la cultura y terreno por el que atraviesan, en diferentes direcciones, los movimientos y los conflictos sociales? Así por ejemplo, mirado desde esa perspectiva, la novela-folletín nos plantea la necesidad de orientar la investigación hacia la existencia de un nuevo público lector que no se explica únicamente por el encuentro de las nuevas máquinas con la codicia de los empresarios²⁶, ya que remite mucho más decisivamente a un proceso social clave: el de la conquista del espacio de la escritura, hasta entonces objeto de exclusión radical, y su transformación en un terreno de legitimación política y construcción de hegemonía a la vez que en dispositivo de reconocimiento cultural. De la misma manera el cine mexicano de los '30-'40 nos remite, como certera y reiteradamente lo ha planteado C. Monsiváis, más allá del reaccionarismo de sus contenidos y de la pobreza de sus formas al proceso de nacionalización del territorio y de configuración de la nacionalidad mexicana²⁷. O como la telenovela latinoamericana nos habla a su manera de esa otra cara del "realismo mágico" que es la esquizofrenia cultural de unas masas populares sometidas a un proceso de homogeneización nacional y transnacional al que la telenovela remite mediante la colosal anacronía del melodrama²⁸.

*Usos populares de lo masivo:
entre la refuncionalización y el rediseño*

Hay recuperación y deformación pero también hay réplica, complicidad pero también resistencia, hay dominación pero

ésta no llega nunca a destruir la memoria de una identidad que se gesta precisamente en el conflicto que la dominación misma moviliza. Lo que necesitamos pensar entonces es lo que hace la gente con lo que hacen de ella, la no simetría entre los códigos del emisor y el receptor horadando permanentemente la hegemonía y dibujando la figura de su otro. El primer paso en ese terreno está en no confundir la cultura popular ni con la industria cultural —porque sería confundir el rostro con la máscara y lo que importa es saber para qué se usa la máscara— ni con lo alternativo de los optimistas radicales. Monsiváis ha prestado una especial atención a esa dinámica de los usos, esas *adaptaciones gozosas y anárquicas hechas por las masas al plan de dominio*. Lo que le ha permitido trazar una imagen a la vez general y precisa de las contradicciones y las líneas de fuerza que orientan esos usos: “la manera y los métodos en que colectividades sin poder político ni representación social *asimilan los ofrecimientos* a su alcance, sexualizan el melodrama, derivan de un humor infame hilos satíricos, se divierten y se conmueven sin modificarse ideológicamente. Las clases subalternas asumen, porque no les queda otra, una industria vulgar y pedestre y, ciertamente, la *transforman* en fatalismo, autocomplacencia y degradación, pero *también en identidad regocijante y combativa*”²⁹.

El otro paso indispensable es el cuestionamiento de una concepción de lo alternativo que sigue reduciendo lo político a lo inmediatamente politizado y que nos retrotrae a la postulación de la transparencia del sentido en las relaciones de dominio. Como si lo popular fuera homogéneo y no plural, y sus formas de lucha pudieran ser uniformadas. En su confrontación con lo masivo la actividad de las clases populares se ejerce básicamente desde las zonas oscuras de

la cotidianidad³⁰ y sin gramáticas que la regulen. Lo que no quiere decir que no tenga forma sino que al ejercerse desde el lugar del otro, del enemigo, su acción responde a una lógica especial, la "lógica de la coyuntura"³¹, dependiente del tiempo, de las circunstancias y de ese peculiar sentido de desciframiento de la ocasión que sólo desarrolla el oprimido. No hay gramática pero sí hay texto, prácticas que hablan si se les sabe interrogar. Como lo hizo García Canclini con el uso ritual e identificadorio que de la grabadora hacen los chicanos³². O el uso de refuncionalización de la grabadora y la radionovela que Rosa María Alfaro y su grupo de comunicadores ha descubierto que hacen unas campesinas inmigrantes en la ciudad de Lima, al usar la grabadora *ya no para escuchar lo que otros dicen sino para aprender a hablar nosotras*.

A partir de ahí, de la superación activa del maniqueísmo aristocratizante o populista, se pone al descubierto la necesidad de contar con algo así como un "mapa nocturno" que nos permita a la vez asumir la pluralidad de que están hechos esos usos y establecer articulaciones entre las *operaciones* —de repliegue, de rechazo, de asimilación, de refuncionalización, de rediseño—, las *matrices* —de clase, de territorio, de etnia, de religión, de sexo, de edad—, los *espacios* —el hábitat, la fábrica, el barrio, la cárcel—, y los *medios* —micro como la grabadora o la fotografía, meso como el disco o el libro, macro como la prensa, la radio o la TV. Pero sin olvidar que en todo caso será un mapa "nocturno", esto es cuya información remitirá siempre más a lo que se intuye y a la experiencia que a lo que se ve. Buena imagen esa para cifrar lo que para mí ha sido y es aún la travesía por la comunicación desde lo popular.

3. LAS CULTURAS EN LA COMUNICACIÓN DE AMÉRICA LATINA

En América Latina lo que pasa en/por los medios no puede ser comprendido al margen de discontinuidades culturales que median la significación de los discursos masivos y el sentido de sus usos sociales. Esto porque lo que los procesos y las prácticas de comunicación colectiva *producen* no remite únicamente a las lógicas mercantiles y las invenciones tecnológicas sino a cambios profundos en la cultura cotidiana de las mayorías y a la acelerada desterritorialización de las demarcaciones culturales: moderno/ tradicional, noble/vulgar, culto/popular/masivo. De otra parte, la idea de identidad cultural se halla entre nosotros asociada predominantemente al espacio de las culturas populares tanto en el discurso político populista como en el de la crítica o la investigación. Lo que remite a la presencia en estas sociedades de diferencias culturales no reducibles a la disidencia contracultural o al museo, a la vigencia y pluralidad de lo popular señalando un espacio de conflictos profundos y una dinámica cultural insoslayable. Como el de identidad, también el concepto de cultura popular arrastra una fuerte connotación esencialista que es necesario develar de entrada. Pues la concepción predominante, tanto en las instituciones de la administración como en las académicas, es aquella que piensa lo popular como un sujeto homogéneo definido unas veces en términos positivos de “polo íntegro y resistente”, y otras en términos negativos como subproducto de la manipulación, “versión degradada y funcional de la cultura de elite”. Lo que subyace a esa oscilación es la obstinada persistencia de

aquella idea *romántica* que asocia lo popular con lo auténtico, de tal forma que lo popular no tendría otro estatuto que el de lo puro o lo degradado, de lo puro en constante peligro de contaminación, de lo genuino, que sólo puede conservarse protegiéndolo, separándolo, aislándolo. Réplica mimética a esa idea de lo popular es la negación *ilustrada* a ver en lo popular la más mínima posibilidad de verdadera cultura, a mirar lo popular únicamente como espacio de reflejos culturales, de reacciones, de vulgarización, abaratamiento y degradación. De ahí que en su proyección política lo popular signifique para unos aquel núcleo de autoctonía salvado, conservado al margen de las imposiciones coloniales o la lógica del desarrollo capitalista, mientras para otros lo popular represente el atraso, la ignorancia, la indolencia y la superstición a superar para al fin ser modernos. Lo que paradójicamente resulta, no pensado desde esas concepciones, es lo que constituye la especificidad histórica de lo popular en América Latina: el ser espacio denso de interacciones, de intercambios y reapropiaciones, el *movimiento del mestizaje*. Pero de un mestizaje que es proceso no puramente "cultural" sino dispositivo de interrelación social, económico y simbólico.

La inserción de las etnias en la modernidad capitalista

Pese a las evidentes transformaciones que están atravesando las colectividades nacionales, y a los cambios sufridos en los paradigmas de las ciencias sociales, la cuestión indígena sigue aún cercada por una concepción "indigenista" que identifica lo indígena con lo propio y esto a su vez con lo primitivo. En ese movimiento lo indígena es convertido en

lo irreconciliable con la modernidad, en lo privado de existencia positiva hoy. Como afirma Mirko Lauer “estamos en el reino de lo sin historia, de lo indígena como hecho natural de este continente, el punto de partida inmóvil desde el que se mide la modernidad”³³. Porque pensarlo en la dinámica histórica es pensarlo ya en el mestizaje y la impureza de las relaciones entre etnia y clase, en las relaciones de dominación y de complicidad. Que es precisamente lo que se busca hoy al reconceptualizar lo indígena desde el espacio de lo político y teórico de lo popular: culturas subalternas pero poseedoras de una existencia capaz de desarrollo.

Frente al idealismo de una teoría de la *diferencia*, que coloca lo indígena en situación de exterioridad al desarrollo capitalista, y de una teoría de la *resistencia* que sobrevalora la capacidad de supervivencia cultural de las etnias, se abre paso, según la lúcida formulación de García Canclini, “un camino entre dos vértigos: ni las culturas indígenas pueden existir con la autonomía pretendida por ciertos antropólogos o folcloristas, ni son tampoco meros apéndices atípicos de un capitalismo que todo lo devora”³⁴. Se configura así un mapa nuevo: la supervivencia de las etnias como parte integrada a la estructura del capitalismo pero productora a su vez de una *verdad cultural* que no se agota en él. Desconocer lo primero equivaldría a remitir la identidad étnica a un tiempo mítico, a una continuidad ahistórica que hace imposible comprender los cambios sufridos por esa identidad; desconocer lo segundo sería caer en la trampa de atribuirle a la lógica capitalista la capacidad de agotar la realidad de lo actual. Lejos de ser en la marginalidad, lo popular constituye hoy un espacio presionado, atravesado por los procesos y las lógicas de un mercado económico y simbólico en el que la estandarización de los productos y la uniformación

de los gestos exige una constante lucha contra la entropía; una renovación periódica de los patrones de diferenciación. Y del mismo modo que el vacío de raíces que sufre el hombre de ciudad es rellenado por la presencia en la intimidad doméstica de objetos que convoquen "la profundidad del pasado", así la búsqueda y producción mercantil de diferencias va a penetrar en el mundo de lo popular "convirtiendo lo étnico en lo típico"³⁵. Operación en la que se hace presente también el Estado al convertir las artesanías o las danzas, la comida o los ritmos musicales en "patrimonio nacional", esto es al exaltarlos como capital cultural común con el que hacer frente a la acelerada fragmentación social y política de estos países. Dislocado de su espacio cultural lo popular es retornado a sus productores a través de fragmentos integrados en tipicidades de lo nacional, en formas de conducta estandarizadas o necesidades de objetos industriales sin los cuales la vida de las comunidades es ya imposible, convertido en vehículo de desagregación entre objetos y usos, entre tiempos y prácticas.

Pero en medio de esa integración al mercado y de esa desagregación de la vida, las culturas populares reconstituyen día a día sus modos de afirmación. Son los prejuicios de un etnocentrismo solapado, que permea tanto el discurso del antropólogo como el del militante político, los que nos incapacitan para percibir el sentido del desarrollo de esas culturas³⁶. El cambio pasa aquí por la nueva concepción de los procesos de *apropiación* que materializan las fiestas o las artesanías: sus modos de apropiarse de una economía que les agrade pero que no ha podido suprimir ni reemplazar la peculiar mediación que esas culturas operan entre memoria y utopía. Es de lo que hablan los "diablos de Ocumicho", esa artesanía de la región michoacana de México, al incluir

personajes y máquinas de la vida actual en una apropiación figurativa de los “diablos modernos” —pobreza, enfermedades, etc.— que permite ponerlos en el discurso de la comunidad³⁷. Es de lo que hablan también esos usos de la radio que grupos emigrantes de los sectores populares en la ciudad de Lima hacen diariamente, a las horas del amanecer, sin locutores profesionales, con un lenguaje coloquial, con música grabada en la propia comunidad de origen, para darse un espacio cotidiano de identificación que no es sólo evocación de una memoria común sino producción de una experiencia de encuentro y solidaridad en medio de la dispersión y la distancia impuestas por la ciudad³⁸. Y de la afirmación popular en su cultura hablan en fin esos folletos de la *literatura de cordel* que, recreando los viejos romanceros ibéricos a partir de las condiciones de vida del nordeste brasileño, acompañan el proceso migratorio hasta las grandes ciudades, como São Paulo, en las que perpetúa una narrativa oral, una simbología de heroísmo y hazañas conectadas con lo cotidiano, con las luchas diarias por sobrevivir en la ciudad.

Cultura popular y vida urbana

Afirmar la presencia de lo popular en el espacio urbano —como lo esbozan las dos últimas experiencias señaladas— nos enfrenta al mito que tenazmente identifica aún lo popular con lo campesino, con el espacio rural como el resguardo de lo natural y lo simple, conduciéndonos al mismo tiempo a incluir en el debate las complejas y ambiguas relaciones entre lo popular y lo masivo. Lo que a su vez nos exige introducir la perspectiva histórica ya que sólo ella puede

arrancarnos a esa razón dualista que no puede enjuiciar lo masivo sin mitificar lo popular, idealizándolo y convirtiéndolo en el lugar en sí de la horizontalidad y la reciprocidad. La perspectiva histórica nos permite comprender que en el proceso de formación de las masas urbanas lo que se produce no es únicamente un acrecentamiento del conjunto de las clases populares en la ciudad sino una profunda hibridación cultural: la *aparición de un nuevo modo de existencia de lo popular*, configurado a partir de la "desarticulación del mundo popular como espacio de lo Otro, de las fuerzas de negación del modo de producción capitalista"³⁹ y la inserción de las clases populares en las condiciones de existencia de una sociedad de masas. Mirado desde ahí, lo masivo más que a *los medios* nos remite a la *masificación estructural* de la sociedad, a la imposibilidad de hacer efectivo el derecho de las mayorías al trabajo, a la salud, a la educación y la diversión... sin masificarlo todo. Pensar históricamente las relaciones de lo popular a lo masivo significa plantearse antes que una relación de alienación y manipulación la aparición de aquellas nuevas condiciones de existencia y de lucha que articulan un nuevo funcionamiento de la hegemonía. Hegemonía que en América Latina se ejerce aún hoy desde un mercado material y simbólico no unificado⁴⁰, esto es, que hace posible la presencia en la industria cultural de expresiones de demandas simbólicas que no coinciden con el arbitrario cultural dominante. Estamos así ante una cultura masiva que no ocupa una sola y la misma posición en el sistema de las clases sociales, una cultura en cuyo interior coexisten prácticas y productos heterogéneos.

Lo popular urbano emerge así hoy en las complejas articulaciones de la dinámica urbana —entendida como transformación de la vida laboral, imposición de una sensibilidad

nacional, identificación de las ofertas culturales con los medios masivos y del progreso con los servicios públicos— y la resistencia popular: esos modos en que las clases populares asimilan los ofrecimientos a su alcance y los reciclan para sobrevivir física y culturalmente. Desde su incierta relación con el Estado y su lejanía del desarrollo tecnológico hasta la persistencia de elementos que vienen de la cultura oral y del mantenimiento de las formas populares de transmisión del saber, la refuncionalización del machismo, la melodramatización de la vida y los usos “prácticos” de la religión. Quizá la experiencia más pujante y expresiva de las apropiaciones, reelaboraciones y montajes con que los sectores populares urbanos producen su identidad sea la música. Desde la “chicha” o cumbia peruana hasta el “rock nacional” en Argentina⁴¹ en ambos casos la apropiación y reelaboración musical responde a movimientos de constitución de nuevas identidades sociales: la del emigrante andino en la ciudad capital o la de una generación que busca su expresión. Y en ambos también la música se produce no por abandono sino por mestizaje, esto es por deformación profanatoria de lo “auténtico”. Mezclarle rock al tango o cumbia al huaino y guitarra eléctrica a la quena es sin duda una profanación. Pero ¿qué más significativo de las transformaciones sociales y culturales de lo urbano que esa fusión de la música andina con la música negra en que se reconocen hoy las masas populares limeñas? A unos indígenas que se quejaban de no encontrar en la ciudad capital las cañas con que hacer su música, José María Arguedas les respondió retándoles a que hicieran su música con ¡tubos de plástico! Pues “ya no es necesario que cada festejante tenga que buscar flores en las montañas, ni encargar personalmente la fabricación de los instrumentos musicales. Todo se encuentra ahora en el

mercado. Las danzas indígenas características del valle se bailan con acompañamiento de modernas orquestas integradas por músicos profesionales que componen nuevas melodías para estas danzas. Lo folclórico se ha hecho popular"⁴².

El espacio social donde mejor se expresa el sentido de la dinámica que, desde lo popular, da forma a nuevos movimientos urbanos es *el barrio*, en cuanto territorio de despliegue de la resistencia y la creatividad cultural. Pero acordes con una sociedad en la que la separación entre trabajo y vida opera en desvalorización de lo segundo, la mayoría de los estudios sobre la vida en el barrio lo reducen a espacio de la reproducción, a espacio de lo familiar y lo doméstico, negándose así a ver el barrio como espacio de reconocimiento y construcción de identidades sociales. Pues "en el trabajo no se es fulano o zutano, joven o adulto, casado o soltero, hombre o mujer sino apenas un trabajador o un empleado. Y aunque esas identidades —sobre las que se estructura en gran medida la vida social— puedan repercutir a la hora de vender la fuerza de trabajo, no es en el mercado donde ellas se constituyen y se tramitan sino en la familia, en el barrio, donde se habita junto a amigos y vecinos"⁴³. El barrio se constituye así en un mediador fundamental entre el universo privado de la casa y el mundo público de la ciudad proporcionando algunas referencias básicas para la construcción de un "nosotros", de una socialidad más ancha que la familiar y más densa y estable que la impuesta por la sociedad. A diferencia de lo que suele suceder en los barrios residenciales de las clases altas, donde las relaciones se establecen más en base a lazos profesionales que de parentesco o vecindad, pertenecer a un barrio significa para las clases populares la inserción en un ámbito donde se es reconocido en cualquier circunstancia.

Plantear la significación política de esas identidades implica repensar la prioridad absoluta que la figura del trabajador-productor de mercancías ha tenido a la hora de estudiar las luchas sociales, ya que al centrar en esa figura el mundo de la protesta social se despolitizó todo el resto. Toda la cotidianidad no inserta inmediata y directamente en la estructura productiva fue considerada irrelevante, políticamente insignificante. Es por eso que buena parte de las gentes de izquierda desconfía de esos movimientos que, como los barriales, integran a su lucha por los servicios de agua o energía eléctrica, de vivienda o transporte, solidaridades que vienen de su mundo —vecinales, étnicas, religiosas— y que desembocan en la construcción de una nueva identidad cultural, de una cultura urbana popular: modo de aglutinación de creencias y comportamientos, modos de resentir los problemas colectivos. Toma forma en el barrio una “cultura cívica”⁴⁴ que incluye particulares modos de lealtad a los líderes, de respeto a la autoridad y de desconfianza hacia los de afuera. Una cultura fuertemente marcada y moldeada por las mujeres⁴⁵, ya que ellas hacen el barrio con sus manos en muchos casos, y con su sentimiento, con su peculiar forma de sentirlo propio: “para las mujeres el barrio es un macrouniverso que ellas rara vez dejan. Hacedoras y testigos privilegiados de su construcción y su adelanto, las mujeres conocen la historia de cada una de sus calles. De toda la ciudad el barrio es el lugar que ellas sienten como propio, e integran —a diferencia de la visión más pragmática del hombre— las vidas de la gente a ese paisaje urbano que han, de alguna manera, moldeado”⁴⁶. Emerge ahí una experiencia nueva: que junta a la percepción de dimensiones inéditas de la opresión una interpenetración no reductiva de la trama social y la vida afectiva.

Asomarnos a los procesos de comunicación desde la perspectiva de los movimientos sociales puede ayudarnos a relativizar el mediacentrismo que domina el campo y descubrir en las prácticas populares de comunicación algo más que rezagos de un folclor: la memoria actuante de su "economía moral"⁴⁷. Así la supervivencia de un *sentido para la fiesta* que, de la celebración familiar a la verbena del barrio integra sabores culturales a saberes de clase, transacciones con la industria cultural y afirmaciones étnicas. O esa otra vivencia del trabajo que subyace en la llamada "economía informal", la que para los economistas es sólo efecto del subdesarrollo, y que sin embargo deja entrever todo lo que en los sectores populares queda aún de rechazo a una organización del trabajo incompatible con cierto modo de vida, de percepción del tiempo, de sentido de la libertad y la solidaridad. Así también el *chisme*, en muchos casos modo de comunicación que vehicula verdadera contrainformación y demuestra la vigencia de una cultura oral potenciadora de una comunicación multifuncional sólo posible en la complicidad aceptada por el interlocutor y la creatividad que alienta⁴⁸. Prácticas todas que nos plantean cómo lo político desborda la política, o al menos ensancha de tal modo su esfera que la vuelve irreconocible para los "especialistas". La inserción que los movimientos sociales hacen de la protesta y la lucha en el espacio de lo cultural y en la vida cotidiana no es pues mero camuflaje táctico ni ingenuidad política sino apertura a una socialidad nueva, más ancha y menos dividida.

*Identities, desterritorialización
y nuevas socialidades*

En las sociedades actuales experimentamos con más fuerza cada día que los logros y los fracasos de los pueblos en la lucha por defender y renovar su identidad se hallan ligados a las dinámicas y los bloqueos en la comunicación. Pero decir comunicación es hablar de procesos cargados de sentidos profundamente antagónicos. De un lado, comunicación significa hoy el espacio de punta de la modernización, el motor mismo de la renovación industrial y las transformaciones sociales que nos hacen contemporáneos del futuro, ya que asociada al desarrollo de las tecnologías de información la comunicación nos proporciona la posibilidad de alcanzar al fin el tren de la definitiva modernización industrial, de la eficacia administrativa, de las innovaciones académicas y hasta del avance democrático que entrañan las virtualidades descentralizadoras de la informática. Pero de otro lado, comunicación es también hoy sinónimo de lo que nos manipula y engaña, de lo que nos desfigura políticamente como país y de lo que nos destruye culturalmente como pueblo. Asociada a la masificación que hacen los medios, la comunicación significa para la izquierda el espacio de punta del imperialismo y la desnacionalización, y para la derecha la expresión más fuerte de la decadencia cultural y la disolución moral. Desde ambas percepciones la comunicación aparece siendo un espacio catalizador de grandes esperanzas y temores, un ámbito clave de reconocimiento. De ahí que la comunicación sea el escenario de las convergencias más extrañas y de las complicidades más cínicas. Entre los

que se proclaman defensores de los derechos colectivos y los mercenarios de los intereses más privados —como es constatable cada vez que se intenta sacar adelante unas políticas de comunicación realmente democráticas—, o entre los más aguerridos críticos de la manipulación y la alienación ideológica a nombre de los intereses de las mayorías y los defensores del elitismo y el paternalismo más rancio, como es comprobable cada vez que se reabre el debate sobre el sentido y el alcance de la intervención del Estado en la cultura. Los gestos y los gritos de la retórica nacionalista, que satura los discursos contra la invasión de lo extranjero en los medios masivos, resultan con frecuencia bien rentables para empresas “nacionales” de la industria cultural a las que la mediocridad de sus producciones o una mala administración llevaron a la crisis. Asimismo, las posiciones de indiferencia o de rechazo de la elite intelectual a tomar en serio las transformaciones culturales que se producen desde los medios encubre una obstinada y “útil” idea de cultura con la que legitiman el derecho a decidir lo que es cultura. La distancia, que en el mundo desarrollado ha mantenido la *intelligentsia* frente a la industria cultural, se ha convertido con frecuencia en nuestros países, periféricos y dependientes, en una esquizofrenia que resulta de responder al imperialismo norteamericano con un reflejo-complejo cultural de europeos, y se expresa en un extrañamiento profundo de los mestizajes y las dinámicas culturales que viven las mayorías hoy.

De esas dinámicas vamos a señalar tres que nos parecen más determinantes. La primera concierne al modo como las industrias culturales están reorganizando las identidades colectivas, las formas de diferenciación simbólica, al producir hibridaciones nuevas que dejan caducas las demarcaciones

entre lo culto y lo popular, lo tradicional y lo moderno, lo propio y lo ajeno. En uno de sus últimos textos U. Eco constata: "ha cambiado nuestra relación con los productos masivos y los del arte 'elevado'. Las diferencias se han reducido o anulado, y con las diferencias se han deformado las relaciones temporales, las líneas de filiación, el antes y el después. Cuando se registran tales cambios de horizonte nadie dice que las cosas vayan mejor o peor: simplemente han cambiado y los juicios de valor deberán atenerse a parámetros distintos"⁴⁹. Comprender los procesos de comunicación masiva implica hoy poder dar cuenta de la rearticulación de las demarcaciones simbólicas que ahí se están produciendo, y de cómo son ellas las que nos aseguran del valor y la fuerza de las identidades colectivas.

Ahora bien, al mismo tiempo que los medios masivos mezclan, hibridan también separan, esto es ahondan y refuerzan las divisiones sociales, rehacen las exclusiones que vienen de la estructura social y política legitimándolas culturalmente. Es a lo que se refiere G. Richeri cuando analiza el papel de las nuevas tecnologías en términos de *fragmentación del hábitat cultural* por "la disolución del horizonte cultural común a una sociedad con importantes riesgos para la unidad política y cultural de un país, ya que supone la ausencia de un lugar de representación de la sociedad compartido a nivel de masas"⁵⁰. Esa disolución es constatable ya a tres niveles y en tres formas: la fragmentación de los públicos por la multiplicación de los canales, la segmentación de los consumos mediante los sistemas de suscripción —al cable o los videoclubes— a que no tienen acceso sino aquellos a quienes se lo permiten su capacidad económica, y la especialización individualizada, hecha posible por la fibra óptica, y mediante la cual el usuario puede solicitar e

intercambiar únicamente la información que le importa. Esas diversas formas de fragmentación conducen en últimas, como ha señalado M. de Moragas⁵¹, a una separación cada día más tajante entre una oferta cultural de información para la toma de decisiones, reservada a una minoría, y una oferta cultural hecha de espectáculos, o de informaciones construidas espectacularmente, destinadas a las mayorías.

Un tercer tipo de dinámica, puesta en marcha por los medios masivos, es la aparición de culturas o "subculturas" *no ligadas a la memoria territorial*⁵². Frente a las culturas letradas, ligadas directamente a las lenguas y por lo tanto al territorio, las culturas de la imagen y de la música —a través de la televisión y sobre todo del video— rebasan esa adscripción produciendo comunidades culturales nuevas, difícilmente comprensibles y comparables con las territoriales. Se trata no sólo de culturas nuevas sino de las culturas de que viven los jóvenes, y que por no tener un anclaje geográfico definido son con frecuencia tachadas de antinacionales, cuando lo que en verdad nos están planteando es la existencia de nuevos modos de operar y percibir la identidad. Identidades con temporalidades menos "largas", más precarias, dotadas de una plasticidad que les permite amalgamar ingredientes que provienen de mundos culturales bien diversos, y por lo tanto atravesadas por discontinuidades, por no contemporaneidades, en las que intervienen gestos atávicos, residuos modernistas, innovaciones y rupturas radicales. Lo que estamos planteando no implica el desconocimiento de las *estratagemas del mercado transnacional* sino la imposibilidad de confundir y reducir todos los procesos de comunicación colectiva con *estratagemas de negación cultural* o *desnacionalización*. Desconocer los nuevos modos en que los jóvenes se comunican a través de culturas no territoriales

nos está haciendo imposible comunicarles a ellos el sentido y el valor que aún tiene lo nacional y lo local.

A partir del señalamiento de esas dinámicas de reorganización del campo cultural se hace necesario preguntarnos por las readecuaciones en la hegemonía que implican los cambios en la constitución de las identidades. ¿Cómo pensar esos cambios sin substancializar los agentes ni unidimensionalizar el proceso vaciándolo de las contradicciones que lo movilizan? El primer paso consistiría en abandonar aquella concepción de la transnacionalización que reduce la comunicación a un conjunto de estratagemas de imposición cultural desconociendo el modo propio como opera la hegemonía, esto es mediante “la resignificación de los conocimientos y hábitos de cada pueblo, y su subordinación al complejo sistema transnacional”⁵³. Lo que a su vez implica pensar la interacción entre los mensajes hegemónicos y los códigos perceptivos de cada pueblo, la experiencia diferenciada que, a través de fragmentaciones y desplazamientos, rehace y recrea permanentemente la heterogeneidad cultural. Más que en términos de *homogeneización* la transnacionalización tiene que ser pensada como *dislocación* de los ejes que articulan el universo de cada cultura. Y esa dislocación se efectúa mediante dispositivos que insertan la racionalidad del proyecto modernizador —secularización y especialización de los mundos simbólicos— en el movimiento de segmentación e integración de la economía mundial⁵⁴. Mientras las fuentes de producción de cultura son desplazadas de la comunidad hacia aparatos especializados, las formas de vida son poco a poco remodeladas y sustituidas por patrones de consumo separados del “núcleo creador” que constituye, según P. Ricoeur, el fondo vivo de cada cultura⁵⁵.

Ahora bien, subordinadas y entrelazadas a esos dispo-

sitivos las diferentes lógicas culturales de los pueblos dan lugar a la formación de nuevas identidades, a la reconstitución del sentido de lo nacional y lo local. Las propuestas de la industria cultural son retomadas pero también reformuladas, no sólo a través de esas "nacionalizaciones" que efectúan las industrias locales, y en las que lo que se pone de "propio" suele ser una mezcla de burla con resentimiento, sino también a través de "la capacidad de las comunidades para transformar lo que ven en otra cosa y para vivirlo de otra manera"⁵⁶. Es lo que hacen esos movimientos urbanos que se constituyen hoy a un mismo tiempo desde la experiencia cotidiana del desencuentro entre demandas sociales e instituciones políticas, y desde la defensa de identidades colectivas, de formas propias de comunicación. A su manera los movimientos sociales étnicos, regionales, feministas, juveniles, ecológicos, de consumidores, de homosexuales van dando forma a todo aquello que una racionalidad política, que se creyó omnicomprensiva de la conflictividad social, no está siendo capaz de representar hoy. Movilizando socialidades nuevas, identidades e imaginarios colectivos en formación, superando dicotomías barridas por las dinámicas de la transnacionalización económica y la desterritorialización cultural esos nuevos movimientos están repensando y reordenando lo político justamente en términos culturales. Esos movimientos hacen el descubrimiento de las dimensiones culturales de la política, de lo político, como ámbito de producción del sentido de lo social y del reconocimiento de los diversos intereses que articulan sus conflictos y sus negociaciones. Los movimientos urbanos enfrentan a una ciudad hecha de flujos e informaciones con una fuerte dinámica de reterritorialización cultural de sus luchas. Esas que desafían lo que entendíamos por cultura y por política al articular la

lucha por el espacio —en términos de vivienda, de servicios y de territorio cultural— con la lucha por la autogestión contra las muy sofisticadas formas de verticalismo y paternalismo⁵⁷. Y de ese modo los nuevos movimientos y las nuevas socialidades descubren la diferencia como elemento y espacio de profundización de la democracia. La lucha contra la injusticia es a la vez lucha contra la discriminación social y la exclusión cultural. Lo que equivale a la construcción de un nuevo modo de ser ciudadano que posibilita a cada hombre y a cada grupo reconocerse en los demás, condición indispensable de la comunicación.

4. ENTRE MEMORIAS POPULARES E IMAGINARIOS DE MASA

“No venir de la tradición oral (ni ir a ella) es lo que aparta a la novela de todas las otras formas restantes de literatura en prosa —fábula, leyenda, incluso narraciones cortas. Pero la aparta sobre todo de lo que es narrar. El narrador toma lo que narra de la experiencia, de la propia o de la que le han relatado. Y a su vez la convierte en experiencia de los que escuchan su historia. El novelista en cambio se mantiene aparte”.

W. BENJAMIN

Al estudiar relatos populares lo que estamos investigando, o mejor el “lugar” desde el que investigamos, no es la literatura, sino *la cultura*. Y esto no por una arbitraria opción del investigador sino por exigencias del objeto. Es otro el funcionamiento popular del relato, mucho más cerca de la vida que del arte, o de un arte sí, pero transitivo, en continuidad con la vida. Y ello por punta y punta, ya que se trata del

discurso que articula la memoria del grupo y en el que se dicen las prácticas. Un modo de decir que no sólo habla-de sino que materializa unas maneras de hacer⁵⁸. Vamos pues a estudiar algunos rasgos claves de los modos de narrar en la cultura *no letrada*. Y esa denominación en negativo, que después explicitaremos también en positivo, señala la imposibilidad de definir esa cultura por fuera de los conflictos desde los que construye su identidad. Lo cual no debe ser confundido con la tendencia a negarle a las clases populares una identidad cultural pues, como advierte Bourdieu, “la tentación de prestar la coherencia de una estética sistemática a las tomas de posición estéticas de las clases populares no es menos peligrosa que la inclinación a dejarse imponer, sin darse cuenta, la representación estrictamente negativa de la visión popular que está en el fondo de toda estética culta”⁵⁹. No letrada significa entonces una cultura cuyos relatos no viven en, ni del libro, viven en la canción y en el refrán, en las historias que se cuentan de boca en boca, en los cuentos y en los chistes, en el albur y en los proverbios. De manera que incluso cuando esos relatos son puestos por escrito no gozan nunca del estatus social del libro. Las coplas de ciego, los pliegos de cordel, el folletín y la novela por entregas materializaban tanto en su forma de impresión, como en la de circulación y consumo, ese otro modo de existencia del relato popular: algo toscamente impreso y en papel periódico, que no se adquiere en las librerías sino en la calle o en el mercado —o como llegaban los almanaques y los librillos de devoción o de recetas medicinales durante siglos a los pueblos: en la bolsa del buhonero en la que iban también los cordones y las agujas, los ungüentos y ciertos aperos de trabajo— y que una vez leído sirve para otros usos cotidianos. Aún hoy cuando las clases populares compran libros no

lo hacen nunca en librerías sino en los quioscos de la calle o en las tiendas de barrio. Y el modo de adquisición tiene mucho que ver con las formas de uso.

Inserta en esa narrativa popular, afirmándola y negándola a la vez, los medios de comunicación producen hoy una serie de *relatos de género*, entre los que, en América Latina, sobresale el *melodrama*. Su larga historia lo entronca con el tiempo de transformación de la canalla, del populacho, en pueblo, y de su escenografía: la de la Revolución Francesa. Es la entrada del pueblo en escena: la exaltada imaginación y la sensibilidad del pueblo que al fin puede darse el gusto de poner en escena sus emociones, sus fuertes emociones. Y para que ellas puedan desplegarse, el escenario se llenará de cárceles, y de ajusticiamientos, de desgracias inmensas sufridas por inocentes víctimas, y de traidores que al fin pagarán caro sus traiciones. ¿No es esa acaso la moraleja de la revolución? De ahí que la participación del público esté tejida de una particular complicidad y que en ninguna otra producción cultural sea tan visible, es decir observable y analizable, la "inversión de sentido" que está en el origen de la cultura de masa, de su gestarse minando desde dentro los dispositivos de enunciación de la cultura popular. Pero atención, porque si el melodrama es un terreno especialmente apto para estudiar el nacimiento y desarrollo de "lo masivo" ello sólo es cierto si el melodrama es estudiado en su funcionamiento social, esto es en su capacidad de adaptación a los diferentes formatos tecnológicos. Y en su eficacia ideológica: la *homogeneización* borrando las huellas de la diferencia, de la pluralidad de origen, de la diversidad en la procedencia cultural de los relatos y obstruyendo su permeabilidad a los contextos; y la *estilización* transformando al pueblo en público a través de la constitución de una lengua y un discurso

en el que puedan reconocerse todos, o sea el hombre-medio, o sea la masa, intentando borrar las diferencias sociales de los espectadores.

Narrativa popular: las matrices orales

Mirada desde sus modos de narrar, la cultura popular sigue siendo la de aquellos que apenas saben leer, que leen muy poco, y que no saben escribir. Pregunten a un campesino por el mundo en que hace su vida y podrán constatar no sólo la riqueza y la precisión de su vocabulario sino la expresividad de su *saber contar*. Pero pídanle que lo escriba y verán su mudéz. Lo cual nos plantea, en positivo, la otra cara, la de la persistencia de los dispositivos de la *cultura oral* en cuanto dispositivos de enunciación de lo popular y ello tanto en los modos de narrar como de leer.

Otro modo de narrar

Mirado desde la crítica culta el relato popular es reducido a su "fórmula", a su agotamiento en el esquematismo, la repetición y la transparencia de las convenciones. Del otro lado los estudiosos del folklore nos tienden otra trampa: la del descubrimiento de lo primitivo y la pureza de las formas, lo popular como lo aún no corrompido. Frente a esas dos posiciones la pista que trabajo surge de la convergencia de dos propuestas muy distintas: la de un investigador de la cultura de masa en los años cincuenta, R. Hoggart, quien estudiando la canción popular define las *convenciones* como "lo que permite la relación de la experiencia con los arquetipos"⁶⁰, y

la de M. Bajtin descubriendo en la fiesta popular las señas de otro modo de comunicación⁶¹. Desde esa convergencia, analizar relatos es estudiar procesos de comunicación que no se agotan en los dispositivos tecnológicos porque remiten desde ahí mismo a la economía del imaginario colectivo.

La primera oposición que permite caracterizar el relato popular es la indicada por la cita de W. Benjamin: frente a la novela y su textualidad intransitiva la narración popular es siempre un *contar a*. Recitado o leído en voz alta el relato popular se realiza siempre en un acto de comunicación, en la puesta en común de una memoria que fusiona experiencia y modo de contarla. Porque no se trata sólo de una memoria de los hechos sino también de los gestos. Al igual que un chiste no está hecho sólo de palabras sino de tonos y de gestos, de pausas y de complicidad. Y cuya posibilidad de ser asumido por el auditorio, y vuelto a contar, es que se deje memorizar. Pero hoy está en baja la memoria, desvalorizada por los profesores, la incesante innovación de noticias y de objetos la hace imposible y la cibernización que nos acosa parece hacerla definitivamente innecesaria. Y ello nos torna más difícil comprender ese funcionamiento paradójico de la narración popular en la que la calidad de la comunicación está en proporción inversa a la cantidad de información. Y es que la dialéctica de la memoria se resiste a dejarse pensar por las categorías de la informática o del análisis literario. La repetición convive aquí con la innovación ya que ésta es dada siempre por la situación desde la que se cuenta la historia, de forma que el relato vive de sus transformaciones y su fidelidad, no a las palabras siempre porosas al contexto, sino al sentido y su moral.

La otra oposición fundamental es la que traza el relato "de género" frente al "de autor". El *género* constituye una

categoría básica para investigar lo popular y lo que de popular queda aún en lo masivo⁶². No me estoy refiriendo a la categoría literaria de género, sino a un concepto a situar entre la antropología y la sociología de la cultura, esto es al *funcionamiento social de los relatos*, funcionamiento diferencial y diferenciador, cultural y socialmente discriminatorio. Y que atraviesa tanto las condiciones de producción como las de consumo. Los géneros son un dispositivo por excelencia de lo popular ya que no son sólo modos de escritura sino también de lectura: un "lugar" desde el que se lee y se mira, se descifra y comprende el sentido de un relato. Por ahí pasa una demarcación cultural importante, porque mientras el discurso culto estalla los géneros, es en el popular-masivo donde éstos siguen viviendo y cumpliendo su rol: articular la cotidianidad con los arquetipos. Decir relatos "de género" es estarse planteando como objeto preciso de estudio la pluridimensionalidad de los dispositivos, esto es las mediaciones materiales y expresivas a través de las cuales los procesos de reconocimiento se insertan en los de producción inscribiendo su huella en la estructura misma del narrar. Así, la velocidad de la intriga —la cantidad desmesurada de aventuras— en su relación a la prioridad de la acción sobre lo psicológico, la repetición en su relación a la constitución de la memoria del grupo, el esquematismo y el ritmo en su relación a los arquetipos y los procesos de identificación.

Otro modo de leer

Plantearse la existencia de diferentes modos de leer choca hoy con dificultades de base. Está aún por hacerse la historia social de la lectura que imbrique historia de las formas de

leer y tipología de los públicos⁶³. Y necesitaríamos además replantear por completo las teorías de la recepción, tanto la funcionalista como la crítico-negativa. Porque ambas prolongan cada cual a su manera, una larga y pertinaz tradición que arranca de la concepción “ilustrada” del proceso educativo y según la cual ese proceso discurre de un *polo activo*, que detenta el saber —la élite, el intelectual— hacia un *polo pasivo* e ignorante: el pueblo, la masa. Con la consiguiente división tajante e inapelable entre la esfera de la producción, que es la de la creatividad y la actividad por un lado, y la del consumo que es la de la pasividad y el conformismo por el otro. Las mutaciones que han posibilitado pasar de la vieja “escuela” a los modernos medios no han cuestionado en absoluto el postulado de la pasividad del consumo. Una vez más la posibilidad de romper con la lógica de esa concepción implica desplazarse del espacio teórico-político en que se origina. Ese desplazamiento nos permite por el momento vislumbrar al menos tres rasgos diferenciales de la lectura popular.

En primer lugar: lectura *colectiva*. Cuando los historiadores se han acercado al hecho de la lectura popular se sienten casi siempre desconcertados: ¿cómo es posible hablar de lectores en las clases populares del siglo XVIII o XIX si sólo una minoría pequeñísima sabía leer, es decir... firmar, y si los salarios de una semana apenas daban para un pliego de cordel?⁶⁴ La pregunta expone claramente los prejuicios: confundir lectura con escritura, y sobre todo pensar la lectura desde la imagen del individuo encerrado con su libro, ignorando que desde los testimonios de Don Quijote —“porque cuando es tiempo de la siega, se recogen aquí las fiestas muchos segadores, y siempre hay alguno que sabe leer, el cual coge uno de estos libros en las manos, y rodeámonos

dél más de treinta, estámosle escuchando con tanto gusto que nos quita mil canas", dice el ventero a propósito de las novelas de caballería en el capítulo XXII de la primera parte—, y la institución popular por antonomasia de las veladas en las culturas campesinas, hasta los labriegos anarquistas que en la Andalucía de mediados del siglo XIX compraban el periódico aun sin saber leer para que alguien se lo leyera a su familia, la lectura en las clases populares ha sido siempre predominantemente colectiva, esto es, en voz alta y en la que la lectura tiene el ritmo que le marca el grupo. En la que lo leído funciona no como punto de llegada y de cierre del sentido sino al contrario como punto de partida, de reconocimiento y puesta en marcha de la memoria colectiva que acaba reescribiendo el texto, reinventándolo al utilizarlo para hablar y festejar otras cosas distintas a aquéllas de que hablaba, o de las mismas pero en sentidos profundamente diferentes. Y conste que no estoy haciendo teoría sino transcribiendo el recuerdo de una experiencia, la de la lectura de los relatos de la guerra en las veladas de invierno de un pueblito castellano.

En segundo lugar: lectura *expresiva*. Esto es una lectura que implica a los lectores en cuanto sujetos que no tienen vergüenza de expresar las emociones que suscita la lectura, su exaltación o su aburrimiento. Leer para los habitantes de la cultura oral —no letrada— es escuchar, pero esa escucha es sonora. Como la de los públicos populares en el teatro y aún hoy en los cines de barrio, con sus aplausos y sus silbidos, sus sollozos y sus carcajadas que tanto disgustan al público culto y educado tan cuidadoso de controlar-ocultar sus emociones. Digamos una vez que esa expresividad revela, manifiesta, aun a pesar de todos los peligros de la identificación denunciados por Brecht, la marca más fuertemente

diferenciadora de la estética popular frente a la culta, frente a su *seguridad* y su *negación al goce* en el que todas las estéticas aristocráticas han visto siempre algo sospechoso. Es más, para Adorno y demás compañeros de la Escuela de Francfort, la verdadera lectura empieza allí donde termina el goce⁶⁵. Quizá esa *negatividad* tenga no poco que ver con su pesimismo apocalíptico y su incapacidad para atisbar las contradicciones que atraviesa la cultura de masa.

Y en tercer lugar: *lectura oblicua, desviada*. Lectura cuya gramática es muchas veces otra, diferente a la gramática de producción. Si la autonomía del texto es ilusoria mirada desde las condiciones de producción lo es igualmente desde las condiciones de lectura. Sólo prejuicios de clase pueden negarle a los códigos populares de la percepción de la capacidad de apropiarse de lo que leen. Así por ejemplo la lectura que las clases populares francesas hicieron de *Los misterios de París*, transformando el folletín de Sue en agente de una toma de conciencia mediante la activación de las señas de reconocimiento que allí había⁶⁶. O la lectura que los campesinos andaluces o sicilianos del siglo XIX hacían del relato de las acciones de los bandoleros, lectura performativa que obligó más de una vez a bandoleros a sueldo de los patronos a ponerse del lado de los campesinos pobres⁶⁷. O la lectura que las masas nordestinas en el Brasil hacen de los "relatos de milagros" al resemantizarlos desde la no coincidencia del hecho y del sentido y por tanto como irrupción de lo imposible-posible frente al chato realismo de los periódicos⁶⁸. O la lectura, en fin, que las clases populares hacen hoy de lo que les ofrece la radio o la TV dando lugar a una multitud de formas de reapropiación.

Las tradiciones que hablan en la radio

Marginada casi por completo de las investigaciones críticas de los años '60⁶⁹, la radio es hoy revalorizada como objeto de estudio justamente a partir del desplazamiento operado por los investigadores sobre el lugar desde el que se formulan las preguntas que vertebran el análisis. Cuatro investigaciones —coincidental pero también sintomáticamente todas ellas llevadas a cabo o dirigidas por mujeres— han venido a mostrar la validez y el alcance de la nueva perspectiva: la radio como mediadora entre Estado y masas, entre lo rural y lo urbano, entre tradiciones y modernidad.

Patricia Terrero ha puesto las bases para una historia de la radio que —teniendo como eje el papel jugado por el radioteatro— centra la investigación en el análisis de “los espacios de continuidad” entre tradiciones populares y cultura de masa, esto es “la proximidad de ciertas expresiones del imaginario nacional y popular, la relación de algunas de ellas con procesos de mitificación y creencias populares o con la formación de la identidad social y cultural de los sectores populares”⁷⁰. Desde la tradición de los payadores o copleros, pasando por el folletín gauchesco y el circo criollo⁷¹ la radio recoge y se nutre de un largo proceso de sedimentación cultural que desemboca en el *discurso populista* en cuanto modo de apelación a unas masas que serán constituidas en sujeto político justamente a partir de la idea de nación⁷², ya que ellas son el contenido de ese nuevo sujeto de lo social que es lo nacional. Giselle Munizaga y Paulina Gutiérrez indagan la especial capacidad de la radio para hacer el enlace de la racionalidad expresivo-simbólica

popular con la modernizadora racionalidad informativo-instrumental. A través de la sonoridad —voz, música, efectos— que posibilita la superposición de tiempos y tareas y la “explotación” de la expresividad coloquial, la radio “no sólo encauza sino que desencadena o impulsa un despliegue de subjetividad que no encuentra cabida en una actividad política muy formalizada, y la desplaza hacia el mercado cultural”⁷³. Desplazamiento que cuestiona seriamente aquella posición que maldiciendo la ideología dominante se ahorró el esfuerzo por indagar cómo y por qué en la radio el obrero aprendió a moverse en la ciudad, el emigrado encontró modos de mantenerse unido a su terruño, y el ama de casa un acceso a las emociones que le estaban vedadas. Hablando “su” idioma la radio está sirviendo de puente hacia la otra racionalidad, la de los informativos y los programas de opinión, convirtiéndose así en un medio “que está historizando la vida y llenando el vacío que dejan los aparatos tradicionales en la construcción del sentido”⁷⁴.

Los trabajos de Rosa María Alfaro trazan un mapa detallado de los modos en que la radio “capta” la densidad y la diversidad de condiciones de existencia de lo popular. Yendo de los géneros radiales a las matrices culturales se explicitan los dispositivos de enlace de lo territorial con lo discursivo, de las diferentes formas y temporalidades del *nosotros* con la memoria y sus lugares de anclaje. El mapa se halla configurado por tres modalidades. Las emisoras *locales* que, funcionando sobre un criterio territorial, hacen que una programación netamente comercial se vea atravesada por la presencia de necesidades de la zona y por llamadas a la participación colectiva en acciones de apoyo a las demandas populares. Apoyándose en el discurso vecinal, este tipo de emisora representa el alcance y los límites de un “uso

democrático" de la radio que busca compaginar la libertad de intereses con el bien común, su "encuentro en el mercado". La emisora *popular urbana* en la que lo popular tiene un espacio propio pero bajo la dirección populista de otros sectores que lo cautelan desde fuera. El mundo popular se hace ahí presente bajo la identidad unificante de lo criollo. Hay mucho concurso en que se escenifica la pobreza y las ingeniosidades de la gente, un lenguaje que busca llevar a la radio la fonética, el vocabulario y la sintaxis de la calle y una presencia grande de la música en que se plasma hoy el mestizaje urbano en Lima: la "chicha". A través de todo ello la emisora interpela un nosotros popular que, aunque construido con voces populistas convoca y activa dimensiones de la vida cultural del país desconocidas o negadas por las emisoras de corte transnacional. Y por último, la emisora *andina-provinciana* que funcionando en horas fuera de la programación normal y en base a música de la región, de felicitaciones de cumpleaños, propaganda de los productos elaborados por gente de la colectividad e información sobre fiestas y sucesos de la comunidad, sin locutores especializados pero con música en vivo y lenguaje coloquial, sirve a miles de inmigrantes que usan esa radio para darse un espacio de identificación que no es sólo evocación de una memoria común sino producción de una experiencia de solidaridad. Con grandes diferencias y contradicciones que atraviesan cada uno de los formatos en su modulación de lo popular algo se hace visible en el conjunto: "cómo los procesos de reproducción cultural e ideológica recuperan discursos de liberación y son susceptibles a su vez de ser subvertidos en el campo mismo del consumo"⁷⁵.

En una perspectiva que recoge y avanza sobre lo logrado en esas investigaciones, María Cristina Mata realiza

actualmente un trabajo de análisis en profundidad de la cotidianidad construida desde el discurso radiofónico⁷⁶. Análisis de los dispositivos con que se construye “sobre la fragmentariedad de espacios específicos y la diversidad de programas la idea de *continuidad*”. Continuidad primero *de la jornada*, lograda mediante el enlace de los asuntos y los relevos de unas voces que “leen” para su audiencia el acontecer diario en un “discurso que progresa a través del recuerdo y la promesa, un discurso convertido en totalidad de la cual el oyente pueda entrar y salir sin sentirse extraño porque es un continuum en cuyo progreso vuelve sobre sí mismo”. En segundo lugar, continuidad *en el tiempo* porque tanto los locutores como los oyentes se tratan en un encuentro que viene de lejos y se prolonga en la memoria más allá de las jubilaciones y de los cambios de nombre de los programas. “Apegada a la vida de sus oyentes y productores la radio se historiza y es propuesta como parte y testigo de esa historia común”. Y apoyados en esa continuidad operan esos otros mecanismos que conectan las cotidianidades particulares con las relaciones sociales a diversos niveles: el de *vecinos* interpelado por la radio como integrantes de una comunidad barrial, contribuyendo así a la construcción; el de *usuarios* y demandantes de unos servicios y unas instituciones públicas de las que necesitan pero ante las que se sienten indefensos. Activando la demanda, la “lógica del petitorio”, las emisoras de radio median entre el vecindario y el Estado “insinuando la imagen de un mercado donde los bienes se transmutan en servicios” y reforzando el sentido ciudadano, su pertenencia y su apropiación de la ciudad.

Matrices culturales de las que se alimenta la televisión

Medio de punta en los procesos de innovación tecnológica y transformación de los comportamientos, la televisión le plantea a la investigación de comunicación un desafío bien particular: el de comprender aquello que en su "funcionamiento" le permite articular el discurso de la modernización a la explotación de unos dispositivos de narración y reconocimiento descaradamente anacrónicos. Anacronía —no contemporaneidad— que en el caso de América Latina empata con aquellos destiempos que forman parte constitutiva de la dinámica cultural de estos pueblos. Y de los géneros que hacen el tejido, el texto de la televisión, en ninguno se hace tan visible la trama de modernidad y anacronía como en la telenovela: esa modalidad latinoamericana de melodrama en la que se resuelven y mestizan la narrativa popular y la serialidad televisiva⁷⁷. Huellas e indicadores de aquella narratividad en la telenovela son, de una parte, sus relaciones con la cultura de los cuentos y leyendas del miedo y misterio en los que está en juego el enigma del nacimiento o de los hermanos gemelos, tan presente en la narración que recoge la "literatura de cordel" brasileña, las crónicas de los corridos mexicanos o los vallenatos colombianos⁷⁸. Dominada por la estructura del *contar a* —con lo que ello implica de presencia constante del narrador estableciendo día tras día la continuidad dramática— la telenovela conserva la *apertura* del relato en el tiempo —se sabe cuando empieza pero no cuando acabará— y su porosidad a la actualidad de lo que sucede mientras dura el relato, apertura a las condiciones mismas de efectuación que lo son de producción pero

también de reconocimiento. Porque la telenovela es un texto *dialógico* o, según una propuesta brasileña que ahonda en la bajtiana, un texto *carnavalesco* "donde actor, lector y personajes intercambian constantemente sus posiciones"⁷⁹. Intercambio que es con-fusión entre lo que vive el personaje y lo que siente el espectador, seña de identidad de esa otra experiencia estética que cuenta con y se mantiene "abierta" a las expectativas y reacciones del público. No en el sentido de transplantar al relato las cosas de la vida, pues "no es la representación de los datos concretos y particulares lo que produce en la ficción el sentido de realidad sino una cierta generalidad que mira para ambos lados y le da consistencia tanto a los datos particulares de lo real como al mundo ficticio"⁸⁰. Que en esa apertura y confusión se halla imbricada la lógica mercantil y sus estratagemas de seducción es algo fácilmente constatable. Pero reconocer esa lógica no puede hacernos soslayar el entrecruzamiento en ella de otras lógicas que nos remiten a las ambiguas pero innegables formas de presencia del pueblo en la masa. Paradójico funcionamiento el de un relato que, producido según las reglas más exigentes de la industria televisiva e incorporando algunas de las artimañas tecnológicas más avanzadas, responde sin embargo a una lógica arcaica e incluso inversa a la que rige el sistema general: la calidad de la comunicación establecida no tiene nada que ver con la cantidad de información que proporciona.

Después de tanta lectura ideológica, pero también de los "revivales" para intelectuales, los investigadores han comenzado a preguntarse si lo que hace el sentido y el placer popular que procuran esos relatos no remitirá, a través y más allá de las estratagemas de la ideología y la inercia de los formatos, a la cultura, esto es la dinámica profunda de

la memoria y los imaginarios. Lo que activa esa memoria y la hace permeable a los imaginarios urbanos/modernos no es el orden de los contenidos, ni siquiera de los códigos, es del orden de las matrices culturales. De ahí los límites de la semiótica a la hora de abordar su relación al tiempo, o mejor la imbricación de tiempos y destiempo de los que está tejida la narración telenovelesca⁸¹. Y los límites también de una antropología que al pensar los nexos tiene tendencia a disolver los conflictos y al reconstruir las diferencias tiende a aislarlas del movimiento que les da vida⁸². Pues hablar de matrices no es evocar lo arcaico sino hacer explícito lo que carga hoy, para indagar no lo que sobrevive del tiempo aquel en que los relatos o los gestos populares eran auténticos sino lo que hace que ciertas matrices narrativas o escenográficas sigan vivas, esto es sigan secretamente conectando con la vida, los miedos y las esperanzas de la gente.

Mirar desde ahí la televisión implica proponer un análisis que no tiene como eje ni al medio ni al texto sino las *mediaciones* en que se materializan las constricciones que vienen de la lógica económica e industrial como articuladoras no sólo de intereses mercantiles sino también de demandas sociales y de diferentes modos de ver. La investigación crítica ha tenido serias dificultades para aceptar "la presencia en la industria cultural de demandas simbólicas que no coinciden del todo con el arbitrario cultural dominante"⁸³. Y esas dificultades provienen de una lectura que, al desconocer y despreciar el sistema de representaciones e imágenes desde el que las clases populares decodifican los productos simbólicos, acaba por asumir como única la representación que la cultura dominante ofrece de la clase hegemónica y de las subalternas. Lectura que colocó como presupuesto lo que tenía precisamente que investigar: cuál es la

posición efectiva que la industria cultural ocupa en el campo simbólico de estos países. Y lo que se ha avanzado en esa dirección muestra que la cultura masiva no ocupa una sola y la misma posición en el sistema de las clases sociales pues en su interior subsisten y coexisten matrices culturales en conflicto⁸⁴.

La pregunta-eje de la nueva lectura será entonces en qué medida y en qué formas lo que pasa en el mercado simbólico remite no sólo a la lógica de los intereses dominantes sino también a la complejidad y las dinámicas del universo popular. Meter esa pregunta en la investigación de la televisión va a exigir una especial atención al funcionamiento de los géneros: a aquella *asimetría comunicativa* cuyo análisis requiere involucrar el estudio tanto de las "estrategias de anticipación" del emisor⁸⁵ como de la "carnavalesca confusión entre relato y vida"⁸⁶ operada en la recepción. Entendemos entonces por *géneros* un específico lugar de ósmosis entre matrices culturales y formatos comerciales. En términos de análisis se trata menos de estructuras de significación que de *prácticas de enunciación* de unos sujetos y de formatos de sedimentación de unos saberes narrativos, expresivos, técnicos. En definitiva los géneros son el espacio de configuración de determinados efectos de sentido que hablan de la diversidad de modos de escritura y lectura, de producción y de fruición presentes en nuestra sociedad.

El estudio de los géneros remite así al de los *usos sociales y la recepción*. Esto es, a la diversidad de hábitos que marcan la relación de la televisión con la organización del espacio y el tiempo cotidianos: ¿qué lugar ocupa la televisión en los espacios y tiempos de la casa, central o marginal? y ¿qué clase de demandas le hacen a la televisión los diferentes sectores sociales? Pero en los usos no habla solamente la

clase social, hablan también las diversas *competencias culturales* que atraviesan las clases por vía de la educación formal en sus diferentes modalidades, y hablan sobre todo los saberes de las etnias y las regiones, los "dialectos" locales y los mestizajes urbanos realizados con ellos. Nos referimos a los haberes, saberes y gramáticas que, constituidos en la *memoria*, median la lectura de los diferentes grupos, y a los *imaginarios* desde los que proyectan su identidad los hombres y las mujeres, los adultos y los jóvenes, los indígenas y los negros, los campesinos, los de ciudad. ¿De qué tejido de gramáticas y desviaciones está hecha esa competencia narrativa que les permite, hasta a los menos "letrados", saber dónde un relato ha sido interrumpido y cómo completarlo, resumirlo, titularlo, clasificarlo? Es en los relatos de la gente donde se halla el acceso hacia esas competencias, de manera que investigar los usos sociales de la televisión pasa ineludiblemente por la activación de esos relatos en que aparecen "citados" los diferentes "textos" a que remiten las diversas lecturas. El trayecto metodológico es entonces aquel que va del ver-con-la gente al darle a la gente la posibilidad de contar lo visto. La única forma de acceso a la *experiencia de su ver* pasa por la activación de las diferentes competencias narrativas desde las que nos hablan los diversos pueblos que contienen —en su doble sentido— el público de la televisión.

NOTAS

1. A. Mattelart, "Notas al margen del imperialismo cultural", *Comunicación y Cultura*, N° 6, México, 1979.

2. Ver J. Martín Barbero, "El debate latinoamericano sobre comunicación masiva", en *Comunicación masiva: discurso y poder*, CIESPAL, Quito, 1978; *La investigación en las facultades de comunicación: una experiencia y un proyecto*, mimeo, México, 1979.

3. G. Murdock y P. Golding, "Capitalismo, comunicaciones y relaciones de clase", en *Sociedad y comunicación de masas*, Fondo de Cultura Económica, México, 1981, pp. 22-58. En ese volumen interesan también los textos de Ph. Eliot y St. Hall; también G. Murdock y P. Golding "Ideología y medios masivos: la cuestión de la determinación", *Cuadernos del TICOM*, N° 33, México, 1985, que contiene también el texto "Teorías de comunicación y teorías de la sociedad".

4. A. M. Netol, *Los mecanismos de discurso: el campo del poder y las perspectivas de participación popular*, CIESPAL, Quito, 1978.

5. H. Schmucler, "La investigación sobre comunicación masiva", *Comunicación y Cultura*, N° 5, Buenos Aires, 1975. Otros textos consultados a ese propósito: Informe final del Seminario *La investigación de la comunicación en América Latina*, CIESPAL, Costa Rica, 1973; Informe de la Reunión de consulta *Investigación en comunicación para el desarrollo rural en Latinoamérica*, CIID, Bogotá, 1976; Informe final de la Reunión de expertos *Investigación en comunicación América Latina*, UNESCO, Panamá, 1978; Informe *Los problemas de la comunicación en la sociedad moderna*, UNESCO, París, 1978; Documento *Fundamentación teórica de la carrera de comunicación social*, UAM-Xochimilco, México, 1979.

6. J. Bosco Pinto, *La comunicación participatoria como pedagogía del cambio: fundamentos epistemológicos*, CIESPAL, Quito, 1998.

7. J.V. Beneyto (Ed.), *Alternativas populares a las comunicaciones de masa*, CIS, Madrid, 1979.

8. M. Dufrenne, *L'art de masse n' existe pas*, UGE, París, 1974.

9. En hacer compartible esa experiencia ha jugado un papel fundamental el desarrollo de las asociaciones nacionales de investigadores de comunicación, y la puesta en comunicación de esas asociaciones a través de la asociación latinoamericana ALAIC.

10. J. C. Portantiero, "Lo nacional-popular y la alternativa democrática en América Latina", en *América Latina '80: democracia y movimiento popular*, Desco, Lima, 1981, p. 223.

11. P. Lazarsfeld y otros, *El Pueblo elige. Cómo decide el pueblo en una campaña electoral*, Edhasa, Buenos Aires, 1962.

12. E. Katz y otros, "Usos y gratificaciones de la comunicación de masas", en M. de Moragas (Ed.), *Sociología de la comunicación de masas*, Gustavo Gili, Barcelona, 1985, pp. 252-285.

13 Ver sobre ese concepto a M. Martín Serrano, *La mediación social*, Akal, Madrid, 1977.

14. A. Mattelart tiene a ese respecto una fórmula bien esclarecedora cuando habla de "la cultura transnacional de uso interno" en *Comunicação, hegemonia e contrainformação*, Intercom, São Paulo, 1982.

15. N. Casullo, "Reflexiones sobre la transnacionalización de la cultura" en *Comunicación transnacional: conflicto político y cultural*, Desco, Lima, 1982, p. 57.

16. M. Lauer, *Crítica de la artesanía: Plástica y sociedad en los Andes peruanos*, Desco, Lima, 1982, p. 50.

17. P. Bourdieu, *La distinción. Critique sociale du jugement*, Minuit, París, 1979, p. 112 y ss. Traducción al español, Taurus, Madrid, 1998.

18. M. Lauer, obra citada, p. 49.

19. E. P. Thompson, *Tradicón, revuelta y conciencia de clase*, Crítica, Barcelona, 1979, pp. 13-61.

20. J. Martín-Barbero, *Apuntes para una historia de las matrices culturales de la massmediación*, ponencia en el Foro sobre "Comunicación y poder", Lima, 1982.

21. A. Gramsci, "Concepto de 'nacional-popular'" en *Cultura y Literatura*, Editorial Península, Barcelona, 1977, p. 167 y ss.

22. J. C. Portantiero, obra citada, p. 232.

23. *Ibid.*, p. 234.

24. Sobre esto, tomando como referencia el caso colombiano, ver M. T. Findji, *Relación de la sociedad colombiana con las sociedades indígenas*, Medellín, 1980.

25. M. Dufrenne, *L'Art de masse n'existe pas*, UGE, París, 1974, p. 29.

26. Como pretende aún en su "panfletario" ensayo V. Brunori, *Sueños y mitos en la literatura de masas*, Gustavo Gili, Barcelona, 1980.

27. C. Monsiváis, "El cine nacional", en *Historia general de México*, vol. IV, El Colegio de México, México, 1996, p. 434 y ss.

28. Sobre el sentido de esa anacronía, ver J. Martín-Barbero, "Memoria narrativa e industria cultural", en *Comunicación y Cultura*, N° 10, México.

29. C. Monsiváis, "Notas sobre el Estado, la cultura nacional y las culturas populares", *Cuadernos políticos*, N° 30, pp. 42-43. Los subrayados son míos.

30. Sobre las luchas populares "implícitas e informales" y su no reconocimiento como lucha, ver C. Castoriadis, *La experiencia del movimiento obrero*, Tusquets, Barcelona, 1979, vol. 1, p. 69 y ss.

31. Ese concepto ha sido trabajado por M. de Certeau en *L'invention du quotidien*, Gallimard, París, 1994, p. 75 y ss.

32. N. García Canclini, *Las culturas populares en el capitalismo*, Nueva Imagen, México, 1982, p. 86.

33. M. Lauer, obra citada, p. 112.

34. N. García Canclini, *Las culturas populares en el capitalismo*, obra citada.

35. *Ibíd.*, p. 126 y ss.
36. M. Lauer, obra citada, p. 168.
37. N. García Canclini, obra citada, p. 168.
38. R. M^a Alfaro, "Modelos radiales y proceso de popularización de la radio", *Contratexto*, N^o 1, Lima, 1985, pp. 45-74.
39. G. Sunkel, *Razón y pasión en la prensa popular*, Ilet, Santiago, 1985, p. 16.
40. S. Miceli, *A noite da madrinha*, Perspectiva, São Paulo, 1972, p. 210 y ss.
41. N. Casullo, "Argentina: el rock en la sociedad política", *Comunicación y Cultura*", N^o 12, México, 1984. También P. Vila, "El rock, música contemporánea argentina", *Punto de vista*, N^o 30, Buenos Aires, 1987. Sobre la música *chicha* ver J. A. Llorens Amico, *Música popular en Lima: criollos y andinos*, IEP, Lima, 1983.
42. J. M. Arguedas, *Formación de una cultura nacional indoamericana*, Siglo XXI, México, 1977, p. 125.
43. T. Pires de Rio, *A política dos outros: o cotidiano dos moradores da periferia*, Brasiliense, São Paulo, 1984, p. 118.
44. J. Vargas Lesmes, *Acción social y política en los barrios populares*, Bogotá, 1985, mimeo.
45. Un análisis especialmente penetrante de la acción de la mujer en los barrios populares en R. M^a Alfaro, *De la conquista de la ciudad a la apropiación de la palabra*, Tarea, Lima, 1987.
46. S. Muñoz, *El sistema de comunicación cotidiano de la mujer pobre*, Univalle, Cali, 1986, p. 118.
47. Sobre ese concepto ver E. P. Thompson, "La economía moral de la multitud", en *Tradición, revuelta y conciencia de clase*, obra citada.
48. P. Riaño, *Prácticas culturales y culturas populares*, Cinep, Bogotá, 1986.
49. U. Eco, "La multiplicación de los media", en *Cultura y nuevas tecnologías*, Procesos, Madrid, 1986, p. 120.
50. G. Richeri, "Nuevas tecnologías e investigación sobre las comunicaciones de masas", en M. de Moragas (Ed.), *Sociología de la comunicación de masas*, vol. IV, Gustavo Gili, Barcelona, 1985.
51. M. de Moragas; *Opinión pública y transformaciones en el uso de los medios*, mimeo, Barcelona, 1984; ver también del mismo autor "Transformación tecnológica y tipología de los medios. Importancia política de la noción de ámbito comunicativo", en *Sociología de la comunicación de masas*, vol. IV, Gustavo Gili, Barcelona, 1985.
52. Tomamos la denominación de M. y A. Mattelart, en *Le carnaval des images*, La Documentation Française, París, 1987. Traducido al español por

Akal, Madrid, 1988. Sobre procesos de desterritorialización cultural, ver N. García Canclini, *Culturas híbridas*, Grijalbo, México, 1990, pp. 263-329.

53. N. García Canclini, *Cultura transnacional y culturales populares*, Ipal, Lima, 1988.

54. J.J. Brünner, "Existe o no la modernidad en América Latina", *Punto de Vista*, N° 31, Buenos Aires, 1987.

55. P. Ricoeur, "Civilisation universelle et cultures nationales", en *Histoire et vérité*, París, 1964. Traducción al español: *Historia y verdad*, Encuentro Ediciones, España, 1990.

56. C. Monsiváis, entrevista en *DÍA-LOGOS de la Comunicación*, N° 19, Lima, 1988.

57. Sobre esa redefinición de las relaciones entre cultura y política en los movimientos urbanos ver M. Castells, *La ciudad y las masas: sociología de los movimientos sociales urbanos*, Alianza, Madrid, 1986, pp. 389-540.

58. M. de Certeau, *L'invention du quotidien. Arts de faire*, UGE, París, 1980, pp. 150-167.

59. P. Bourdieu, *La distinction. Critique social du jugement*, obra citada, p. 33.

60. R. Hoggart, *The Uses of Literacy*, Penguin, Londres, 1972, p. 161.

61. M. Bajtin, *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento*, Barral, Barcelona, 1974, p. 177 y ss.

62. Sobre el concepto de *género* como unidad de análisis en la cultura de masas ver P. Fabbri, "Le comunicazioni di massa in Italia: sguardo semiotico e melocchio della sociologia, *Versus* 5/2, 1973. Sobre los "géneros" en las culturas populares, *Poétique*, N° 19, 1974, monográfico.

63. Algunos intentos en esa dirección son los realizados por N. Rubin, "La lectura", en R. Escarpit y otros, "Hacia una sociología del hecho literario", en *Cuadernos para el Diálogo*, Madrid, 1974, pp. 221-242; J.J. Darmon, "Lecture rurale et lecture urbaine", en *Le roman Feuilleton, Revue Europe*, París, 1974. Nota actualizadora: desde fines de los años '80 el interés por la historia de la lectura la ha tornado decisiva, como lo prueban las sucesivas obras de Roger Chartier y su grupo: R. Chartier, *Lectures et lecteurs dans la France de l'Ancien Régime*, Du Seuil, París, 1987; del mismo autor, *Les usages de l'imprimé (XV^e-XIX^e siècles)*, Fayard, París, 1987; también, *Culture écrite et société. L'ordre des livres*, Albin Michel, París, 1996.

64. Sobre la necesidad de replantear esa pregunta ver N. Salomón, "Algunos problemas de sociología de las literaturas de lengua española", en *Creación y público en la literatura española*, Castalia, España, 1974, pp. 15-40.

65. A este propósito: H. R. Jauss, "Pequeña apología de la experiencia estética", *Eco*, N° 224, Bogotá, junio, 1980, pp. 217-256. Ver también, M. Dufrenne, "L'art de masse existe-t-il?", en *L'art de masse n'existe pas*, pp. 9-50.

66. Dos estudios que tienen en cuenta esa lectura: U. Eco, *Socialismo y consolación*, Tusquets, Barcelona, 1974; J. L. Bory, *Eugene Sue, dandy mais socialiste*, París, 1973.

67. Ver en E. J. Hobsbawn, *Rebeldes primitivos*, Ariel, Barcelona, 1974, el capítulo dedicado al "bandolero social", pp. 27-55.

68. Sobre esa lectura ver M. de Certeau, "Un 'art' bresilien" en su obra citada, pp.56-60.

69. Una de las pocas y honrosas excepciones a esa marginación lo constituye el estudio de Miquel de Moragas "Perspectiva semiótica de la comunicación radiofónica" en *Semiótica y comunicación de masas*, Ediciones 62, Barcelona, 1976. Sobre las razones tanto teóricas como socioculturales del olvido de la radio en la investigación de esos años: María Cristina Mata, *Rádios, públicos populares e identidades sociales*, mimeo, Córdoba, Argentina, 1987.

70. P. Terrero, *El radioteatro*, C.E. de A.L., Buenos Aires, 1981, p. 5.

71. Sobre la relación entre esas tradiciones populares con la radio hay varios trabajos de Jorge Rivera recogidos en *Medios de comunicación y cultura popular*, Legasa, Buenos Aires, 1985.

72. A ese respecto ver E. de Ipola, *Ideología y discurso populista*, Folio, Buenos Aires, 1982.

73. G. Munizaga y P. Gutiérrez, *Radio y cultura popular de masas*, Ceneca, Santiago, 1983, p. 21.

74. *Ibíd.*, p. 22.

75. R. M^a, Alfaro, "Modelos radiales y procesos de popularización de la radio", *Contratexto*, N° 1, Lima, 1985, p. 71.

76. M^a C. Mata, "Rádios y públicos populares", *DIA-LOGOS de la Comunicación*, N° 19, Lima, 1988.

77. Avances de una investigación de telenovela en varios países de América Latina en el N° 4-5 de *Estudios sobre Culturas Contemporáneas*, Colima, México, 1988. Una detallada presentación del proyecto para Colombia: J. Martín -Barbero, "Televisión, melodrama y vida cotidiana", *DIA-LOGOS de la Comunicación*, N° 17, Lima, 1987. Sobre la telenovela brasileña ver R. Ortiz y otros, *A telenovela brasileira: historia e produção*, Brasiliense, São Paulo, 1987; A. y M. Mattelart, *Le carnaval de las imágenes*, obra citada.

78. A ese respecto ver J. Pires Ferreira, *A cavalaria en cordel*, São Paulo, 1979; el N° 12 de *Comunicación y Cultura* dedicado a la música popular en América Latina, México, 1984.

79. R. da Mata, *A casa e a rua: Espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil*, Brasiliense, São Paulo, 1985, p. 96.

80. J. G. Cantor Magnani, *A festa no pedaço. Cultura popular e lazer na cidade*, Brasiliense, São Paulo, 1984, p. 175.

81. Sobre la articulación del "tiempo largo" de la historia narrada y el tiempo "corto" y fragmentado del discurso televisivo, ver la obra citada de M. y A. Mattelart, pp. 55 y ss.

82. Un debate sobre la antropología urbana: Eunice Durham, "A pesquisa antropológica con populações urbanas: problemas e perspectivas", en *A aventura antropológica*, Paz e Terra, São Paulo, 1986.

83. S. Miceli, *A noite da madrinha*, obra citada, p. 210.

84. Una reflexión que contextualiza teórica y metodológicamente ese problema en N. García Canclini, *Cultura y poder: ¿dónde está la investigación?*, ENAH, México, 1985.

85. Es la propuesta de M. Wolf en su obra *Teorie delle comunicazioni di massa*, Milán, Bompiani, 1985, p. 131 y ss.

86. Sobre esa "apertura carnavalesca" ver la obra citada de R. da Matta, p. 91 y ss.

III. TECNOLOGÍA: INNOVACIONES CULTURALES Y USOS SOCIALES

“La tecnología moderna es esencial para el mundo moderno. El peligro es que la instantaneidad de sus técnicas defina sus metas. La ambición, el prestigio, el futuro instantáneos. Esa es la razón por la cual un sentido de la historia se ha convertido en condición para nuestra supervivencia”.

JOHN BERGER

“Nuestras culturas pueden definirse respecto a las otras, entre otros elementos, por la relevancia de una peculiar configuración de la técnica que influye en la conformación de la existencia individual y grupal”.

RAIS BUSON

La investigación del impacto de las nuevas tecnologías de comunicación sobre las sociedad y culturas de América Latina debería comenzar por un replanteo de los términos mismos en que se enuncia el tema, ya que el discurso acerca de los efectos de las tecnologías sobre la cultura está poblado de demasiadas trampas. De una parte continúa —ahora de modo sofisticado y laico— la vieja tradición idealista que opone la tecnología a la cultura como materia a espíritu, y sigue creyendo en una identidad de la cultura que estaría en la base de toda identidad cultural. De otra parte funciona ahí un contradictorio concepto de “efecto” que permite a la

vez fragmentar lo social en parcelas aislables de sentido y luego recomponerlo todo, metafísicamente, sin brechas ni conflictos. De lo que yo quisiera hablar es de otra cosa: de las relaciones entre tecnología en singular y culturas en plural, ya que es de la tecnología de donde proviene hoy uno de los más poderosos impulsos hacia la homogeneización, y es desde la diferencia y la pluralidad cultural como la uniformación tecnológica está siendo desenmascarada y enfrentada¹. De ahí que mi texto vaya en otra dirección, no la de los efectos sino la de los interrogantes que las nuevas (pero ¿dónde comienza y termina ese espacio?) tecnologías de comunicación plantean en el ámbito de lo cultural a los latinoamericanos. Lo cual implica un doble movimiento: no volver a dejarnos enredar en el falso dilema —el sí o el no a las tecnologías es el sí o el no al desarrollo—, ya que ese dilema demostró más que suficientemente su falacia; y efectuar un desplazamiento que nos lleva de las tecnologías en sí mismas a sus modos de acceso, de adquisición, de uso: desplazamiento de su incidencia en abstracto a los procesos de imposición y dependencia, de dominación pero también de resistencia, de resemantización y rediseño.

1. EL SIMULACRO DE LA MODERNIZACIÓN TECNOLÓGICA

A partir del anterior panorama se hace más comprensible el desafío que implica pensar las *nuevas* tecnologías de comunicación. Ellas introducirían al fin en América Latina la contemporaneidad entre el tiempo de su producción en los países ricos y el tiempo de su consumo en nuestros países pobres: por primera vez las máquinas no nos llegan de “segunda mano”. Pero esa contemporaneidad está tapando la

no contemporaneidad entre tecnologías y usos, entre objetos y prácticas. Es más, pienso que el modo de llegada y consumo de las nuevas tecnologías constituye un terreno privilegiado para la comprensión del alcance de una hipótesis que vengo trabajando hace algún tiempo a propósito de las matrices culturales de la massmediación. Se trata de la *no-contemporaneidad* entre los productos culturales que se consumen y el "lugar", el espacio social y cultural, desde el que esos productos son consumidos, mirados o leídos por las mayorías en América Latina². Miradas desde los países que las diseñan y producen, esas tecnologías representan la nueva etapa de un proceso *continuo* de aceleración de la modernidad que ahora realizaría un salto cualitativo del que ningún país puede estar ausente so pena de muerte económica y cultural. Mi hipótesis es que en América Latina la imposición acelerada de esas tecnologías ahonda el proceso de esquizofrenia entre la máscara de modernización, que la presión de los intereses transnacionales realiza, y las posibilidades reales de apropiación e identificación cultural. Se informatizan o mueren, nos gritan las transnacionales y sus secuaces de adentro. Y una vez más, en nombre de otros dioses no menos interesados que los antiguos —el capital en crisis necesita vitalmente descentralizar el consumo informático— nos vemos obligados a dejarnos civilizar, modernizar, a dejarnos salvar. Sólo que esta vez la modernización nos hará entrar (¿al fin?) en ese proceso definitivo de la simulación generalizada que la informatización implica como nuevo "equivalente general", como nuevo valor tanto de la economía política como de la economía cultural.

Las señas del proceso de *esquizofrenia* pueden rastrearse a muchos niveles, desde la más elemental cotidianidad hasta el de las grandes decisiones políticas y económicas. En una

investigación sobre los modos de comunicación de las obreras en una fábrica de confecciones de Cali encontramos, junto a la más sofisticada innovación de las máquinas, que el asiento usado por la obrera era el mismo que describían en su alegato las rebeldes obreras de Lyon en el siglo pasado, con la consiguiente inadecuación del cuerpo de la obrera y sus consecuencias sobre las malformaciones en la columna vertebral. A otro nivel, ahí está el *huevo semántico* desde el que las tecnologías importadas son consumidas al no poder ser referidas mínimamente a su contexto de producción, hueco que los habitantes de las culturas populares colman a su manera: semantizándolo desde el lenguaje de la religión o de la magia. Y de esa esquizofrenia hace parte la forma como dirigentes políticos y medios de comunicación acogieron la apertura en Bogotá por Jean-Jacques Servan Schreiber de un centro piloto de informática, ¿en qué se diferenciaba del deslumbramiento y las fascinación de las élites coloniales hacia lo europeo en el siglo pasado? Como lo muestran Mattelart y Schmucler³, los niveles alcanzados en cada país por la expansión tecnológica en el campo de comunicación son muy diferentes, pero la fascinación y el encandilamiento son muy parecidos: no sólo en las capitales, también en las ciudades de provincia se comienza a sentir una necesidad compulsiva de microcomputadores y videograbadoras, de videotextos y de telejuegos.

En dos cuestiones me parece cifrarse las preguntas de fondo que las nuevas tecnologías de comunicación nos formulan. La primera: tanto en la racionalidad que materializan, como en su modo de operación, esas tecnologías ponen en crisis la "ficción de identidad"⁴ que en la mayoría de nuestros países es la *cultura nacional*. Tal y como funcionan en América Latina, cualquiera de esas tecnologías —satélites,

bancos de datos, redes computarizadas de información, etc.— rebasa el nivel de lo nacional, y ello no sólo en el ámbito operativo sino en el de las decisiones, en el de las posibilidades de decisión económicas y políticas de su compra y de su puesta en marcha. Atención, porque lo que esta cuestión nos plantea no es la mera actuación de las transnacionales o la del omnisciente y ubicuo imperialismo. Se trata más bien del inicio de una nueva configuración cultural, de la articulación de las identidades a partir de una racionalidad tecnológica que se constituye en motor de un proyecto de nueva sociedad.

Configuran ese proyecto dos rasgos claves: la progresiva abolición de lo político y su reemplazo por una tecnología social que transforma la organización del poder. El primero ha sido lúcidamente descrito por Norbert Lechner mostrando cómo la racionalidad informática —acumulación más clasificación— tiende a una reducción progresiva de la ambigüedad en búsqueda de una univocidad que deja sin sentido cualquier contradicción o conflicto. Frente a eso la racionalidad política tiende, inversamente, a la asunción de la opacidad que constituye la conflictiva y cambiante realidad de lo social. Y ello a través de un incremento de la red de mediaciones y de una lucha por la construcción del sentido de la convivencia social. La nueva nacionalidad configura así una concepción radicalmente instrumental de lo político: “si los problemas sociales son transformados en problemas técnicos habría una y sólo una solución. En lugar de una decisión política entre distintos objetivos sociales posibles, se trataría de una solución técnico-científica acerca de los medios correctos para lograr una finalidad prefijada. Para ello es posible prescindir del debate público, pues no cabe someter un hecho técnico o una ‘verdad científica’ a

votación. El ciudadano termina reemplazado por el experto⁵. Y sobre esa transformación de las necesidades sociales en problemas técnicos se articulará la uniformación de los modos de concebir y organizar la producción paralizando progresivamente las disidencias y frenando la capacidad creadora de cualquier dinámica que escape al doble movimiento envolvente de la centralización de las decisiones y la atomización de la sociedad. La transferencia de tecnología habla, cada día más manifiestamente, no de la importación de aparatos sino de "modelos globales de organización del poder"⁶.

La crisis de lo nacional, que la transnacionalización tecnológica acelera —tanto como el revival de nacionalismo— no es únicamente latinoamericana, pero sí tiene en América Latina algunos rasgos propios, que arrancan del proceso dependiente y reflejo de formación de los Estados nacionales, y se expresa en la imposible articulación de la pluralidad cultural de los países en los proyectos nacionales de desarrollo. Las naciones se hicieron a costa de esa pluralidad que hoy vuelve a estallar en el resurgimiento de las identidades culturales negadas. Justamente en la medida en que "lo nacional" continúa significando el desconocimiento, cuando no la destrucción llana y simple, de las diferencias culturales e impidiendo la identificación del individuo con su etnia, su raza, su clase.

La segunda cuestión que nos plantean a los latinoamericanos las nuevas tecnologías de comunicación podría formularse así: al llevar la *simulación* en términos de Baudrillard al extremo, esas tecnologías hacen visible *el resto* no digerible, no simulable, que desde la alteridad cultural resiste a la homogeneización generalizada. Y lo que ese resto nombra no es nada misterioso o extraño, es la presencia actuante en

América Latina de *culturas populares*. Frente a Europa o los Estados Unidos donde, salvo excepciones, nombrar lo popular es nombrar lo masivo o el museo, lo popular en América Latina nombra aún un espacio de conflicto profundo y una dinámica cultural insoslayable. Al pretender barrer toda diferencia no serializable, la racionalidad tecnológica movilizaba resistencias que no se agotan en la disidencia contracultural o en la disfuncionalidad al modelo ya que esas resistencias configuran y prefiguran un modo de socialidad y de sociedad otra. Y entonces la no contemporaneidad no habla ya del *atraso* sino de una relación que para ser pensada y dicha necesita de otro paradigma. Pienso que el "realismo mágico" de la mejor literatura latinoamericana, más allá de la etiqueta con que anunciar el boom, nombra otra cosa: el choque cultural de hoy, el *mestizaje presente*. Es la no contemporaneidad dicha en positivo: frente a la razón burguesa separada del imaginario, la cultura popular los revuelve y mestiza oponiendo a la equivalencia general la diferencia y la ambigüedad fundamental de su propia existencia.

El cuestionamiento de las nuevas tecnologías de comunicación nos obliga así a analizar los diferentes registros desde los que ellas están remodelando las identidades culturales. Al impedirnos cualquier intento de fuga hacia el pasado, las tecnologías ponen en evidencia la fuerza que aún conserva la idealización indigenista y su postulación de una identidad anterior y exterior al conflicto que introduce el capitalismo en nuestros países, esto es la postulación de una *autenticidad* cultural cuyo sentido se hallaría atrás, abajo, en todo caso fuera del proceso y las dinámicas de la historia. Visión que, como lúcidamente plantea M. Lauer, mistifica lo indígena al dejarlo sin historia: "lo que avanza es lo que quita identidad, y lo que permanece la

conserva" convirtiéndolo en una categoría universal alterna, es decir una entidad metafísica, pues lo auténtico no se rescata más que en la historia de las transformaciones sociales que nos obliga a "percibir la permanencia de lo viejo allí donde parece estar lo nuevo, a saber distinguir lo nuevo radicalmente distinto bajo los ropajes de lo tradicional"⁷. Identidad tampoco rescatable desde un populismo para el que "popular" es el nombre de lo puro, esto es sin contradicciones ni complicidad. Ya que ese populismo ha mostrado suficientemente su vocación estatalista: acaba siempre "identificando la continuidad de lo nacional con la preservación del Estado"⁸ que es el guardián de esa pureza y esa autenticidad. Al igual que con "lo popular" en Gramsci no hay posibilidad de definir la identidad más que desde *los usos*, que articulan memoria y experiencia, desde *la posición relacional* en cuanto articulación histórica de diferencia y de conflicto⁹.

Apareció ya la palabra que nos coloca sobre el otro registro: el de la *diferencia*. Esto es las tecnologías en cuanto prolongación de lo que Muñiz Sodré llama la "operación antropológica"¹⁰ mediante la cual la verdad profunda de la otra cultura residiría en lo que aquélla tiene en común con la nuestra, ya que *lo otro* es siempre un avatar de *lo mismo*, o sea de la razón del antropólogo. Y ello por dos caminos: prolongando hasta hoy una concepción evolucionista de la diferencia cultural según la cual *lo otro* no puede ser más que *lo atrasado* frente a lo moderno, que es lo que va en la línea del progreso condensado en la racionalidad occidental; o aceptando una "lógica de la diferencia" según la cual toda alteridad es excluyente, que es la lógica según la cual el desarrollo nada tiene que ver con el subdesarrollo. Ciertamente el culturalismo sociológico ha redescubierto últimamente esa

lógica al elaborar una teoría de las relaciones interculturales sin dominación ni conflicto, sin complicidad ni seducción. Es curioso que al mismo tiempo las transnacionales descubran la rentabilidad de explotar las diferencias ya que, paradójicamente, una de las claves de la dinámica de los mercados y los gustos reside en exhibir la diferencia, pero desactivada de su capacidad de relación, es decir de cuestionamiento de lo mismo. Es la transformación de la diferencia en "distinción" y de lo étnico en lo típico¹¹. Y por ese camino las culturas otras acaban siendo reducidas a una *identidad refleja*: culturas que no valen más que en cuanto valorizan la Cultura con mayúsculas pues lo que nos constituye es precisamente lo que nos falta. Y lo que más nos falta hoy, y sin lo cual no habrá desarrollo, es precisamente Tecnología. Y no cualquiera sino la última, la más nueva, la que nos permite otra vez ahorrarnos el proceso y dar el salto hacia la nueva etapa de la humanidad.

La paradoja es fabulosa si no fuera sangrienta: en nombre de la *memoria electrónica* nuestros pueblos deberán renunciar a tener y acrecentar su propia memoria. Pues en la dicotomía entre atraso y modernidad la memoria popular pasa a significar aquello que no cuenta, pues no es *operativa*, y por tanto no aprovechable. Pero esa "no operatividad" de la memoria colectiva está denunciando la violenta reducción desde la que *opera* la memoria informática. Mientras la lógica instrumental trabaja con información pura y linealidad acumulativa, la *memoria cultural* trabaja con acontecimientos y experiencias, y por ello no acumula sino que filtra, porque está culturalmente "cargada": no es la memoria que podemos usar sino aquella de la que estamos hechos. Y que no tiene nada que ver con la nostalgia, pues su función en la vida de una colectividad no es la de hablar del pasado sino

la de dar continuidad al proceso de reconstrucción permanente de la identidad colectiva. Pero esa dialéctica de la memoria, operante en la narración popular¹² —en la que la calidad de la comunicación no es proporcional a la cantidad de información— se resiste a dejarse pensar con las categorías de la informática. Pero tampoco la memoria electrónica se gesta a sí misma, ya que necesita ser programada desde algún saber que, según el poco sospechoso informe NORAMINC, terminará moldeándose sobre las figuras del poder. Y el mismo informe saca la conclusión: “dejar a los bancos de datos americanos la responsabilidad de organizar esta memoria colectiva para contentarse con su utilización equivale a aceptar una completa alienación cultural”¹³.

La otra cara del proceso de mistificación, que opera con las tecnologías, nos la descubre el modo como las más nuevas le están llegando a las mayorías latinoamericanas: a través de los films de ciencia-ficción en el cine y la televisión. En esa mediación las tecnologías llegan espectacularizadas, convertidas en las nuevas estrellas de cine¹⁴ *fetichizadas*. Más allá del ingenio, la imaginación y la belleza plástica de algunos de esos films, se hace necesario enfrentar la seducción y descubrir cómo se está jugando con los géneros más específicamente populares —la epopeya o los de aventuras y de terror— para armar el imaginario de una nueva ciencia-ficción que saquea el pasado, la tradición de mitos de Oriente y Occidente, y nos lanza al futuro *olvidando*, escamoteando el pasado o disolviendo el presente. A través de las grandes producciones cinematográficas, o en dibujos animados para TV, las nuevas tecnologías no son sólo exhibidas fetichistamente sino *inocentadas* mediante un tratamiento que va del robot siempre bueno, o al servicio de los buenos, a la *estetización de la máquina de guerra*, tan bella como eficaz. De la

mano de los robots más que humanos de la *Guerra de las galaxias* o del ordenador de *Alien*, cuyo nombre es nada menos que "Madre", o de esa visión barata e insistente de las mil series galácticas de televisión, los sectores populares están siendo adaptados a las nuevas tecnologías en la actitud que más conviene a sus dueños: el fetichismo y la fascinación.

2. LOS MODOS DE USO COMO FORMAS DE RESISTENCIA

Desde el concepto de *efecto* las relaciones tecnología/cultura nos devuelven al fetiche: toda la actividad de un lado y mera pasividad del otro. Y lo que desde ahí se nos impide pensar, como en el análisis de los procesos de comunicación masiva, es la especificidad y la complejidad histórica de esos procesos. Desplazaremos entonces la mirada, o mejor el punto de vista, para interrogar la tecnología desde ese *lugar otro*: el de los modos de apropiación y uso de las clases populares¹⁵. Porque lo popular en América Latina se configura cada día con más fuerza como el lugar desde el que se hace posible comprender históricamente el sentido que adquieren los procesos culturales, tanto los que desbordan lo nacional "por arriba" desde el funcionamiento de los satélites a las tecnologías de informatización, como los que lo desbordan "por abajo" desde la multiplicidad de formas de resistencia regionales, étnicas, locales, ligadas a la existencia negada pero viva de heterogeneidad cultural. Lo que lo popular indica es el lugar de cruce de dos coordenadas fundamentales en el aquí y el ahora de América Latina: un *aquí* en el que las culturas populares dejan de remitir a un pasado mentirosamente idílico y a una pasividad que estaría

en su esencia, para descubrir su dinámica, su creatividad y conflictividad; y un *ahora* atravesado y desgarrado por la "no contemporaneidad" entre productos y usos, entre objetos y prácticas, pero una no contemporaneidad que no es mero atraso sino la brecha abierta en la modernidad por las culturas dominadas en su diferencia y en su resistencia.

Un modo de uso popular de una tecnología es el señalado por F. Fanon a propósito de la radio y su papel en la independencia de Argelia. Se trata de las dos formas como el pueblo argelino se apropió de una tecnología que en principio rechaza, precisamente por factores de incompatibilidad cultural, y la pone al servicio de su lucha de liberación nacional. Del lado de los emisores, los argelinos se ven interferidos sistemáticamente por un sabotaje al que deben hacer frente cambiando casi permanentemente de longitud de onda. El dominio de la técnica se convierte así en un terreno inmediato de lucha, de *la lucha por hacerse oír*. Del lado de los receptores "el auditorio se incorpora a la batalla de las ondas, y adivinando la táctica del enemigo, casi de manera física, muscular, neutralizaba la estrategia del adversario"¹⁶. La radio pierde así su pretendido carácter de técnica neutral y se convierte en campo de creatividad incluso técnica para unos emisores y unos receptores que tendrán que luchar a cada hora: los unos por hacerse oír y los otros por lograr escuchar. Y tanto lo uno como otro —una lucha con y a través de la tecnología— se transforma en batalla por la identidad de un pueblo construyéndose.

Otra experiencia de apropiación de la radio desde una perspectiva explícita de identificación cultural, pero ahora ya en América Latina, tiene lugar actualmente en Lima. Se trata de la aparición, en las emisoras comerciales, de un nuevo tipo de programación elaborado por, y dirigido a, las

diferentes comunidades inmigrantes en la capital¹⁷. Las emisiones se iniciaron en horarios fuera de la programación normal, y desde su comienzo tuvieron como contenido informaciones sobre lo que sucede en la región, actividades de la comunidad en la capital, propaganda de lo que ésta produce y todo ello articulado por música de la región y salpicado de felicitaciones de cumpleaños. Sin especialización de locutores ni de géneros, y en el lenguaje más coloquial, los grupos de inmigrados *se encuentran* dándose a través de la radio un espacio mínimo de identificación con el que hacer frente a la homogeneización brutal de la ciudad. Y en Lima también, y en un mercado de barrio pobre llevado por mujeres, se realiza otra experiencia de apropiación cultural de una tecnología, en este caso de la grabadora y un elemental equipo de altoparlantes, que me parece especialmente aleccionador. Normalmente la grabadora y los parlantes no eran usados sino por el administrador y ello para hacer publicidad. Pero con la colaboración de un grupo de comunicadores las mujeres vendedoras en el mercado comenzaron a utilizar la grabadora para hacer entrevistas entre las gentes del barrio, y después de una fiesta de aniversario del mercado, etc. Hasta que llegó la censura en la persona de la religión que dirige las actividades “sociales” del barrio, quien ridiculizó la ignorancia y condenó la osadía de las mujeres que se atrevían a hablar por los parlantes. Al día siguiente el grupo de mujeres más activas se dirigió a los comunicadores y les dijo: “Hemos descubierto que no sabemos hablar, y en eso la monja tiene la razón, pero hemos descubierto también que con ese aparato podemos aprender a hablar. Y queremos hacerlo puesto que sólo los que saben hablar son los que tienen derechos”. Y a partir de ese día las mujeres iniciaron la grabación de una radionovela en la que, en base del relato

verídico de una de ellas, están reconstruyendo la historia de cómo se vinieron a la ciudad. Y en la misma dirección va el uso que los chicanos hacen de la grabadora según lo observado por García Canclini. En el tiempo de las fiestas del pueblo de origen los grupos de chicanos compran una grabadora y le pagan el viaje a uno de ellos para que viaje desde los Estados Unidos al pueblo y grabe las canciones y relatos de ese año, y se los traiga para que el grupo pueda después escucharlo lejos de su pueblo. "Veo en las grabadoras, dice Canclini, una parte del ritual de la fiesta. Cómo tantos objetos ceremoniales son el recurso para apropiarse y conservar los símbolos de su identidad. Es claro que el medio usado, el lugar de donde lo traen y a donde lo llevan, revela cómo la identidad está modificándose"¹⁸.

Una reflexión *metodológica* para redondear esta idea. La cuestión de la identidad cultural en su relación con las nuevas tecnologías pasa en América Latina por una reubicación múltiple. Primero, de la cuestión de *lo nacional*, cuya reubicación pasa por la asunción de los cuestionamientos que vienen de lo transnacional —formatos y tecnologías— y de lo "regional", esto es, de las culturas populares. Segundo, *lo popular* no puede significar a este respecto ningún rezago de nostalgia ni de transparencia del sentido. Pensar las tecnologías desde lo popular no tiene nada que ver con la añoranza o el desasosiego frente a la complejidad tecnológica o la abstracción massmediática. Ni tampoco con la seguridad voluntarista acerca del triunfo final del bien. Porque las tecnologías no son meras herramientas dóciles y transparentes, y no se dejan usar de cualquier modo, son en últimas la instancia de *realización de una cultura*, y del dominio en las relaciones culturales. Pero el rediseño es posible, si no como estrategia al menos como *táctica*, en el sentido que le da

M. de Certeau: el modo de lucha de aquél que no puede retirarse a su lugar y se ve obligado a luchar en el terreno del adversario¹⁹. Y a este respecto la clave está en tomar el original extranjero como potencial a desarrollar, como *energía*²⁰, a partir de los requerimientos de la propia sociedad. Sin olvidar que a veces la única forma de asumir activamente lo que nos imponen será el antidiseño, el *diseño paródico* que lo inscribe en un juego que lo niega como valor en sí. Si el rediseño no podrá serlo en muchos casos del *aparato* sí podrá serlo de la función. Como lo hacen las mujeres limeñas al usar la grabadora ya no para escuchar lo que otros dicen sino para aprender ellas a hablar.

3. TECNOLOGÍA Y CULTURA: UNA RELACIÓN NECESITADA DE HISTORIA

Antes de entrar al terreno "propio", donde la relación tecnología/cultura puede hoy legitimar el más excluyente y exclusivo de los chantajes teóricos, permítanme nombrar el lugar desde el que hablo. Primero fue McLuhan haciendo de las tecnologías los protagonistas de los cambios más decisivos, luego los estructuralistas convirtiendo la cultura toda en comunicación (o al revés si prefieren) y finalmente los postmodernos desencantando lo poco que quedaba de sentido para quedarse sólo con información. Del lado Sur, del subdesarrollado Sur, la comunicación aún anda sin embargo cargada de significación y enredada a la cultura, sobre todo a la cotidiana. De ahí que aún hablemos —¿anacrónicamente?— de tecnologías de *comunicación*, y no podamos hablar de ellas sin referirnos a los miedos y a las esperanzas de la gente, a los imaginarios colectivos y a los proyectos de

sociedad. Ir más allá de las generalizaciones y los tópicos con que suele tratarse el "impacto" de las tecnologías sobre la cultura nos va a exigir reescribir la historia, como ha sucedido con el movimiento *luddita* en los inicios de la revolución industrial, y en el caso de América Latina distinguir dos etapas y dos procesos claves: el proceso de *modernización* de los años '30/'50, y el de *desarrollo* de los años '60/'70.

Hubo a comienzos del siglo XIX en Inglaterra un movimiento obrero que marcó el rechazo de una tecnología por la clase popular. Se trata del movimiento *luddita*, movimiento que ha pasado a la historia con una imagen caricaturesca elaborada por la derecha pero que los historiadores de izquierda se tragaron también hasta hace poco: la de que fue la ignorancia, mezclada con prejuicios religiosos, la que impulsó a los obreros a destruir las máquinas de trabajo, concretamente los telares mecánicos. Un cambio radical del punto de vista ha permitido a E. P. Thompson —uno de los primeros historiadores en asumir la cultura popular como integrante fundamental de la historia del movimiento obrero— reescribir esa historia. En la que nos enteramos de que los organizadores del movimiento *luddita* no fueron los obreros "más primitivos" sino al revés los más instruidos y calificados, aquellos mismos que continuaron su movimiento para librar después la primera batalla por la jornada de diez horas. Y no fueron prejuicios religiosos los que motivaron la destrucción de las máquinas sino una percepción anticipada de la relación entre las nuevas máquinas y las nuevas relaciones sociales, entre el formato del dispositivo mecánico y la organización del trabajo en factoría, con la consiguiente destrucción de su organización del tiempo y la cotidianidad en función de una acumulación de riqueza no precisamente

para ellos. Se pregunta Thompson “¿por qué clase de alquimia social las innovaciones técnicas para ahorrar trabajo se convirtieron en máquinas de empobrecimiento?” —y añade—, “se da el caso de que las medias estadísticas y las experiencias humanas llevan direcciones opuestas. Un incremento per cápita de factores cuantitativos puede darse al mismo tiempo que un gran trastorno cualitativo en el modo de vida del pueblo, en su sistema de relaciones tradicionales y en las sanciones sociales”²¹. ¿Qué de extraño puede tener entonces que los obreros vieran en las máquinas no la causa misteriosa sino el símbolo de las nuevas formas de explotación y sufrimiento?

En América Latina el proceso de *modernización* estuvo ligado en sus comienzos a las transformaciones económico-políticas, pero desde los años '60 la *transferencia tecnológica* va a condensar el cambio de sentido de la modernización. En los años '30 modernización significa la adecuación de las economías de los países latinoamericanos a las exigencias del mercado mundial, adecuación que a su vez se produce mediante la sustitución de importaciones sólo posible en base a la organización de mercados nacionales. En la organización del mercado van a jugar un rol fundamental las tecnologías de comunicación: las carreteras y los ferrocarriles, el telégrafo, la radio y el teléfono. Pues hacer un país es algo más que posibilitar que lo que se produce en una región llegue a otras, o que lo producido en cada región llegue a los puertos para ser exportado, es también proyecto político y cultural. El concepto de modernización que sostiene el proyecto de construcción de naciones modernas en los años '30 articula un movimiento económico —entrada de las economías nacionales a formar parte del mercado internacional— a un proyecto claramente político: constituir las naciones

mediante la creación de una cultura y un *sentimiento nacional*. El sentido cultural de las tecnologías de comunicación remite entonces a la aparición en la escena social de las masas urbanas, ya que esas masas son el contenido del nuevo sujeto de lo social que es lo nacional²². La visibilidad de las masas urbanas reside en la presión de sus demandas: lo que ha sido privilegio de unas minorías en el plano del hábitat o de la educación, de la salud o la diversión, es ahora reclamado como derecho de las mayorías, de todos y cualquiera. Y no es posible hacer efectivo ese derecho al trabajo, a la salud o a la educación sin *masificarlos*, esto es, sin hacer estallar la vieja configuración estamentaria de la sociedad y del Estado. Masificar es en ese momento darle acceso social a las masas, responder a sus demandas²³. Y es justamente en la formulación de esas nuevas demandas sociales, en su encuentro con el discurso nacional-popular, que van a jugar un papel clave las nuevas tecnologías de comunicación de ese momento: la radio en todos los países, y en algunos el cine. Ellas van a hacer posible la emergencia de un nuevo lenguaje y de un nuevo discurso social, el discurso popular-masivo. El proyecto nacional, en cuanto superación de la fragmentación regional, va a estar mediado primordialmente por aquel discurso que hacen posible la escuela y los medios de comunicación. La *radio* posibilitando el paso de las culturas rurales, que eran aún las de las mayorías, a la nueva cultura urbana sin abandonar por completo ciertos rasgos de su cultura oral. Lo nacional fue en ese tiempo una experiencia peculiar: la de descubrirse habitantes de un país más ancho y grande que se comparte con otras regiones. Fue eso aunque también el inicio de destrucción de esa pluralidad. Por su parte *el cine* hace nación al teatralizarla²⁴, haciendo que lo que durante mucho tiempo había sido sinónimo

de vulgar, de chabacano, apareciera como elemento configurador de la "idiosincrasia nacional".

La idea que le da forma a la segunda etapa es la de *desarrollo*. ¿Qué cambios introduce? Si la idea de modernización vehiculaba un proyecto eminentemente político, la de desarrollo plasmará sobre todo un proyecto *económico*: la de un crecimiento económico a cuyo servicio estarán las reformas del Estado y de la sociedad. A finales de los años '50 el proyecto populista ha hecho crisis: la radicalidad de las demandas sociales exigía su transformación en uno revolucionario y al no poder seguir vivo sin radicalizarse el populismo agota su propuesta. En su reemplazo aparece otra, *la desarrollista*, aquella según la cual si estos países son pobres no es por falta de justicia social sino porque *no producen*. Para poder repartir —justicia— hay primero que producir. Lo que coloca a la democracia política en situación subsidiaria en relación al crecimiento económico²⁵. El desarrollismo resulta diciéndonos que ya está bien de reformas sociales y de política, lo que necesitamos es una *concepción técnica* de los problemas. De ahí que ese momento sea el más álgido en la *difusión de innovaciones*, pues es de la transferencia de tecnología avanzada de la que se espera la solución a los problemas del subdesarrollo.

¿Cuál es el papel que van a cumplir ahí las tecnologías de comunicación y en especial la "nueva", la televisión? Para responder a esa pregunta hay que situarla en relación con los cambios que el desarrollismo introduce en la mediación ejercida hasta entonces por el Estado. En la etapa populista el Estado era la encarnación visible del pacto social. Ahora ya no, ahora el Estado debe ser una instancia técnico neutral que ejecute los imperativos del desarrollo²⁶. Conservando la retórica del "servicio social" los medios de comunicación

son puestos en manos de la empresa privada. Cambian las funciones del Estado y cambia también el sentido de lo masivo. Pues mientras en la etapa populista lo masivo aludía a la presencia social de las masas, a la presencia de las masas llenando las calles, dejando pequeños los hospitales y las escuelas, ahora lo masivo se hallará únicamente referido al mundo de *los medios*. Y con ellos será confundida la comunicación. Es el mensaje de la OEA: el mejor índice de desarrollo de estos pueblos es el desarrollo de sus medios de comunicación. La comunicación medida del desarrollo: "sin comunicación no hay desarrollo". Una comunicación medida en número de ejemplares de periódicos, de receptores de radio y de televisión²⁷. Ahora ya podemos responder la pregunta sobre el sentido de las tecnologías en el nuevo proyecto. Si la radio y el cine fueron, en el proceso de gestación de una cultura nacional, en alguna medida y a su manera, receptivos a la diversidad cultural de estos países, con la llegada de la Televisión asistimos a la puesta en función de otro modelo regido por la tendencia a *la constitución de un solo público*. Un modelo que tiende a la unificación de la demanda mediante un imaginario de consumo que ya no es nacional sino explícita y descaradamente *transnacional*. Lo cual supone proponer un solo modelo de desarrollo para todos los países y para todo el país. Un modelo para el que las diferencias se tornan en obstáculo. Y un segundo mecanismo fundamental, sobre el que se organiza el modelo que rige la televisión: la tendencia a *confundir la realidad con la actualidad*. Dispositivo de contemporización, de sumisión de las diversas temporalidades de que está hecha América Latina a un solo tiempo: el de la actualidad, en cuanto tiempo único de medida de la productividad. Y frente a las *anacronías*, los destiempos, que atraviesan la realidad cultural

de estos países, la televisión nos moldeará obturando la memoria y unificando las hablas y los gestos como condición básica de desarrollo.

4. MUTACIONES CULTURALES: UNA TOPOGRAFÍA MOVEDIZA

Lo que de *nuevo* traen las “últimas” tecnologías de comunicación hay que estudiarlo *en relación* al movimiento de lo social y no sólo al de la innovación tecnológica. Lo verdaderamente nuevo es la etapa en que entramos, y en la que las tecnologías —telemática, parabólica, videodisco, TV-cable, fibra óptica— operan activamente sobre una realidad socioeconómica que las demanda y diseña secretamente.

Quizá el más socorrido de los *impactos* sea el que Brzezinski²⁸ ha denominado “la nueva conciencia planetaria”: el surgimiento de un nuevo tipo de conciencia que supera/trasciende las culturas particulares, las tradiciones e identidades nacionales. Pienso que la contradicción se sitúa en primer lugar a nivel de lo que significa ese *superar*. Pues es cierto que los hombres parecen estar en camino de vencer las barreras que alza la postulación de una identidad excluyente, que ha servido innumerables veces para tapar con retórica la ineficacia y la mediocridad, el repliegue para no enfrentar los retos. Bienvenida una nueva conciencia que pone en crisis aquel nacionalismo retórico e incapaz de asumir la diversidad, la pluralidad de que están hechas nuestras sociedades nacionales. Pero, ¿en qué medida esa “conciencia planetaria” se piensa a sí misma como *síntesis* hegeliana de las verdades culturales de todas las culturas que *supera* en la idea... pero que en la realidad destruye? ¿En qué medida

esa superación no forma parte de una *nueva* racionalización, justificación de una transnacionalización con derecho a destruir la riqueza cultural de este planeta en la misma forma en que está destruyendo su riqueza ecológica? Y entonces la nueva conciencia podría estarse convirtiendo en la forma más "avanzada" de suicidio cultural.

De otro lado, las nuevas tecnologías de comunicación están trastornando la *economía del tiempo*. Durante siglos los cambios fueron lentos, muy lentos, de manera que una generación tenía "tiempo" de contárselos a la siguiente. Nosotros estamos viviendo la entrada en otro régimen de tiempo que forma parte de esa conciencia planetaria también contradictoriamente. La aceleración de los cambios hace parte del movimiento de la comunicación —la instantaneidad de la información posibilita una nueva rentabilidad y una transformación de las relaciones posibles, multiplicándolas— pero también nos conduce a una actualidad histórica que desvaloriza cualquier otro tiempo. Ya sea el tiempo de la historia —la información noticiosa, o la noticia informatizada, obturando la memoria hasta aplastar lo actual contra su fetiche, induciendo la desaparición misma del tiempo como contexto vivo de los hechos²⁹, o el tiempo de las culturas, sus ritmos, sus temporalidades diferentes: el tiempo de las culturas indígenas, de las culturas negras, de las culturas occidentales y el tiempo de sus mestizajes.

También la *topología de la participación social y política* se está viendo trastornada por las innovaciones tecnológicas. ¿En qué dirección? Según unos, haciendo posible una descentralización radical, dotando tanto a los individuos como a los grupos de una capacidad de respuesta que antes nunca tuvieron, empujando la interacción y la posibilidad de intervenir desde todos los puntos en la toma de decisiones, en

una palabra renovando la sociedad civil y la participación democrática. Según otros, lo que las nuevas tecnologías de comunicación procuran son más sofisticadas formas de centralización y de control social poniéndonos al borde de un más blando pero también más irresistible fascismo. Ahí estaría la información suministrada para que los hijos sean aceptados en el colegio convirtiéndose años después, y en manos de las autoridades policiales, en indicios de desviación. O la información recogida por las tarjetas de crédito posibilitando el chantaje a la intimidad. O la imposibilidad de cambiar de trabajo sin verse perseguido por la información acumulada, diseminada. O la abundancia y manipulación de las encuestas sustituyendo a, haciendo las veces de, una verdadera opinión pública. Entre el optimismo vacío y la paranoia caben sin duda aquellas preguntas que ponen en relación las virtualidades de la tecnología con sus usos sociales, esto es con los “manuales de uso” que ellas conllevan materializados en los hábitos y las tendencias de nuestras sociedades³⁰. Apostar por un salto adelante, por un cambio desde las tecnologías mismas sin referencia a esos hábitos sociales sería paradójicamente el más craso de los voluntarismos y de la mala fe política.

Lo que las nuevas tecnologías ponen al descubierto parecería ser el desfase entre la nueva era “de la información” —resultado de la revolución electrónica— y la vieja organización social y política aún moldeada sobre los restos de la revolución industrial. Nos hallamos entonces ante la crisis última del modelo político liberal y de sus dos dispositivos claves: el Estado nacional y el espacio público no deducible de, ni reductible a, los intereses privados³¹. Al hallarse ligadas “desde dentro” a la forma nueva de transnacionalidad del capital, las nuevas tecnologías afectan la forma y las

funciones de los Estados nacionales. No tanto por el tamaño de las inversiones que requiere su implantación sino, sobre todo, por el ámbito de su operación. Si hubo un tiempo en que un tractor no era rentable más que para un número determinado de hectáreas, ahora nos encontramos con unas tecnologías cuyo espacio de operación *adecuada*, que es otro modo de decir rentable, rebasa por entero lo nacional. Y si a esa condición la ponemos en relación con la situación de deuda externa de los países latinoamericanos nos encontramos frente al círculo de esa condición: las presiones económicas convertidas en opción tecnológica que a su vez se traduce en chantaje político. Lo que, como afirma Roncagliolo, ya no puede ser pensado en términos de imperialismo pues es un modelo político, y no sólo económico, el que está siendo internacionalizado³². Un modelo que recorta día a día más la capacidad de decisión de los Estados nacionales en el diseño del desarrollo de los países. En respuesta a lo cual la defensa de las soberanías nacionales pasa a ser un problema a enfrentar *como región* latinoamericana. El acoso tecnológico se torna así llamada a la construcción de un ámbito de autonomía desde donde sea posible pensar hoy tanto la implantación "racional" de tecnologías como la defensa de las soberanías nacionales.

Pero el acoso al Estado le viene también de dentro de "la creciente incapacidad, según Hamelink, para distinguir entre los ámbitos públicos y privado"³³, y de la desocialización de lo público³⁴. El "viejo" y fundamental concepto de "servicio público" parecería estar perdiendo sentido al ritmo de una privatización acelerada de todo aquello que se consideraba por derecho, *público*: desde el transporte urbano a la educación. El caso de la televisión en Europa es bien elocuente: se privatiza en Italia y está en proceso en Francia y

España. Y lo más paradójico: esa privatización se lleva a cabo por gobiernos presididos por socialistas. Como si la superación de la crisis económica estuviera ligada indisolublemente a la dinámica de la privatización, como si en el área de las comunicaciones el avance pasara irremediadamente por la “superación” de la vieja idea de un espacio público. Lo que en ese movimiento se estaría perdiendo es, según Richeri³⁵, la identidad misma de los medios de comunicación. Pues lo que pasa en los medios, y especialmente en la televisión, cada vez parece tener menos relación con su identidad comunicativa y más con el hecho tecnológico en sus posibilidades de reconversión industrial, esto es, las tecnologías de comunicación como nuevo espacio de inversión del capital en crisis. La innovación en el ámbito tecnológico no es acompañada ni de lejos por la innovación en la programación, los *usos sociales* de las potencialidades nuevas no parecen interesar en absoluto a los productores y programadores. A lo que viene a unirse el carácter *transversal* de las nuevas tecnologías, esto es la forma en que se inscriben en la cotidianidad afectando el funcionamiento de la sociedad civil. Pues ya no afectan la vida cotidiana desde algún punto en especial sino que se instalan en todos, la afectan desde todos —el trabajo, la escuela, el hospital, la administración— creando una red electrónica que como “nuevo tejido” vendría a suplir las viejas formas de asociación social. Una amiga desde Brasil me escribe: “El derecho a la representación política puede estar comenzando a morir en este país. Un Estado que teme el fortalecimiento de la sociedad civil ha conseguido promover la ruptura: la relación entre Estado y nación se hace cada vez más a través de los nuevos medios de comunicación y no de los partidos ni de los movimientos sociales. Es algo que yo

conocía en los Estados Unidos pero todavía no había visto en ningún país de América Latina"³⁶.

La disolución del modelo *masivo* de comunicación sería otro de los grandes avances operados por la innovación tecnológica. Se acabó la imposición de una programación homogénea, ahora cada grupo y cada individuo va a poder armarse su propia programación. El servicio informativo y cultural vía medios ya no nos obligará al menú del día, nos ofrecerá un menú a la carta. El hecho está ya ahí en forma de videograbadoras, de suscripción al cable televisivo y de la doble vía que posibilita la fibra óptica. Alguien tan poco apocalíptico como Richeri al mirar esa explosión desde la dinámica de la cultura descubre "la disolución de un horizonte cultural común a una sociedad (...) con importantes riesgos para la unidad política y cultural de un país ya que supone la ausencia de un lugar de representación de la sociedad compartido a nivel de masas"³⁷. Disolución que se realiza tanto en el plano de la *fragmentación* de los públicos, por la multiplicación de los canales, como en el de la *segmentación* de los consumos mediante una suscripción particular al cable, y el de la *individualización* de la demanda a los bancos de datos.

En la perspectiva de la fragmentación cultural que las nuevas tecnologías empujan quizá merezca la pena repensar algunas de las críticas al "viejo" modelo masivo de comunicación que está en trance de desaparecer. Porque si aquel modelo tendía a homogeneizar los gustos al mismo tiempo nos obligaba a encontrarnos con el "mal gusto" de los otros, a saber que existía, a tener que contar con él. Para todos aquellos que abominan de las telenovelas o la lucha libre en la televisión, el hecho de tener que *encontrarse* con ese otro universo cultural significa al menos la imposibilidad de

encerrarse en el propio. Ahora, los nuevos dispositivos de fragmentación y especialización van a hacer posible un aislamiento mucho mayor: cada cual, de acuerdo con sus posibilidades económicas, va a poder encerrarse con sus saberes y sus gustos sin tener que enfrentarse en lo más mínimo a la interpelación cultural de los otros. Y la demanda social de comunicación va a poder ser así confinada y reducida a la venta de información.

NOTAS

1. J. Martín-Barbero, "Euforia tecnológica y malestar en la teoría", *DIALOGOS de la Comunicación*, N° 20, Lima, 1988.

2. J. Martín-Barbero, *Apuntes para una historia de las matrices culturales de la massmediación*, Ipal, Lima, 1987, p. 2.

3. A. Mattelart y H. Schmucler, *América Latina en la encrucijada telemática*, Paidós, Barcelona, 1983.

4. Sobre esa ficción ver C. Monsiváis, "Notas sobre el Estado, la cultura nacional y las culturas populares", en *Cuadernos políticos*, N° 30, México, 1981.

5. N. Lechner, "Para un análisis político de la información", *Crítica y utopía*, N° 7, Buenos Aires, 1982.

6. A. Mattelart y H. Schmucler, obra citada, p. 13.

7. M. Lauer, *Crítica de la artesanía. Plástica y sociedad en los Andes peruanos*, Desco, Lima, 1982, pp. 112. y 119.

8. N. García Canclini, "Lo nacional y lo popular en las políticas culturales", *Chasqui*, N° 7, Quito, 1983, p. 7 y ss.

9. Para un tratamiento sistemático de la construcción gramsciana del concepto de "lo popular" ver A. M. Cirese, "Intelectuales, folklores e instinto de clase", en *Ensayos sobre las culturas subalternas*, Cuadernos de la Casa Chata, México, 1980.

10. Muñiz Sodré, *A verdade seduzida. Por un conceito de cultura no Brasil*, Codecri, Río de Janeiro, 1983, p. 32 y ss.

11. N. García Canclini, "La unificación mercantil: de lo étnico a lo típico", en *Las culturas populares en el capitalismo*, Nueva Imagen, México, 1982, pp. 126-133.

12. J. Martín-Barbero, "Memoria narrativa e industria cultural", *Comunicación y Cultura*, N° 10, México, 1983.
13. Editado por el Fondo de Cultura Económica con el título *La sociedad de la información*, México, 1980, p. 68.
14. R. Gubern, "Fascinación tecnológica o apocalipsis de la sociedad industrial", *Papeles de comunicación*, N° 1, Madrid, 1982.
15. J. Martín-Barbero, "Comunicación pueblo y cultura en el tiempo de las transnacionales", en M. de Moragas, *Sociología de la comunicación de masas*, vol. IV, Gustavo Gili, Barcelona, 1985, pp. 165-183.
16. F. Fanon, "Aquí la voz de Argelia...", en Ll. Basset (Ed.), *De las ondas rojas a las radios libres*, pp. 72-96.
17. R. M^a Alfaro, *De la conquista de la ciudad a la apropiación de la palabra*, Tarea, Lima, 1987.
18. N. García Canclini, *Las culturas populares en el capitalismo*, obra citada, p. 86.
19. M. de Certeau, *L'invention du quotidien. Arts de faire*, obra citada, p. 2.
20. L. D'Alessio, "Desin/Re-sing", en *Através*, São Paulo, 1982.
21. E. P. Thompson, *La formación histórica de la clase obrera*, Laya, Barcelona, 1972, vol. II, p. 39.
22. J. C. Portantiero, "Lo nacional-popular y la alternativa democrática en América Latina", en *América Latina '80*, Desco, Lima, 1981.
23. J. L. Romero, *Latinoamérica: las ciudades y las ideas*, el capítulo "Las ciudades masificadas", Siglo XXI, México, 1976, pp. 319-390.
24. C. Monsiváis, "Notas sobre la cultura mexicana en el siglo XX", en *Historia general de México*, vol. IV, El Colegio de México, México, 1996.
25. E. Faletto, "Estilos alternativos de desarrollo y opciones políticas", en *América Latina: desarrollo y perspectivas democráticas*, Flacso, Costa Rica, 1982, p.119 y ss.
26. C. Mendes y otros, *El mito del desarrollo*, Kairós, Barcelona, 1977, p. 133 y ss.
27. Muñiz Sodré, *O monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil*, Vozes, Petrópolis, 1981.
28. Z. Brzezinski, *La era tecnocrática*, Sudamericana, Buenos Aires, 1972.
29. F. Reyes Matta, *Planificación y periodismo: diseño de pautas alternativas*, Ilet, Santiago de Chile, 1985.
30. N. Casullo y otros, *Comunicación: la democracia difícil*, Ilet, Buenos Aires, 1986.
31. Un texto clave para poner en perspectiva histórica la transformación de la esfera de lo público: J. Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, Gustavo Gili, Barcelona, 1981.
32. R. Roncagliolo, en *Comunicación transnacional: conflicto político y cultural*, Desco, Lima, 1982, p. 27 y ss.

33. C. Hamelink, en *La era teletinformática*, p. 59.
34. M. Mattelart, *La culture contre la démocratie?*, La Découverte, París, 1984, p. 59 y ss. Edición en español: *¿La cultura contra la democracia?*, Editorial Mitre, Barcelona, 1985.
35. G. Richeri, (Ed.), *La televisión: entre servicio público y negocio*, Gustavo Gili, Barcelona, 1983, p. 17 y ss.
36. Correspondencia personal.
37. G. Richeri, en "Nuevas tecnologías e investigación sobre las comunicaciones de masa", en *Sociología de la comunicación de masas*, vol. IV, p. 77, obra citada.

SEGUNDA PARTE

AÑOS '90:
PENSAR LA SOCIEDAD DESDE LA
COMUNICACIÓN

I. ITINERARIOS DE LA INVESTIGACIÓN

“Debemos realizar un acto de violencia: obligar a que el mundo tome en consideración cuestiones de las que ha sido inconsciente y rechazar o evitar que esta inconsciencia del mundo haga de él algo distante e incommunicado para nosotros. El intento de comunicar contravendrá su propósito. En este proceso de conversión forzada reproduciremos la esperanza de la comunicación más remota”.

ZIGMUN BAUMAN

Pensar la comunicación en América Latina es, cada día más, una tarea de envergadura antropológica. Pues lo que ahí está en juego no son sólo desplazamientos del capital e innovaciones tecnológicas sino hondas transformaciones en la cultura cotidiana de las mayorías: cambios que sacan a flote estratos profundos de la memoria colectiva al mismo tiempo que movilizan imaginarios fragmentadores y deshistorizadores. Cambios que nos enfrentan a una acelerada desterritorialización de las demarcaciones culturales y a desconcertantes hibridaciones en las identidades. Y por más escandaloso que nos suene es un hecho que las masas en América Latina se están incorporando a la modernidad no de la mano del libro, no siguiendo el proyecto ilustrado, sino desde los formatos y los géneros de las industrias culturales del audiovisual. Y esa transformación de la sensibilidad, no a

partir de la cultura letrada sino de las culturas audiovisuales, nos plantea algunos retos graves. Empezando por el de aceptar que las mayorías se apropian de la modernidad sin dejar su cultura oral, transformándola en una *oralidad secundaria*, esto es gramaticalizada por los dispositivos y la sintaxis de la radio, el cine y la televisión. El reto que esa transformación cultural implica deja obsoletos tanto los populistas como los ilustrados modos de analizar y valorar. Pero a no ser que cerrando los ojos creamos detener el movimiento de lo social nos va a quedar bien difícil seguir tachando de inculta una sensibilidad que desafía nuestras nociones de cultura y de modernidad, y desde la que están transformándose los modos de ver, de imaginar y de narrar, de sentir y de pensar. Ese es el escenario en que se colocan hoy las relaciones entre comunicación y cultura: el de la desestructuración de las comunidades y la fragmentación de la experiencia, el de la pérdida de la autonomía de lo cultural y la mezcolanza de las tradiciones, el de la emergencia de nuevas culturas que desafían tanto a unos sistemas educativos suicidamente incapaces de hacerse cargo de lo que los medios masivos significan y son culturalmente, como a unas políticas culturales dedicadas aún mayoritariamente a difundir y conservar.

1. COMUNICACIÓN:
CAMPO ACADÉMICO Y PROYECTO INTELECTUAL

“La difícil y nunca consolidada constitución disciplinaria del estudio de la comunicación, que tantas desventajas ha acarreado a sus practicantes, es precisamente la condición de posibilidad de su nuevo desarrollo. No haber tenido la posibilidad en América Latina de haberse convertido en una ‘ciencia normal’ como diría Kuhn, es lo que ahora proporciona la movilidad necesaria para seguir persiguiendo su objeto y *generando socialmente sentido sobre la producción social del sentido* (...) conservando el impulso crítico y utópico que ha caracterizado a este campo en América Latina”.

RAÚL FUENTES

En el proceso de construcción y apropiación teórica del campo de la comunicación en América Latina hubo un tiempo en que la *politización* condujo a hacer gravitar el campo todo sobre la cuestión de la ideología, convirtiéndola en el dispositivo totalizador de los discursos legítimos. En los últimos años los estudios de comunicación experimentan una tentación análoga al transformar la relación comunicación/cultura en otra forma de totalización. En la conformación de esa tendencia están pesando decisivamente las inercias ideológicas y las modas académicas. Se nos hace difícil “vivir” sin las seguridades que ofrecían los grandes paradigmas globalizadores, y la tentación sigue siendo aún fuerte de disolver las tensiones enunciadas en los conceptos convirtiendo en un mero tema, neutro y aséptico lo que son conflictivas

pistas de investigación y esfuerzos de conexión con las contradicciones sociales.

Los que trabajamos en la doble frontera de la comunicación/cultura y de la investigación/docencia nos vemos últimamente expuestos a un montón de malentendidos, y a dos especialmente graves: de un lado, parecería que no hay forma de *tomarse en serio la cultura* sin caer en el culturalismo que deshistoriza y despolitiza los procesos y las prácticas culturales; del otro, pensar la comunicación desde la cultura implicaría irremediablemente salirse del terreno “propio” de la comunicación, de su ámbito teórico específico. La respuesta al primer malentendido se halla en la explicitación de las mediaciones que articulan los procesos de comunicación con las diferentes dinámicas que estructuran la sociedad desde las económicas y políticas hasta aquella que estructura el campo en que se inserta la comunicación, la cultural. Comprensión que supone la desconstrucción del concepto de cultura para develar los entrecruzamientos y cambios de sentido —las clandestinas y paradójicas oposiciones y convivencias entre concepciones actuales y superadas pero que sobreviven tenazmente aferradas a las más avanzadas—, así como también el movimiento de las posiciones y los proyectos políticos. Pues “sabemos que la lucha a través de las mediaciones culturales no da resultados inmediatos y espectaculares, pero es la única garantía de que no pasemos del simulacro de la hegemonía al simulacro de la democracia: evitar que una dominación derrotada resurja en los hábitos cómplices que la hegemonía instaló en nuestro modo de pensar y relacionarnos”¹. Sobre el segundo malentendido, retomaré lo escrito hace poco: pensar la comunicación desde la cultura es hacer frente al *pensamiento instrumental* que ha dominado el campo de la comunicación desde su nacimiento,

y que hoy se autolegitima apoyado en el optimismo tecnológico al que se halla asociada la expansión del concepto de información. Lo que ahí se produce no es entonces un abandono del campo de la comunicación sino su desterritorialización, un movimiento de los linderos que han demarcado ese campo, de sus fronteras, sus vecindades y su topografía, para diseñar *un nuevo mapa de problemas* en el que quepa la cuestión de los sujetos y las temporalidades sociales, esto es la trama de modernidad, discontinuidades y transformaciones del sensorium que gravitan sobre los procesos de constitución de los discursos y los géneros en que se hace la comunicación colectiva.

Pero si nos estamos planteando esos malentendidos no es para resolverlos académicamente sino para poder pasar del problema de la legitimidad teórica del campo de la comunicación a una cuestión distinta: la de su *legitimidad intelectual*, esto es la posibilidad de que la comunicación sea *un lugar estratégico desde el que pensar la sociedad* y de que el comunicador asuma el rol intelectual. Es ahí adonde apunta en último término la perspectiva abierta por el paradigma de la mediación y el análisis cultural, a la pregunta por el *peso social* de nuestros estudios y nuestras investigaciones, a la exigencia de repensar las relaciones comunicación/sociedad y de redefinir el papel mismo de los comunicadores. De no ser así la expansión de los estudios de comunicación e incluso su crecimiento y cualificación teórica pueden estarse nos convirtiendo hoy en una verdadera coartada: aquella que nos permite esconder tras el espesor y la densidad de los discursos logrados nuestra incapacidad para acompañar los procesos y nuestra dimisión moral.

A más de uno le escandalizará la propuesta de que el comunicador se asuma como intelectual. Después de todo

el esfuerzo puesto en nuestras escuelas para asumir la dimensión productiva de la profesión, ¿no estaríamos devolviéndonos a la época en que se confundía el estudio con la denuncia? Y bien, no. Lo que estamos proponiendo es que en la medida en que el espacio de la comunicación se torna cada día más estratégico, decisivo para el desarrollo o el bloqueo de nuestras sociedades —como lo revela la espesa relación entre información y violencia, la incidencia de los medios en la legitimación de los nuevos regímenes autoritarios, así como en los procesos de transición a la democracia, y de las nuevas tecnologías en la reorganización de la estructura productiva, de la administración pública e incluso en la “estructura” de la deuda externa— se hace más nítida la demanda social de un comunicador capaz de enfrentar la envergadura de lo que su trabajo pone en juego y las contradicciones que atraviesan su práctica. Y eso es lo que constituye la tarea básica del intelectual: la de luchar contra el acoso del inmediatismo y el fetiche de la actualidad poniendo contexto histórico y una distancia crítica que le permita comprender, y hacer comprender a los demás, el sentido y el valor de las transformaciones que estamos viviendo². Frente a la crisis de la conciencia pública y la pérdida de relieve social de ciertas figuras tradicionales del intelectual es necesario que los comunicadores hagan relevo y conciencia de que en *la comunicación* se juega de manera decisiva la suerte de lo público, la supervivencia de la sociedad civil y de la democracia. De lo contrario tendremos que preguntarnos seriamente en qué medida la enseñanza de la comunicación en nuestras facultades no está contribuyendo a fomentar un nuevo tipo de monopolio de la información tan nefasto como el que concentra la propiedad de los medios en unas pocas empresas, al contribuir a *concentrar el derecho*

de la palabra pública en manos de los expertos en comunicación, esto es, al convertir un derecho de todos en profesión de unos pocos.

Nueva configuración del campo

El *campo de estudios* de la comunicación se forma en América Latina del movimiento cruzado de dos hegemonías: la del paradigma informacional/instrumental procedente de la investigación norteamericana, y la de la crítica ideológico-denuncista en las ciencias sociales latinoamericanas. Entre esas hegemonías, modulándolas, se insertará el estructuralismo semiótico francés. Hacia fines de los años '60 la modernización desarrollista³ propaga un modelo de sociedad que convierte a la comunicación en el terreno de punta de la "difusión de innovaciones"⁴ y en el motor de la transformación social: comunicación identificada con los medios masivos, sus dispositivos tecnológicos, sus lenguajes y sus saberes propios. Del lado latinoamericano, la Teoría de la Dependencia y la crítica del imperialismo cultural padeecerán de otro reduccionismo: el que le niega a la comunicación especificidad alguna en cuanto espacio de procesos y prácticas de producción simbólica y no sólo de reproducción ideológica. "En América Latina la literatura sobre los medios masivos de comunicación está dedicada a demostrar su calidad, innegable, de instrumentos oligárquico-imperialistas de penetración ideológica, pero casi no se ocupa de examinar cómo son recibidos sus mensajes y con cuáles efectos concretos. Es como si fuera condición de ingreso al tópico que el investigador olvidase *las consecuencias no queridas de la acción social* para instalarse en un hiperfuncionalismo de

izquierdas"⁵. La confrontación durante los años '70 de esos dos reduccionismos produjo una peligrosa escisión entre saberes técnicos y crítica social, y una verdadera esquizofrenia entre posiciones teóricas y prácticas profesionales. La inserción del estudio de la comunicación en el ámbito de las ciencias sociales posibilitó en esos años la tematización de la complicidad de los medios en los procesos de dominación pero significó también la reducción del estudio de los procesos de comunicación a la generalidad de la reproducción social, condenando las tecnologías y sus lenguajes a un irreductible exterior: el de los *aparatos* y los *instrumentos*. De esa amalgama esquizoide no permitieron salir ni los aportes de la Escuela de Frankfurt ni la semiótica. Pues lo que se leyó, especialmente en los textos de Adorno, fueron argumentos para denunciar la complicidad intrínseca del desarrollo tecnológico con la racionalidad mercantil. Y al identificar las *formas* del proceso industrial con las lógicas de la acumulación del capital, la *crítica* legitimó la huida: si la racionalidad de la producción se agota en la del sistema no habría otro modo de escapar a la reproducción que siendo improductivos. El sesgo de esa lectura encontró justificación en el más importante de sus textos póstumos al afirmar que "en la era de la comunicación de masas el arte permanece íntegro cuando no participa en la comunicación"⁶.

Tampoco los aportes de la semiótica permitieron superar la escisión. Al descender de la teoría general de los discursos a las prácticas de análisis, las herramientas semióticas sirvieron casi siempre al reforzamiento del paradigma ideologista: "la omnipotencia que en la versión funcionalista se atribuía a los medios pasó a depositarse en la ideología, que se volvió dispositivo totalizador/ integrador de los discursos. Tanto el dispositivo del *efecto*, en la versión psicológico-conductista,

como el *mensaje* o el *texto* en la semiótico-estructuralista, terminaban por referir el sentido de los procesos de comunicación a una inmanencia hueca de lo social: la de la inevitable manipulación o la fatal recuperación por el sistema”⁷. La investigación de la comunicación en esos años no pudo superar su dependencia de los “modelos instrumentales” y de lo que Mabel Piccini⁸ ha llamado “la remisión en cadena a las totalidades”, que hacían imposible abordar la comunicación como dimensión constitutiva de la cultura y por tanto de la producción de lo social.

A mediados de los años '80, la configuración de los estudios de comunicación muestra cambios de fondo, que provienen no sólo ni principalmente de deslizamientos internos al propio campo sino de un movimiento general en las ciencias sociales. El cuestionamiento de la “razón instrumental” no atañirá únicamente al modelo informacional sino que pondrá al descubierto la hegemonía de esa misma razón como horizonte político del ideologismo marxista. De otro lado la *globalización* y la “cuestión trasnacional”, desbordará los alcances teóricos de la teoría del imperialismo obligándonos a pensar una trama nueva de territorios y de actores, de contradicciones y conflictos. Los desplazamientos con que se buscará rehacer conceptual y metodológicamente el campo de la comunicación provendrán tanto de la *experiencia* de los movimientos sociales como de la *reflexión* que articulan los estudios culturales. Se inicia entonces un corrimiento de los linderos que demarcaban el *campo de la comunicación*: las fronteras, las vecindades y las topografías no son las mismas de hace apenas diez años ni están tan claras. La idea de *información* —asociada a la innovación tecnológica— gana legitimidad científica y operatividad mientras la de *comunicación* se desplaza y aloja en campos aledaños: la filosofía,

la hermenéutica. La brecha entre el optimismo tecnológico y el escepticismo político se agranda emborronando el sentido de la *crítica*.

Desde América Latina ese corrimiento de los linderos del campo se traduce en un nuevo modo de relación con y desde las disciplinas sociales⁹, no exento de recelos y malentendidos, pero definido más que por recurrencias temáticas o préstamos metodológicos por *apropiaciones*: desde la comunicación se trabajan procesos y dimensiones que incorporan preguntas y saberes históricos, antropológicos, estéticos. Al mismo tiempo que la sociología, la antropología y la ciencia política se empiezan a hacer cargo, ya no de forma marginal, de los medios y de los modos como operan las industrias culturales. De la historia barrial de las culturas cotidianas en los sectores populares en el Buenos Aires de comienzos de siglo¹⁰, a la historia de las transformaciones sufridas por la música negra en Brasil en el recorrido que la lleva de las haciendas esclavistas a la ciudad masificada y su legitimación por la radio y el disco como música urbana y nacional¹¹. De la antropología que da cuenta de los cambios en el sistema de producción y en la economía simbólica de las artesanías¹² a la que indaga permanencias y rupturas en los rituales urbanos del carnaval¹³ o en los juegos del alma y del cuerpo en las prácticas religiosas¹⁴. De la sociología que investiga el lugar que ocupan los medios en las transformaciones culturales¹⁵ a la tematización de los medios en los consumos y las políticas culturales¹⁶.

Tan decisivo como la asunción explícita del "tema" de los medios y las industrias culturales por las disciplinas sociales resulta la conciencia creciente del estatuto *transdisciplinar* del campo, que hacen evidente la multidimensionalidad de los procesos comunicativos y su gravitación cada

día más fuerte sobre los movimientos de desterritorialización e hibridaciones que la modernidad latinoamericana produce¹⁷. En esa nueva perspectiva, industria cultural y comunicaciones masivas son el nombre de los nuevos procesos de producción y circulación de la cultura, que corresponden no sólo a innovaciones tecnológicas sino a nuevas formas de la sensibilidad. Y que tienen si no su origen al menos su correlato más decisivo en la nuevas formas de sociabilidad con que la gente enfrenta la heterogeneidad simbólica y la inabarcabilidad de la ciudad. Es desde las nuevas maneras de juntarse y excluirse, de des-conocer y reconocerse, que adquiere espesor social y relevancia cognitiva lo que pasa en y por los medios y las nuevas tecnologías de comunicación. Pues es desde ahí que los medios han entrado a *constituir lo público*, a mediar en la producción de imaginarios que en algún modo integran la desgarrada experiencia urbana de los ciudadanos¹⁸: ya sea sustituyendo la teatralidad callejera por la espectacularización televisiva de los rituales de la política o desmaterializando la cultura y descargándola de su espesor histórico mediante tecnologías que, como las redes telemáticas o los videojuegos, proponen la hiperrealidad y la discontinuidad como hábitos perceptivos dominantes.

Transdisciplinarietà en el estudio de la comunicación no significa la disolución de *sus* objetos en los de las disciplinas sociales sino la construcción de las articulaciones —mediaciones e intertextualidades— que hacen su especificidad¹⁹. Esa que hoy ni la teoría de la información ni la semiótica, aun siendo disciplinas “fundantes”, pueden construir ya. Como las investigaciones de punta en Europa y en Estados Unidos²⁰ también las latinoamericanas presentan una convergencia cada día mayor con los estudios culturales

en su capacidad de analizar las industrias comunicacionales y culturales como matriz de desorganización y reorganización de la experiencia social²¹ en el cruce de las desterritorializaciones que acarrearán la globalización y las migraciones con la fragmentaciones y relocalizaciones de la vida urbana. Una experiencia que viene a echar por tierra aquella bien mantenida y legitimada separación que identificó la masificación de los bienes culturales con la degradación cultural permitiendo a la elite adherir fascinadamente a la modernización tecnológica mientras conserva su rechazo a la democratización de los públicos y la socialización de la creatividad. Es esa misma experiencia la que está replanteando las relaciones entre cultura y política justamente a partir de lo que ésta tiene de espesor comunicativo: no sólo por la mediación decisiva que hoy ejercen los medios en la política sino por lo que ella tiene de trama de interpelaciones en que se constituyen los actores sociales²². Lo que a su vez revierte sobre el estudio de la comunicación masiva impidiendo que pueda ser pensada como mero asunto de mercados y consumos, exigiendo su análisis como espacio decisivo en la redefinición de lo público y la reconstrucción de la democracia.

La contradictoria centralidad de la comunicación

Asumir esa nueva mirada implica en primer lugar un movimiento de ruptura con el *comunicacionismo*, que es la tendencia aún bien fuerte a ontologizar la comunicación como el lugar donde la humanidad revelaría su más secreta esencia. O en términos sociológicos, la idea de que la comunicación constituye el motor y el contenido último de la interacción social. Atención, porque, en un lenguaje o en el otro,

la idea de la centralidad de la comunicación en la sociedad —y la consiguiente evacuación de la cuestión del poder y la desigualdad de las relaciones sociales— está recibiendo ahora su legitimación teórica y política del discurso de la racionalidad tecnológica que inspira la llamada “sociedad de la información”. Agotado el motor de la lucha de clases la historia encontraría el recambio en los avatares de la comunicación. Con lo que cambiar la sociedad equivaldría en adelante a cambiar los modos de producción y circulación de la información. Una cosa es reconocer el peso decisivo de los procesos y las tecnologías de comunicación en la transformación de la sociedad y otra bien distinta afirmar aquella engañosa centralidad y sus pretensiones de totalización de lo social.

El segundo movimiento de ruptura lo es con el *mediacentrismo*, que resulta de la identificación de la comunicación con los medios, ya sea desde el culturalismo McLuhiano, según el cual los medios hacen la historia, o desde su contrario, el ideologismo althusseriano que hace de los medios un mero aparato de Estado. Desde uno u otro comprender la comunicación es estudiar *cómo funcionan* las tecnologías o los “aparatos” pues ellos *hacen* la comunicación, la determinan y le dan su forma. Curioso que, mientras en los países centrales ese mediacentrismo está siendo superado por el movimiento mismo de la reconversión industrial —que hace perder a los medios, y en especial a la televisión, su especificidad comunicativa al subordinar esa función a su nuevo carácter de elemento integrante de la producción en general— sea en nuestros países donde los medios fagocitan el sentido de la comunicación relegando a los márgenes del campo de estudio la cuestión de las prácticas, las situaciones y los contextos, de los usos sociales y los modos de apropiación.

La centralidad indudable que hoy ocupan los medios resulta desproporcionada y paradójica en países con necesidades básicas insatisfechas en el orden de la educación o la salud como los nuestros, y en los que el crecimiento de la desigualdad atomiza nuestras sociedades deteriorando los dispositivos de *comunicación*, esto es cohesión política y cultural. Y, “desgastadas las representaciones simbólicas, no logramos hacernos una imagen del país que queremos, y por ende, la política no logra fijar el rumbo de los cambios en marcha”²³. De ahí que nuestras gentes puedan con cierta facilidad asimilar las imágenes de la modernización y no pocos de los cambios tecnológicos pero sólo muy lenta y dolorosamente pueden recomponer sus sistemas de valores, de normas éticas y virtudes cívicas. Todo lo cual nos está exigiendo continuar el esfuerzo por desentrañar la cada día más compleja trama de mediaciones que articula la relación comunicación/sociedad.

Y un tercer movimiento: superación del *marginalismo de lo alternativo* y su creencia en una “auténtica” comunicación que se produciría por fuera de la contaminación tecnológico/mercantil de los grandes medios. La metafísica de la autenticidad (o la pureza) se da la mano con la sospecha que, desde los de Frankfurt, ha visto en la industria un instrumento espeso de deshumanización y en la tecnología un oscuro aliado del capitalismo; y también con un populismo nostálgico de la fórmula esencial y originaria, horizontal y participativa de comunicación que se conservaría escondida en el mundo popular. Tramposa negación del mediacentrismo, siendo como es su mejor complemento, el marginalismo de lo alternativo resulta la mejor coartada que haya podido encontrar la visión hegemónica: ¿qué mejor para ella que la confinación de la búsqueda y la construcción de

alternativas a los márgenes de la sociedad y a las experiencias microgrupales dejándole libre el "centro" del campo?

El análisis de la inserción de la comunicación en las prácticas sociales cotidianas se halla aún fuertemente condicionado por la diferenciación y especialización que la modernidad introdujo en la organización de lo social: diferenciación de las esferas y discursos de la ciencia, la moral y el arte, especialización de los espacios y las instituciones de lo político, lo económico, lo cultural. Siguiendo ese modelo, Habermas ha rastreado la inserción de la comunicación en la constitución histórica de la esfera pública, esto es la desprivatización de lo político y su conformación en esfera "de los asuntos generales del pueblo". R. Sennet ha retomado, por su parte, esa perspectiva analizando el papel de *la comunicación* en la progresiva despolitización y disolución de lo público²⁴. Ahora bien, un acercamiento a los espacios especializados de las prácticas choca hoy con una multiplicidad de desplazamientos del terreno y de las marcas que lo acotaban. No obstante, y reconociendo la precariedad actual de esas demarcaciones, puede ser oportuno un mapa a mano alzada que, partiendo de aquéllas, indique el movimiento que desde la comunicación las atraviesa y desterritorializa.

Si *pensar las prácticas* ha significado prevalentemente la centralidad de la política, la parte que ahí le ha correspondido a la comunicación ha padecido hasta hace poco su confusión con la propaganda y la publicidad reduciendo su función a algo coyuntural sólo importante durante los "tiempos fuertes" de las campañas electorales. Hoy sin embargo la comunicación aparece constituyendo una escena nueva de mediación y reconocimiento social, en la que las imágenes y representaciones de los medios al mismo tiempo que espectacularizan y adelgazan lo político lo reconstituyen. Pues lo

que estamos viviendo no es, como creen los más pesimistas de los profetas-fin-de-milenio, la disolución de la política sino la reconfiguración de las *mediaciones* en que se constituyen sus nuevos modos de interpelación de los sujetos y de representación de los vínculos que cohesionan la sociedad. Pensar la política desde la comunicación significa poner en primer plano los ingredientes simbólicos e imaginarios presentes en los procesos de formación del poder. Lo que deriva la democratización de la sociedad hacia un trabajo en la propia trama cultural y comunicativa de las prácticas políticas. Ni la productividad social de la política es separable de las batallas que se libran en el terreno simbólico, ni el carácter participativo de la democracia es hoy real por fuera de la escena pública que construye la comunicación masiva. Entonces, más que en cuanto objetos de políticas, la comunicación y la cultura se convierten en un *campo primordial de batalla política*: el estratégico escenario que le exige a la política recuperar su dimensión simbólica —su capacidad de representar el vínculo entre los ciudadanos, el sentimiento de pertenencia a una comunidad— para enfrentar la erosión del orden colectivo.

En la esfera *económica* la comunicación reviste dos figuras. Una tradicional: la del vehículo de información para el mercado, esto es, el proceso de circulación del capital necesitando información permanente acerca de todos aquellos fenómenos de la vida social que puedan incidir sobre sus flujos y ritmos. Y otra postindustrial: la información como materia prima de la producción no sólo de las mercancías sino de la vida social. O dicho de otro modo, la economía pasando a ser *in-formada*²⁵, constituida, por el movimiento de la nueva riqueza que la acumulación y organización de la información pone a circular. Lo que implica al menos tres

nuevos modos de inserción y operación: la información y la comunicación pasan a ser campos prioritarios de la acumulación; en segundo lugar, las telecomunicaciones al impulsar la reconversión industrial y protagonizar la *convergencia entre vehículos y contenidos*, se convierte en espacio del *interés preferencial* del capital; y tercero, la internacionalización de las redes de información desafía la configuración de los saberes desde las nuevas formas de la gestión tanto privada como pública.

En la esfera *cultural* lo que aparece explícitamente referido a la comunicación siguen siendo las *prácticas de difusión*: la comunicación como vehículo de contenidos culturales o como movimiento de propagación y acercamiento de los públicos a las obras. Y coherente con esa reducción del proceso al vehículo, será legitimada también la reducción de los receptores a consumidores y admiradores de la actividad y creatividad desplegada en la obra. Apenas se comienza a asumir la comunicación como espacio estratégico de *creación* y *apropiación* cultural, de activación de la competencia y la experiencia creativa de la gente, y de *reconocimiento de las diferencias*, es decir de lo que culturalmente son y hacen los otros, las otras clases, las otras etnias, los otros pueblos, las otras generaciones.

Aunque los "clásicos" integraron explícitamente la dimensión lúdica en la cultura, somos más bien herederos de una concepción ascética que ha condenado el ocio como tiempo del vicio, y de una crítica ideológica que confunde la *diversión* con la evasión alienante, especialmente a partir de su masificación y mercantilización por las industrias culturales. No es fácil distinguir hoy lo que en la sospecha que cubre el espectáculo y la diversión pertenece a aquella negación ascética del goce, de lo que ha introducido la idealista oposición

entre formas culturales y formatos industriales. Pero lo que sí es claro, es que la posibilidad de reinsertar las prácticas lúdicas en la cultura pasa tanto por la crítica de sus perversiones como por entender la "doble articulación" que liga, en nuestra sociedad, las demandas y las dinámicas culturales a la lógica del mercado y al mismo tiempo imbrica el apego a unos formatos en la fidelidad a una memoria y la pervivencia de unos géneros, desde los que "funcionan" nuevos modos de percibir y de narrar, de hacer música o de jugar con las imágenes.

Tocamos así el suelo de la escena tardomoderna y del movimiento que desterritorializa las identidades y refunda el sentido de las temporalidades. La inscripción de la comunicación en la cultura ha dejado de ser mero asunto cultural pues son tanto la economía como la política las concernidas directamente en lo que ahí se produce. Es lo que ambigua, pero certeramente, dicen expresiones como "sociedad de la información" o "cultura política", y de un modo aún más oscuro, pero también cierto, es lo que cuenta la experiencia cotidiana de las desarraigadas poblaciones de nuestras ciudades. Lo que podría traducirse en dos desterritorializadoras y desconcertantes preguntas: ¿cómo hemos podido pasar tanto tiempo intentando comprender el sentido de los cambios en la comunicación, incluidos los que pasan por los medios, sin referirlo a las transformaciones del tejido colectivo, a la reorganización de las formas del habitar, del trabajar y del jugar? Y ¿cómo podríamos transformar el "sistema de comunicación" sin asumir su espesor cultural y sin que las políticas busquen activar la competencia comunicativa y la experiencia creativa de las gentes, esto es su reconocimiento como sujetos sociales?

2. LA NUEVA TRAMA COMUNICATIVA DE LA CULTURA

La re-ubicación del estudio de la comunicación en el campo de la cultura —de sus matrices históricas, sus temporalidades sociales y sus especificidades políticas— implicó una primera des-territorialización conceptual que abrió ese estudio a la pluralidad de los actores y la complejidad de sus dinámicas. En el mismo impulso que viene de ese desplazamiento se hecho crucial en los años '90 re-territorilizar la comunicación: ahora como movimiento que atraviesa y descoloca a la cultura. Pues el *lugar* de la cultura en la sociedad cambia cuando la mediación tecnológica de la comunicación deja de ser meramente instrumental para convertirse en estructural: la *tecnología* remite hoy no a la novedad de unos aparatos sino a nuevos modos de *percepción* y de *lenguaje*, a nuevas sensibilidades y escrituras, a la mutación cultural que implica la asociación del nuevo modo de producir con un nuevo modo de comunicar que convierte al conocimiento en una fuerza productiva directa. Y el lugar de la cultura en la sociedad cambia también cuando los procesos de globalización económica e informacional reavivan la cuestión de las identidades culturales —étnicas, raciales, locales, regionales— hasta el punto de convertirlas en dimensión protagónica de muchos de los más feroces y complejos conflictos bélicos de los últimos años, al tiempo que esas mismas identidades, más las de género y las de edad, están reconfigurando hondamente la fuerza y el sentido de los lazos sociales, y las posibilidades de convivencia en lo nacional.

Entre matrices culturales y mediaciones comunicativas

Los cambios en el ámbito de la tecnicidad y la identidad están reclamando imperiosamente pensar las *mediaciones comunicativas* de la cultura, un nuevo mapa que dé cuenta de la complejidad en las relaciones constitutivas de la comunicación en la cultura pues los medios han pasado a constituir un espacio clave de condensación e intersección de la producción y el consumo cultural, al mismo tiempo que catalizan hoy algunas de las más intensas redes de poder. De ahí la necesidad de afrontar el *pensamiento único* que legitima la idea de que la tecnología es hoy el “gran mediador” entre los pueblos y el mundo, cuando lo que la tecnología media hoy más intensa y aceleradamente es la transformación de la sociedad en mercado, y de éste en principal agenciador de la mundialización (en sus muy contrapuestos sentidos). La lucha contra el pensamiento único halla así un lugar estratégico no sólo en el politeísmo nómada y descentrador que moviliza la reflexión e investigación sobre las mediaciones históricas del comunicar sino también en las transformaciones que atraviesan los *mediadores socioculturales*, tanto en sus figuras institucionales y tradicionales —la escuela, la familia, la iglesia, el barrio— como en el surgimiento de nuevos actores y movimientos sociales que, como las organizaciones ecológicas o de derechos humanos, los movimientos étnicos o de género, introducen nuevos sentidos de lo social y nuevos usos sociales de los medios. Sentidos y usos que, en sus tanteos y tensiones remiten, de una parte, a la dificultad de superar la concepción y las prácticas puramente instrumentales para asumir el desafío político, técnico y expresivo, que

conlleva el reconocimiento *en la práctica* del espesor cultural que hoy contienen los procesos y los medios de comunicación, pero de otra parte remiten también al lento alumbramiento de nuevas esferas de lo público y formas nuevas de la imaginación y la creatividad social.

Proponemos entonces un mapa que se mueve sobre dos ejes: uno diacrónico, o histórico de larga duración —tensionado entre las *Matrices Culturales* (MC) y los *Formatos Industriales* (FI)—, y otro sincrónico, el que tensionan las *Lógicas de Producción* (LP) en su relación con las *Competencias de Recepción o Consumo* (CR). A su vez, las relaciones entre las MC y las LP se hallan mediadas por distintos regímenes de *Institucionalidad*, mientras las relaciones entre las MC y las CR están mediadas por diversas formas de *Socialidad*. Entre las LP y los FI median las *Tecnicidades*, y entre los FI y las CR median las *Ritualidades*.

Socialidad nombra la trama de relaciones cotidianas que tejen los hombres al juntarse y en la que anclan los procesos primarios de interpelación y constitución de los sujetos y las identidades. Que es lo que constituye el sentido de la comunicación como cuestión de *finés* y no sólo de *medios*, en cuanto mundo de la vida en que se inserta, y desde donde opera, la *praxis comunicativa*²⁶. En el comunicar se movilizan y expresan dimensiones clave del ser social: tanto aquellas desde las que la colectividad se construye y permanece, en que se tejen las cotidianas negociaciones con el poder, como aquellas otras en que estalla la lucha por horadar el orden²⁷. Después de largos años en los que el pensamiento crítico se aferró a colocar la inteligibilidad de lo social únicamente del lado de las determinaciones y las estructuras, la relevancia que cobra hoy la socialidad, a la hora de pensar las prácticas, no significa el desconocimiento de la razón codificante o la

fuerza del hábitus sino la apertura a otros modos de inteligibilidad “contenidos” en la apropiación cotidiana de la existencia y su capacidad de hacer estallar la unificación hegemónica del sentido. Abandonando la remisión circular entre individuo y sociedad, lo que en la socialidad se afirma es la multiplicidad de modos y sentidos en que la colectividad se hace y se recrea, la polisemia de la interacción social.

Pero cualquier comunicación o intercambio es sólo duradero si toma *forma*, pues todo movimiento que no sea mero estallido o agitación engendra regularidades y ritmos. *Ritualidad* es lo que en la comunicación hay de permanente reconstrucción del nexo simbólico: a la vez repetición e innovación, anclaje en la memoria y horizonte abierto. Es lo que en el intercambio hay de *forma* y de *ritmo*. Al religar la interacción a los ritmos del tiempo y a los ejes del espacio, la ritualidad pone reglas al juego de la significación introduciendo el mínimo de *gramaticalidad* que hace posible expresar y compartir el sentido²⁸. Y al activar el *ciclo* —que nunca es mera inercia o repetición sino la larga duración en que se anudan los destiempos— la ritualización conecta la aceleración de la comunicación con el tiempo primordial del origen y el mito²⁹. La *ritualidad* es, a la vez, lo que en las prácticas sociales habla de la repetición y de la operabilidad. Frente a viejas concepciones dicotomizantes, la etnografía de la producción nos descubre hoy la profunda imbricación entre operación y expresión, entre las rutinas del trabajo y las energías de la transformación. Las *ritualidades* constituyen también *gramáticas de la acción*³⁰ —del mirar, del escuchar, del leer— que regulan la interacción entre los espacios y tiempos de la vida cotidiana y los espacios y tiempos que con-forman los medios. Lo que implica, de parte de los medios, una cierta capacidad de poner reglas a los juegos entre significación y situación.

Pero una cosa es la *significación* del mensaje y otra aquello a lo que alude la pragmática cuando plantea la pregunta por el *sentido* que para el receptor tiene la acción de oír radio o ver televisión. Las *ritualidades* remiten entonces, de un lado, a los diferentes *usos sociales* de los medios, por ejemplo, el barroquismo expresivo de los modos populares de ver cine frente a la sobriedad y seriedad del intelectual al que cualquier ruido viene a distraerlo de su contemplación cinematográfica, o el consumo productivo que algunos jóvenes hacen del computador frente al uso marcadamente lúdico-evasivo de la mayoría. De otro, las *ritualidades* remiten a los múltiples *trayectos de lectura*³¹ ligados a las condiciones sociales del gusto, marcados por los niveles y calidades de la educación, los haberes y saberes constituidos en memoria étnica, de clase o de género, y los hábitos familiares de convivencia con la cultura letrada, la oral o la audiovisual, que cargan la experiencia del ver sobre el leer o viceversa.

Las *ritualidades contemporáneas*³² son arrancadas por algunos antropólogos y sociólogos al tiempo arcaico para iluminar las especificidades de la contemporaneidad urbana: modos de existencia de lo simbólico, trayectos de iniciación y viajes "de paso", serialidad ficcional y repetición ritual permitiendo así entrever el juego entre cotidianidad y experiencias de lo extraño, resacralización, reencantamiento del mundo desde ciertos usos o modos de relación con los medios, entre inercias y actividad, entre hábitos e iniciativas del mirar y el leer.

La *institucionalidad* atraviesa la comunicación convirtiéndola en urdimbre de la civilidad³³. Pero esa institucionalidad pertenece a dos órdenes contrapuestos: el que desde el Estado configura a los medios de comunicación como "servicio público", y el que desde el mercado convierte la "libertad de

expresión" en libre comercio. Desde uno y otro se priorizan *valores* que antagonizados debilitan la autonomía de las instituciones comunicativas ya sea confundiendo la defensa de los derechos colectivos con la estabilidad de lo estatal o la de la libertad de expresión con la iniciativa y los intereses privados. Al mediar en la constitución de lo público y en el reconocimiento cultural, la trama institucional de la comunicación hace parte del lazo ciudadano³⁴. La *institucionalidad* es una mediación espesa de intereses y poderes contrapuestos, que ha afectado, y sigue afectando, especialmente la regulación de los discursos que, de parte del Estado, buscan dar estabilidad al orden constituido, y de parte de los ciudadanos —mayorías y minorías— buscan defender sus derechos y hacerse reconocer, esto es re-constituir permanentemente lo social. Si mirada desde la *socialidad* la comunicación se revela cuestión de *finés* —de la constitución del sentido y del hacerse y deshacerse de la sociedad—, mirada desde la *institucionalidad* la comunicación se convierte en cuestión de *medios*, esto es de producción de discursos públicos cuya hegemonía se halla hoy paradójicamente del lado de los intereses privados.

Los cambios en la *socialidad* remiten a movimientos de reencuentro con lo comunitario no necesariamente fundamentalistas o nacionalistas, como lo que está ocurriendo entre los jóvenes en torno a la música, y que se hallan más bien ligados a cambios profundos en la sensibilidad y la subjetividad. La reconfiguración de la *institucionalidad* no puede ser más fuerte pese a las paradojas que presenta: mientras se atrincheran en sus feudos los partidos tradicionales (no pocos de los nuevos también) se corrompen hasta lo impensable las instituciones estatales y se burocratizan hasta la perversión las instituciones parlamentarias, asistimos a una

multiplicación de movimientos en busca de institucionalidades otras, capaces de *dar forma* a las pulsiones y desplazamientos de la *ciudadanía* hacia el ámbito de lo cultural y del plano de la representación al del *reconocimiento* instituyente.

En su análisis de la "atrofia del aura" en la obra de arte por causa de su reproductibilidad W. Benjamin fue pionero en cuestionar la instrumentalidad de la técnica al conectar las innovaciones de la tecnicidad con las transformaciones del *sensorium*, de los modos de percepción y experiencia social. La *tecnicidad* nombra entonces lo que en la sociedad no es sólo del orden del instrumento sino también de la sedimentación de saberes y la constitución de las prácticas. Superando la escisión que en el pensamiento occidental opone el interior al exterior y la verdad a su manifestación, la antropología ve en la técnica un *organizador perceptivo*: aquello que en las prácticas articula la transformación material a la innovación discursiva. Con lo que la tecnicidad más que a aparatos nos remite al *diseño*³⁵ de nuevas prácticas, y más que destrezas la tecnicidad es *competencia en el lenguaje*³⁶. Confundir la comunicación con las técnicas o los medios es tan deformador como pensar que ellos son exteriores y accesorios a la (verdad de la) comunicación, lo que equivaldría a desconocer la materialidad histórica de las mediaciones discursivas en que ella se produce. Las materialidades del discurso remiten a la constitución —a lo largo de los procesos históricos— de gramáticas discursivas originadas en *formatos de sedimentación* de saberes narrativos, hábitos y técnicas expresivas. Gramáticas *generativas*, que dan lugar a una topografía de discursos movediza, cuya movilidad proviene tanto de las mudanzas del capital y las transformaciones tecno-lógicas como del movimiento permanente de las *inter-textualidades* e *intermedialidades* que alimentan los diferentes

géneros y los diferentes medios. Y que son hoy lugar de complejos entramados de residuos e innovaciones, de anacronías y modernidades, de asimetrías comunicativas que involucran, de la parte de los productores, sofisticadas “estrategias de anticipación” y, de la parte de los espectadores, la activación de nuevas y *viejas* competencias de lectura. La mediación estratégica de la *tecnicidad* se plantea actualmente en un nuevo escenario: el de la globalización, y su convertirse en *conector universal en lo global*³⁷. Ello no sólo en el espacio de las redes informáticas sino en la *conexión* de los medios —televisión y teléfono— con el computador replanteando aceleradamente la relación de los discursos públicos y los relatos (géneros) mediáticos con los formatos industriales y los textos virtuales. Las preguntas abiertas por la *tecnicidad* apuntan entonces al nuevo estatuto social de la técnica³⁸, al replanteamiento del sentido del discurso y la praxis política, al nuevo estatuto de la cultura, y a los avatares de la estética.

Entre teoría y producción: otro ámbito de mediación

Al faltarles tradición académica y al tener como campo de conocimiento procesos estratégicos de la vida política y cultural, los estudios de comunicación se han visto permanentemente desgarrados entre una tendencia fundamentalista y otra practicista. ¿Qué mediaciones estamos necesitando trabajar para que el análisis y la crítica puedan vincularse creativamente a la producción? Veo al menos cuatro:

Estructuras sociales: tematizadas más en términos de determinación causal que de mediación, su estudio fagocitó el sentido de las relaciones entre comunicación y sociedad. Hoy ni

las figuras de lo social ni los modos de comunicación se dejan tratar tan unificada y totalizadamente, pero necesitamos pensar las estructuras para que la inteligibilidad de lo social no se disuelva en la fragmentación que introduce la percepción de la pluralidad y la nueva sensibilidad por la diferencia. La cuestión de las *estructuras* sigue siendo esencial no sólo para entender las condiciones de producción en nuestros países sino para imaginar *alternativas* que no se agoten en el esteticismo o se desangren en el marginalismo.

Lógicas de producción: al menos dos, la de la acumulación/rentabilidad del capital y la del proceso industrial, con fuertes lazos de complicidad entre ambas pero distintas. Haberlas confundido fue lo que convirtió a la crítica en huida. Pues si la racionalidad de la producción se agota en la del sistema no hay otra forma de escapar a la reproducción que siendo improductivos. Lo que fue "traducido" por Adorno y aplicado a nuestro campo al afirmar textualmente que en la era de la comunicación de masas "el arte permanece íntegro cuando no participa en la comunicación". Ahora sabemos sin embargo que tanto la reproducción como las transformaciones de la comunicación pasan por complejas redes de ideologías profesionales y corporativas, por estructuras jerarquizadas de decisión y diferenciación de los oficios, por rutinas e inercias del trabajo que no son emanación del capitalismo sino condiciones operativas y dispositivos organizativos de la producción industrial.

Dinámicas culturales: nos referimos a las dinámicas de incorporación de las mayorías a la modernidad de la cultura audiovisual mediante el desplazamiento de la producción de cultura de las comunidades hacia instituciones y aparatos

especializados, y a su vez insertados en el movimiento de integración a la economía mundial. Dinámicas de *fragmentación* del hábitat cultural de los pueblos y las naciones mediante la fragmentación de los públicos, la multiplicación de los canales y la segmentación especializada de los consumos. Dinámicas de *secularización* de los mundos simbólicos, de *desterritorialización* de las demarcaciones culturales —culto/popular, moderno/tradicional, nacional/extranjero—, de *hibridación* de culturas y subculturas que dan lugar a identidades nuevas sin el apego a las viejas territorialidades y percibidas desde temporalidades cortas y precarias.

Gramáticas discursivas: entendiendo por tales las estrategias comunicativas en que se hace la ósmosis de las matrices estéticas y los formatos comerciales. Gramáticas configuradas por *prácticas de enunciación* de actores situados tanto en la producción como en la recepción, y por *formatos de sedimentación* de saberes narrativos, hábitos y técnicas expresivas. Gramáticas que dan lugar a una topografía de discursos movediza, y en constante evolución que viene exigida no sólo por la renovación del capital y las transformaciones tecnológicas sino también por el movimiento permanente de las *intertextualidades* que alimentan los diferentes géneros en los diferentes medios. Gramáticas que son lugar de complejos entramados de residuos e innovaciones, de anacronías y modernidades, de asimetrías comunicativas que involucran, de la parte de los productores sofisticadas “estrategias de anticipación”, y de la parte de los espectadores la activación de competencias de lectura y operadores de apropiación.

De otra parte actualmente hay un amplio consenso en torno a la necesidad de que la investigación supere el nivel

de la denuncia y pase a ser ingrediente renovador de los modelos y las prácticas de la comunicación pública. Se trata de que la investigación responda a demandas de comunicación que, aunque mediadas por la industria cultural, den expresión a necesidades colectivas y recojan matrices culturales de raigambre popular. Lo que exige transformar la docencia en un espacio de experimentación social: la apertura del trabajo académico a nuevos modos de relación con la "vida real". Pues lo que torna *irreal*, especulativo y estéril, al trabajo académico no es la distancia indispensable que requiere la producción de conocimientos sino la irrelevancia social de los problemas que se abordan y el formalismo de las soluciones tanto teóricas como prácticas. Entendemos entonces por *experimentación social* las estrategias de encuentro de la universidad con la realidad comunicacional del país, de la región y del mundo, esto es la articulación de la docencia y la investigación a proyectos de formulación de demandas sociales y de diseño de alternativas. En esa articulación juegan un papel decisivo los modos de relación del trabajo académico con los modelos hegemónicos o contrahegemónicos de comunicación, que pueden ser de dependencia, apropiación e invención.

La *dependencia* predomina especialmente a través de dos formas. Una es aquella que consiste en negar la necesidad de que en la universidad se explicité alguna concepción de comunicación. Esa posición suele basarse en un eclecticismo, revestido de liberalismo intelectual, según el cual todas las concepciones "son iguales" y por lo tanto tienen los mismos derechos, de ahí la imposibilidad de adoptar alguna como rectora y guía, o bien en un pragmatismo que conduce a la negación pura y simple de que las concepciones de comunicación tengan algo que ver con la formación. La otra

consiste en aceptar como propia la concepción que está de moda en el momento y responde a una visión pasiva según la cual, dada la precariedad de nuestro desarrollo, lo nuestro es aplicar, al no poder “darnos el lujo” de inventar lo que sí podemos y lo que debemos hacer es estar al día. Y ello ya sea disolviendo eclécticamente la cuestión —aquí “funcionan” todas las concepciones— o haciendo gala de realismo —lo que importan no son las concepciones sino los recursos. La dependencia niega al trabajo académico la pertinencia y la necesidad de pensar las relaciones entre concepciones de comunicación y modelos de educación. Y una universidad que se niega a pensar esa relación inducirá a los profesores a mantener la misma actitud respecto a las teorías: o el eclecticismo o la sumisión a lo que hegemonice. A nombre del pragmatismo o del oportunismo las escuelas no sólo resultarán incapaces de elaborar una concepción mínimamente propia sino que acabarán trasladando su actitud de dependencia a la relación pedagógica. Pues sólo en una relación activa, de apropiación y de invención, puede hacerse frente a la conversión de los modelos en dogmas y de las teorías en doctrinas. Especialmente fuerte en un campo de estudios como el de la comunicación —cuyo desarrollo ha estado tan marcado por factores externos a la dinámica propia de las disciplinas académicas— la dependencia no puede ser enfrentada más que haciendo explícitas las complicidades con el orden social que la mantienen y al que legitiman.

La *apropiación* es la forma en que hemos ido haciendo nuestras las concepciones, los modelos y las teorías. Son los usos y adaptaciones que de ellas hacemos para comprender la especificidad de los procesos y las situaciones de comunicación en nuestros países, y las *lecturas* desviadas, y a veces hasta “aberrantes”, a que las sometemos para luchar contra

la fetichización de los textos y los autores. Así, en los años '70 fue desviado de su sesgo difusionista el modelo sistémico y se usó de modo no maniqueo el análisis ideológico; en los '80 se complejizó el modelo informacional introduciendo variables históricas y se abrió la teoría cultural a un abordaje no apocalíptico de los medios masivos. Tres operaciones han sido *claves de apropiación*: abrir las concepciones y los modelos a cuestiones no previstas inicialmente pero no necesariamente incompatibles con ellos, tomar las teorías como conjuntos de herramientas conceptuales más que como principios, y superar el purismo que nos incapacitaba para hacer uso de procedimientos e instrumentos técnicos por su contaminación "irremediable" con concepciones consideradas espúreas.

Podemos ya hablar también de *invenciones*, que si no se han gestado en nuestras universidades al menos se hallan muy ligadas al trabajo en algunas de ellas, en las que no sólo se ha abordado de frente la especificidad de nuestra situación comunicacional sino que se hacen esfuerzos por acuñar categorías con las cuales pensarla. Así ha sucedido, más allá de lo relativo de los logros fácticos, con el desafío teórico que ha representado pensar *políticas de comunicación* en América Latina, y el avance conceptual que permitió superar tanto los límites del modelo sociológico del que se partió como el enfoque comunicacional que aquél entrañaba. Y así está sucediendo también en el replanteamiento de las concepciones sobre la relación entre comunicación y cultura, esto es en los aportes latinoamericanos a los "estudios culturales". Un innovador trabajo transdisciplinar está permitiendo abordar en forma nueva viejos objetos de estudio y construir objetos nuevos como las *mediaciones*, los *frentes* y las *heterogeneidades culturales*, y en los últimos años las dinámicas de *desterritorialización e hibridación*. Hay invención en la medida en que se

busca desplazar las fronteras que erigen las disciplinas, los cánones y jerarquías de los saberes, las racionalidades políticas o las evidencias tecnológicas, y se va elaborando una articulación estructural entre formación e investigación.

3. PERPLEJIDADES DEL FIN DE SIGLO Y DES-UBICACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Malos tiempos éstos para la prospectiva, pero quizá por ello sea aún más necesaria. Pues nos obliga a romper la trampa inmanencia del *presente continuo* a que nos condena la ausencia de utopías, y el consiguiente ensimismamiento de los discursos, exigiéndonos un mínimo *horizonte de futuro* desde el cual comprender los procesos que dotan o despojan de sentido a los discursos. Hoy, menos que nunca, lo que pasa en la investigación latinoamericana de comunicación puede entenderse o valorarse al margen de las rupturas y recreaciones de la socialidad: de los chantajes económicos y las perversiones sociales que disfraza la “apertura”, del vaciado de significación que sufre nuestra democracia, de la sintomática centralidad de las comunicaciones en los proyectos de privatización, de la absorción de la esfera pública por los medios masivos.

Dos escenarios se configuran como decisivos: el de las contradicciones de la integración regional, y el de la desestructuración del espacio nacional. En la era de la globalización, la *integración* de los países latinoamericanos implica su inevitable *integración a* la pura y dura lógica de una economía-mundo en la que toda alianza es para competir y fragmentar. Y en esa lógica la creación de *grupos* de países—desde el TLC de los del norte hasta el Mercosur— produce

la paradoja de fortalecer a los que están dentro y debilitar a los que quedan fuera fracturando la solidaridad regional, lo que se hace aún más flagrante en las modalidades de inserción excluyente de los grupos regionales en los macro-grupos del Norte, del Pacífico o de Europa. Sometidos al movimiento globalizador las exigencias de competitividad entre los grupos prevalecen sobre y devalúan las de cooperación y complementariedad regional. El segundo escenario es el de la desintegración social y política de lo nacional. ¿Cómo construir democracia en países donde la polarización social se profundiza?, ¿pueden revertir las instituciones políticas los procesos de concentración del ingreso, la reducción del gasto social, el deterioro de la esfera pública?, ¿qué viabilidad pueden tener proyectos nacionales cuando los entes financieros transnacionales sustituyen a los Estados en la planificación del desarrollo?, ¿cómo reconstruir ahí sociedades civiles en las que reencuentren sentido los intereses colectivos y formas de ciudadanía que no se agoten en el consumo? El crecimiento de la desigualdad atomiza la sociedad deteriorando los mecanismos de cohesión política y cultural, y desgastadas las representaciones simbólicas "no logramos hacernos una imagen del país que queremos y por ende la política no logra fijar el rumbo de los cambios en marcha"³⁹. Nada de extraño tiene entonces que hasta las, en principio democratizadoras, dinámicas de descentralización resulten más atomizantes que participativas, y que la justa defensa de las identidades locales desemboque en rupturas de la solidaridad nacional.

Entretejidas a esos escenarios se percibe la formación de *atmósferas culturales*, cuyas mediaciones matizan tanto el grave pesimismo que carga la visión social de las macrotendencias como el ligero optimismo que permea la mirada

comunicacional, fascinada por las maravillas tecnológicas. La primera atmósfera se forma en la convergencia de la fascinación tecnológica con el realismo de lo inevitable: la hipótesis de la eficiencia y la eficacia se traduce en “una cultura del software que permite conectar la razón instrumental a la pasión personal”⁴⁰. Con una multiplicidad de paradojas densas y desconcertantes: la convivencia del derroche estético de los centros comerciales con las condiciones insalubres e inhabitables de los barrios de invasión, la opulencia comunicacional con el debilitamiento de lo público, la más grande disponibilidad de información con el palpable deterioro de la educación formal, la continua explosión de imágenes con el empobrecimiento de la experiencia, la multiplicación de signos y el déficit de sentido. La convergencia entre sociedad de mercado y racionalidad tecnológica disocia la sociedad en “sociedades paralelas”: la de los *conectados* a la infinita oferta de bienes y saberes y la de los *excluidos*, cada vez más abiertamente, tanto de los bienes como de la capacidad de decidir. Lo que remite a una segunda atmósfera: la “cultura de la privatización”. Con su dimensión económica —exaltación del mercado como instancia globalizadora y dinamizadora de lo social—; su conversión de la política en intercambio y negociación de intereses; y su legitimación cultural: identificación de la autonomía del sujeto con el ámbito de la *privacidad* —en el cual resguardarse de la masificación— y el del *consumo*, con el que construirse un rostro reconocible socialmente. Tercera atmósfera: el malestar latinoamericano en la modernidad. La desmitificación de las tradiciones y las costumbres desde las que, hasta hace bien poco, nuestras sociedades elaboraban sus *contextos de confianza*, desmorona la ética y desdibuja el hábitat cultural. Ahí arraigan algunas de nuestra más secretas y enconadas

violencias pues las gentes pueden con cierta facilidad asimilar los instrumentos tecnológicos y las imágenes de modernización pero sólo muy lenta y dolorosamente pueden recomponer su sistema de valores, de normas éticas y virtudes cívicas. El cambio de época está en nuestra sensibilidad a la vez que atraviesa la crisis de mapas ideológicos y la erosión de los mapas cognitivos. No disponemos de categorías de interpretación capaces de captar el rumbo de las vertiginosas transformaciones que vivimos. Sólo alcanzamos a vislumbrar que en la crisis de los modelos de desarrollo y los estilos de modernización hay un fuerte cuestionamiento de las jerarquías centradas en la razón universal, que al trastornar el orden secuencial libera nuestra relación con el pasado, con nuestros diferentes pasados, permitiéndonos recombinar las memorias y reapropiarnos creativamente de una descentrada modernidad.

*La institucionalización del campo
y sus contradictorias consecuencias*

¿Cómo están *traduciendo* los estudios de comunicación los desafíos y sensibilidades que esos escenarios y esas atmósferas plantean? Y ¿en qué movimientos, conflictos o estrategias del campo se reflejan? En los últimos años la *institucionalización* del campo de la comunicación en América Latina es un hecho notorio y contradictorio que ha producido cambios cualitativos y hecho emerger nuevas tensiones. De un lado, está el número creciente de investigaciones, el volumen y calidad de las publicaciones, la conformación en algunos países de amplias comunidades de investigadores, los convenios de investigación entre países, la presencia internacional

de sus instituciones académicas, la cualificación de los postgrados. De otro, se ha ido configurando una densa tensión: la que plantean los diferentes modos de entender y efectuar la relación entre investigación y mercado. Lo que ahí está en juego no es una reedición de los “viejos” conflictos entre teoría y práctica, o entre saberes técnicos y crítica social, sino algo mucho más ambiguo y escurridizo, ligado a los desconciertos y escapismos que alimentan las atmósferas culturales del fin de siglo. La combinación de optimismo tecnológico con escepticismo político ha fortalecido un *realismo* de nuevo cuño que se atribuye a sí mismo el derecho a cuestionar todo tipo de estudio o investigación que no responda a unas *demandas sociales confundidas con las del mercado o al menos mediadas por éste*. Se acusa entonces al trabajo académico e investigativo de la década de los ‘80 de *improductivo*, de no haberse insertado en los ritmos del cambio tecnológico y económico, de haberse divorciado de los requerimientos profesionales que hace la nueva sociedad. Desde otro ángulo, esa posición representa una muestra de la sofisticada legitimación académica que ha logrado el neoliberalismo en nuestros países: el mercado fagocitando las demandas sociales y las dinámicas culturales deslegitiman cualquier cuestionamiento de un orden social que sólo puede darse su “propia forma” cuando el mercado y la tecnología liberan sus fuerzas y sus mecanismos. Lo que torna altamente sospechosa una búsqueda de institucionalización en la que, el afán por tener un *campo propio* se hace a costa de algo que, hasta en Estados Unidos, está siendo hoy cuestionado: la utilización de la investigación no como foco de comprensión sino como instrumento de legitimación que “negocia alcance teórico por territorio académico”⁴¹. Uno de los investigadores latinoamericanos que más ha luchado en y desde su país por la consolidación

de la comunidad investigativa en comunicación afirma: "La difícil y nunca consolidada constitución disciplinaria del estudio de la comunicación, que tantas desventajas ha acarreado a sus practicantes, es precisamente la condición de posibilidad de su nuevo desarrollo. No haber tenido la posibilidad en América Latina de haberse convertido en una 'ciencia normal', como diría Kuhn, es lo que ahora proporciona la movilidad necesaria para seguir persiguiendo su objeto y *generando socialmente sentido sobre la producción social del sentido* (...) conservando el impulso crítico y utópico que ha caracterizado a este campo en América Latina"⁴².

Ligado al anterior se configura otro ámbito de tensiones: en la medida en que la institucionalización de un campo supone su especialización disciplinaria, la *especificidad latinoamericana* que se expresa en la propuesta de insertar la investigación de comunicación en el espacio de las ciencias sociales y en el desarrollo de los estudios culturales, suscita últimamente polémicas descalificaciones. De un lado, el propósito de focalizar como eje de los estudios la trama social de los procesos comunicativos es visto como un obstáculo a la delimitación del "objeto propio" de la disciplina, objeto que estaría hace tiempo definido por el paradigma informacional y el análisis semiótico; y del otro, el esfuerzo por asumir la envergadura y el espesor cultural de la massmedición es confundido con un culturalismo que despolitizaría los procesos olvidando el peso de las estructuras de poder. Desde ambos lados la *transdisciplinariedad* se ha convertido en catalizador de malestares y sospechas, siendo acusada ya sea de la falta de rigor y seriedad metodológica que lastraría la investigación latinoamericana, impidiéndole alcanzar su mayoría de edad, o de devaluar la importancia de lo empírico en la compleja tarea de construcción de los "nuevos objetos".

Y sin embargo, lo que ha movilizado más fecundamente la investigación latinoamericana de comunicación en los últimos años han sido menos los cambios internos al propio campo que el movimiento de *reflexividad* producido en las ciencias sociales y el empate con la *reflexión* que viene de los estudios culturales. Más que por recurrencias temáticas o préstamos metodológicos, esa inserción se ha producido por *apropiaciones*: desde la comunicación se trabajan procesos y dimensiones que incorporan preguntas y saberes históricos, antropológicos, estéticos, al mismo tiempo que la sociología, la antropología y la ciencia política se empiezan a hacer cargo, ya no de forma marginal, de los medios y de los modos como operan las industrias culturales. De la *historia* de las transformaciones sufridas por la música negra en Brasil, que la llevan de las haciendas esclavistas a la ciudad masificada donde se produce su legitimación cultural como música nacional, a la *antropología* que indaga continuidades y rupturas en los rituales urbanos de la protesta política, y a la *sociología* que investiga el lugar que ocupan los medios en los consumos y las políticas culturales. La conciencia creciente del estatuto *transdisciplinar* del campo⁴³ no hace sino dar cuenta de la multidimensionalidad que en nuestra sociedad revisiten los procesos comunicativos y su gravitación creciente sobre los movimientos de desterritorialización e hibridaciones que en Latinoamérica cataliza y produce la modernidad. Transdisciplinariedad que en modo alguno significa la disolución de los problemas-objeto del campo de la comunicación en los de otras disciplinas sociales sino la construcción de las articulaciones e intertextualidades que hacen posible pensar los medios y las demás industrias culturales como matrices de desorganización y reorganización de la experiencia social y de la nueva trama de actores y estrategias de poder.

*Cambios que des-ordenan y des-centran
el campo de la comunicación*

No pueden resultar extraños los desconciertos que sufre la investigación ante la vastedad y gravedad de los problemas que hoy entrañan los procesos, tecnologías y medios de comunicación, la seducción que producen las fascinantes proezas de la tecnología prometiendo el reencantamiento de nuestras des-encantadas y desazonadas vidas y la multiplicidad de figuras que hoy suscita su ejercicio. De la descarada combinación entre el más grande optimismo tecnológico con el más radical pesimismo político lo que resulta es la conversión de los medios en vehículos de la omnipresente *mediación del mercado* y la deslegitimación de toda crítica a un orden social identificado con el mercado y las tecnologías.

En América Latina las temáticas de los congresos y los encuentros de comunicación en los años '90 —*Identidad e integración* (Felafacs, Acapulco, 1992)⁴⁴, *Comunicación y libre comercio* (Alaic, Sao Paulo, 1992)⁴⁵, *Propuestas metodológicas* (Alaic, Guadalajara, 1993)⁴⁶, *Modernidad y democracia* (Felafacs, Cali, 1994)⁴⁷ dibujan un mapa de preocupaciones sentidas y consensos institucionales, pero ellas no alcanzan a dar cuenta cabal de los conflictos que tensionan y dinamizan el campo. La riqueza de esas dinámicas pasa a mi ver por otro mapa: el que dibujan los textos que otean el horizonte del nuevo siglo. Y que arranca en las investigaciones que indagan *el des-ordenamiento y des-centramiento de lo cultural*. Introducido en primer lugar por la globalización económica que replantea la identificación de periferia con exterioridad: es *desde dentro* de nuestros países, en el espacio de lo nacional

y lo local, donde la cultura se mundializa⁴⁸, pues globalización no equivale a una mayor difusión de productos sino a la rearticulación de las relaciones entre países desde una descentralización que concentra poder, y un des-enraizamiento que hibrida las culturas. Pero lo que verdaderamente está en juego en la *hibridación*⁴⁹ no es sólo asunto de nuevos mestizajes sino la reorganización del campo cultural desde una lógica que desancla las experiencias culturales de los nichos y repertorios de las etnias y las clases sociales, de las oposiciones entre modernidad y tradición, modernidad y modernización⁵⁰, espesando la mediación tecnológica que emborrona las demarcaciones entre arte y ciencia, trabajo y juego⁵¹, entre lo oral, lo escrito y lo electrónico⁵², abriendo un desafío radical a las inercias teóricas, a las barreras entre saberes sociales, y planteando no sólo “nuevos objetos” de investigación sino nuevos modos de concebir las luchas entre mercado y producción simbólica, entre cultura y poder, entre modernización y democratización. Una especial reconfiguración de lo cultural es la que produce el universo audiovisual, y particularmente la televisión⁵³, al constituirse en dispositivo radicalizador del desanclaje que produce la modernidad, redefine las jerarquías que normaban la cultura y también sus modalidades, niveles y lenguajes. Con la deslegitimación que ello opera en el campo de los intelectuales⁵⁴: al cuestionar los paradigmas del saber que sustentaba la cultura letrada, y las autoridades en que cristalizaron viejas formas de dominación simbólica, los intelectuales ven hoy tensionada su figura entre el experto académico y el neopopulista de mercado; y descolocada por la del *analista simbólico*⁵⁵ que replantea la tarea del investigador social y el intelectual al insertar la *crítica* no en la distancia de los riesgos que

conlleva toda intervención en lo social sino en la dinámica que necesita toda sociedad para no anquilosarse.

En un segundo plano estratégico se ubican los procesos de *massmediación de la política*: la asimilación del discurso político al modelo de comunicación que propone, especialmente, la televisión⁵⁶—identificando lo público con la escena mediática— y su incidencia en los nuevos modos de representación política y de conformación de ciudadanía⁵⁷. Agotadas las generalidades en torno a la *espectacularización* de la política, hacia donde apunta el análisis que avizora el futuro es a dar cuenta de los dispositivos específicos que en la televisión conectan con la emergencia de una nueva *cultura* política. Esa que exige pensar los modos en que los medios entran no a sustituir sino a constituir, a formar parte de la trama tanto del discurso como de la acción política pues densifican las dimensiones simbólicas, rituales y teatrales que siempre tuvo la política, y hacen parte de las nuevas formas del reconocimiento y la interpelación de los sujetos y los actores sociales. Lo que desplaza la investigación, según la propuesta de M^aC. Mata, de los mecanismos que oponen “la plaza a la platea”, esto es a la escena mediática, para enfocar más bien las tensiones entre ambas, los usos que la política en la plaza hace de los medios —sus modos de *mirar a la cámara*⁵⁸— y los movimientos de resemantización mediante los cuales la escena mediática transforma el sentido de la *acción* política en *representación*⁵⁹, reduciendo la *publicidad* —el acto de hacer público— a mera *visibilidad*⁶⁰. Y también la que desplaza el punto de vista de la política formal para investigar el papel del consumo en los otros modos en que se construyen identidades y ciudadanías: esas prácticas socioculturales que configuran formas de reconocerse y de satisfacer necesidades, rituales de distinción y

modos de comunicación, pues en el consumir no sólo derrochamos y exhibimos, nos alienamos y sometemos, sino también reelaboramos el sentido de lo social, redefinimos la significación de lo público al publicar lo que creemos socialmente valioso, rehacemos lo que percibimos como propio, nos integramos y nos diferenciamos⁶¹.

La *ciudad-espacio de comunicación* aparece como otra atalaya desde la que vislumbrar cambios de fondo. La estrecha relación entre expansión/estallido de la ciudad y crecimiento/densificación de los medios y las redes electrónicas, está exigiendo pensar la envergadura antropológica de los cambios en *los modos de estar juntos*, esas nuevas socialidades que empatan con los nuevos escenarios urbanos de comunicación. Escenarios ubicados a múltiples niveles y conformados por ingredientes bien diversos, los que corresponden al desequilibrio generado por una urbanización irracional y especulativa que se hace visible en el empobrecimiento de las solidaridades e interacciones vecinales, en la reducción de la ciudad usable por los ciudadanos y su *compensación* por la cultura a domicilio y la reinención de unos lazos sociales en los que se entreteje la información que circula por las redes internacionales con la necesidad de pertenencia y de arraigo local⁶². Los escenarios que trazan los *imaginarios* desde los que la gente siente y se representa su ciudad: acontecimientos, personajes, mitos fundadores, lugares, olores y colores, historias, leyendas y rumores que la narran e identifican siguiendo topografías y trayectos bien diferentes de los que manejan los planificadores⁶³; y al mismo tiempo *modernización*, tensión entre memorias étnico-locales y memorias transnacionales, produciendo un mosaico cuya *figura* remite menos a las regularidades que pautan los expertos que al desorden y al caos que experimentan en su habitar los

ciudadanos⁶⁴. O los escenarios de la *ciudad-acontecimiento* que, al trastornar la cotidianidad inerte, sacan a flote la fragilidad del moderno orden urbano poniendo al descubierto la corrupción que enlaza la explosiva ineficiencia de los servicios públicos —inundaciones que dejan en la calle a miles de habitantes por mal estado de las redes de alcantarillado o escapes de gas que vuelan barrios enteros— con los dispositivos subterráneos del poder; y también el espesor comunicacional de las estrategias de supervivencia y de conformación de identidad ciudadana entre los marginados⁶⁵. Y los nuevos escenarios de los jóvenes, constituidos a la vez desde la homogeneización inevitable del vestido, la comida, la música, y una profunda necesidad de diferenciación que se expresa en los signos con que tejen sus grupalidades: del “hoyo” fonqui al punk, de la salsa barrial a la discoteca in, del concierto-ritual tecnológico y coreográfico al rock artesanal, en que se dicen las nuevas sensibilidades, las estéticas de lo desechable, las nuevas sonoridades, sones, ruidos y ritmos de la ciudad, la experiencia de las pandillas ante la cotidiana presencia de la muerte en las calles, la exasperación de la agresividad, la soledad hostil, la desazón moral, el desarraigo⁶⁶.

Finalmente, otro foco de avizoramiento: *la recepción/uso de medios y el consumo cultural*. Especialmente polémico, e incluso para algunos desgastado, el estudio de los procesos de recepción resulta doblemente ambiguo y también fuertemente revelador de algunos de los cambios más de fondo en la investigación de comunicación. Pues confundida con la *etapa* que, en la escuela norteamericana se adjudicó primero al paradigma de los “efectos” y después al de “usos y gratificaciones”, se pierde lo que desde América Latina se busca plantear: la recepción/consumo como *lugar epistemológico y*

metodológico desde el que repensar el proceso de comunicación. Pero al identificar esa propuesta, en no pocas investigaciones, con una especie de hipóstasis de la recepción, se acaba confundiendo el rescate de su actividad con el sofisma de "todo el poder al consumidor". De lo que se trata, aunque quizá aún no se haya logrado, es, sin embargo, de indagar lo que la comunicación tiene de intercambio e *interacción entre sujetos*⁶⁷ socialmente contruidos, y ubicados en condiciones y escenarios que son, de parte y parte, aunque asimétricamente, *producidos y de producción*, y por lo tanto espacio de poder, objeto de disputas, remodelaciones y luchas por la hegemonía⁶⁸. Y de otro lado, se trata de comprender las *formas de socialidad* que se producen en los *trayectos del consumo*⁶⁹, en lo que éstos tienen de competencia cultural, hecha pensable desde una etnografía de los usos⁷⁰ que investiga los movimientos de ruptura y de continuidad, de enraizamiento y deslocalización, así como las memorias cortas y largas que los atraviesan y sostienen. Perspectiva que resulta especialmente *prospectiva* al aplicarla a los trayectos culturales de la generación joven, esos que se constituyen en gran medida en la conexión/desconexión con las tecnologías y su capacidad de insertarse en la velocidad de los tiempos.

NOTAS

1. N. García Canclini, *Cultura y poder: ¿dónde está la investigación?*, ENAH, México, 1985, p.16.

2. Ver a ese propósito Ph. Schlesinger y otros, *Los intelectuales en la sociedad de la información*, Anthropos, Barcelona, 1987; S. Ramírez, *Culturas, profesiones y sensibilidades contemporáneas en Colombia*, Univalle, Cali, 1987.

3. O. Sunkel y P. Paz, *El subdesarrollo latinoamericano y la teoría del desarrollo*, Siglo XXI, México, 1970.

4. E. Sánchez Ruiz, "La crisis del modelo comunicativo de la modernización" en *Réquiem por la modernización*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México, 1986.

5. J. Nun, "El otro reduccionismo" en *América Latina: ideología y cultura*, Flacso, Costa Rica, 1982.

6. T. Adorno. *Teoría estética*, Taurus Madrid, 1980, p. 416.

7. J. Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Gustavo Gili, Barcelona, 1987, p. 122; traduc. *Communication, Culture and Hegemony*, Sage, London, 1990.

8. M. Piccini, *La imagen del tejedor: lenguajes y políticas de comunicación*, Gustavo Gili, México, 1987, p. 16; "Industrias culturales, transversalidades y regímenes discursivos", *DIA-LOGOS de la Comunicación*, N° 17, Lima, 1987.

9. J. Martín-Barbero, "Euforia tecnológica y malestar en la teoría", *DIA-LOGOS de la Comunicación*, N° 20, Lima, 1988; también "Identidad, comunicación y modernidad", *Contratexto*, N° 4, Lima, 1989.

10. L. Gutiérrez, /L.A. Romero, *Sectores populares y cultura política*, Sudamericana, Buenos Aires, 1985.

11. E. Squef y J.M. Wisnik, *O nacional e o popular na cultura brasileira: música*, Brasiliense, São Paulo, 1983.

12. N. García Canclini, *Las culturas populares en el capitalismo*, Nueva Imagen, México, 1982.

13. R. da Matta, *Carnavais, malandros, herois*, Zahar, Río de Janeiro, 1981.

14. Muñiz Sodré, *A verdade seduzida. Por um conceito de cultura no Brasil*, Codecri, Río de Janeiro, 1983.

15. J.J. Brünner, C. Catalán, A. Barrios, *Chile: transformaciones culturales y conflictos de la modernidad*, Flacso, Santiago de Chile, 1989.

16. N. García Canclini, (Coord.), *El consumo cultural en México*, Conaculta, México, 1994; (Edit.), *Políticas culturales en América Latina*, Grijalbo, México, 1987.

17. N. García Canclini, *Culturas híbridas*, Grijalbo, México, 1989.

18. J. Martín-Barbero, "La ciudad: entre medios y miedos", *Gaceta de COLCULTURA*, N° 8, Bogotá, 1990; "El tejido comunicativo de la democracia", *Telos*, N° 27, Madrid; "Dinámicas urbanas de la cultura", *Gaceta de COLCULTURA*, N° 12, Bogotá, 1991; "Mediaciones urbanas y nuevos escenarios de comunicación", *Sociedad*, N° 5, Buenos Aires, 1994.

19. R. Fuentes, "La investigación de la comunicación: hacia la post-disciplinarietà en las ciencias sociales", en *Medios y mediaciones*, Iteso, Guadalajara, México, 1994.

20. Algunos textos representativos de las nuevas tendencias: M. Wolf, "Tendencias actuales del estudio de medios", en *Comunicación social 1990*.

Tendencias, Informe Fundesco, Madrid, 1990; Ph. Schlesinger, "Identidad europea y cambios en la comunicación: de la política a la cultura y los medios", *Telos*, N° 23, Madrid, 1990; L. Grossberg, C. Nelson, P. Treichler, *Cultural Studies*, Routledge, New York, 1992; D. Morley, *Family, Television Cultural Power and Domestic Leisure*, Comedia, London, 1986; G. Marcus, M. Fhischer, *Anthropology as Cultural Critique*, The University of Chicago Press, 1986; H. Bhabha, *Nation and narration*, Toutledge, London, 1990.

21. J.J. Brünner, *Cartografías de la modernidad*, Dolmen, Santiago de Chile, 1995; O. Ianni, *Teorías de la globalización*, Siglo XXI, México, 1996.

22. O. Landi, (1984) *Crisis y lenguajes políticos*, Cedes, Buenos Aires, 1984; *Devórame otra vez: qué hizo la televisión con la gente, qué hace la gente con la televisión*, Planeta, Buenos Aires, 1982.

23. N. Lechner, "América Latina: la visión de los cientistas sociales", *Nueva Sociedad*, N° 139, Caracas, 1995, p. 124.

24. R. Sennet, *El declive del hombre público*, Península, Barcelona, 1978.

25. M. Castells, "La economía informacional y el proceso de globalización" en *La era de la información*, vol. I, Alianza, Madrid, 1997, pp. 93-179.

26. J. Habermas, *Teoría de la acción comunicativa. Complementos y estudios previos*, Cátedra, Madrid, 1989.

27. N. Lechner, *Los patios interiores de la democracia*, Fondo de Cultura Económica, Santiago de Chile, 1990.

28. N. Richard, *La insubordinación de los signos*, Cuarto Propio, Santiago de Chile, 1994; R. Reguillo, *La construcción simbólica de la ciudad: sociedad, desastre, comunicación*, Iteso, Guadalajara, México, 1996.

29. S. Gruzinski, *La guerra de las imágenes*, Fondo de Cultura Económica, México, 1994.

30. B. Sarlo, *Escenas de la vida postmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*, Ariel, Buenos Aires, 1994; N. Richard, *Residuos y metáforas*, Cuarto Propio, Santiago de Chile, 1998.

31. S. Ramírez/ S. Muñoz, *Trayectos del consumo. Itinerarios biográficos, producción y consumo cultural*, Univalle, Cali, 1996.

32. M. Augé, *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*, Gedisa, Barcelona, 1995; M. Canevachi, *La città polifónica. Saggio sull'antropología della comunicazione urbana*, Seam, Roma, 1993.

33. G. Rey y otros, "Otras plazas para el encuentro", en *Escenografías para el diálogo*, Ceaal, Lima, 1997; M.A. Garretón, *La faz sumergida del iceberg. Estudios sobre la transformación cultural*, Lom/Cesoc, Santiago de Chile, 1994.

34. H. Schmucler/M. C. Mata, (Coords.), *Política y comunicación: ¿hay un lugar para la política en la cultura mediática?*, Catálogos, Córdoba, 1992.

35. A. Piscitelli, "Tecnología, antagonismos sociales y subjetividad", en *DIA-LOGOS de la Comunicación*, N° 32, Lima, 1992; *Ciberculturas. En la era de las máquinas inteligentes*, Paidós, Buenos Aires, 1995.

36. M. Piccini, *La imagen del tejedor: lenguajes y políticas de comunicación*, Gustavo Gili, México, 1988.

37. M. Santos, *A natureza do espaço*, Hucitec, São Paulo, 1996.

38. H. Schmucler y otros, "Pensamientos sobre la técnica", *Artefacto*, 1996.

39. Sobre la prospectiva que señalan esos escenarios: *Nueva Sociedad*, N° 139, dedicada a "América Latina: la visión de los cientistas sociales", Caracas, 1995; y la compilación de textos: N. Lechner (Comp.), *Cultura política y democratización*, Flacso/Clacso, Santiago de Chile, 1988.

40. M. Hopenhayn, *Ni apocalípticos ni integrados*, Fondo de Cultura Económica, Santiago de Chile, 1994, en cuya reflexión me apoyo, así como en la de J.J. Brünner, *Bienvenidos a la modernidad*, Planeta, Santiago de Chile, 1994.

41. J.D. Peters, "Institutional Sources of Intellectual Poverty in Communication Research", *Communication Research*, vol. 13, N° 4, 1986, p. 314.

42. R. Fuentes, "La investigación de la comunicación: ¿hacia una post-disciplinaria en las ciencias sociales?", en J. Lameiras/J. Galindo (Eds.), Iteso, Guadalajara, México, 1994, p. 237; ver del mismo autor, *La comunidad desapercibida. Investigación e investigadores de la comunicación en México*, Coneic/Iteso, México, 1991.

43. R. Fuentes, *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina*, Felafacs/Coneic, México, 1992.

44. VV.AA., *Comunicación, identidad e integración latinoamericana*, vol. V, Felafacs/ Opción/Universidad Iberoamericana, México, 1992.

45. J. Marques de Melo (Coord.), *Comunicación latinoamericana: Desafíos de la investigación para el siglo XXI*, Alaic/USP, São Paulo, 1992.

46. C. Cervantes/E. Sánchez Ruiz (Coords.), *Investigar la comunicación. Propuestas latinoamericanas*, Alaic/Universidad de Guadalajara, México, 1994.

47. VV.AA., *Comunicación, modernidad y democracia*, en *DIA-LOGOS de la Comunicación*, N° 41, Felafacs, Lima, 1995.

48. R. Ortiz, *Mundialização e cultura*, Brasiliense, Sao Paulo, 1994.

49. N. García Canclini, *Culturas híbridas*, obra citada.

50. J.J. Brünner, *Cartografías de la modernidad*, Dolmen, Santiago de Chile, 1994.

51. A. Piscitelli, "De las imágenes numéricas a las realidades virtuales: esfumando las fronteras entre arte y ciencia", en *David y Goliath* N° 57, Buenos Aires, 1990; "Tecnología, antagonismos sociales y subjetividad", en *DIA-LOGOS de la Comunicación*, Lima, 1992.

52. A. Ford, *Navegaciones: comunicación, cultura y crisis*, Amorrortu, Buenos Aires, 1994.

53. O. Landi, *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente, qué hace la gente con la televisión*, Planeta, Buenos Aires, 1992; B. Sarlo, *Escenas de la vida postmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en Argentina*, Ariel, Buenos Aires, 1994; J.J. Brünner y C. Catalán, *Televisión: libertad, mercado y moral*, Los Andes, Santiago de Chile, 1995.

54. A. Pagni / E. Von der Walde, "Qué intelectuales en tiempos posmodernos", "Culturas del Río de la Plata", *Lateinamerika-Studien*, N° 36, Numberg, 1996.

55. J.J. Brünner/G.Sunkel, *Conocimiento, sociedad y política*, Flacso, Santiago de Chile, 1993.

56. D. Portales y otros, *La política en pantalla*, Ilet/Cesoc, Santiago de Chile, 1989; O. Landi, "La política en las culturas de la imagen", en *Devórame otra vez*, obra citada.

57. R. M^a Alfaro y otros, *Los medios, nuevas plazas para la democracia*, Calandria, Lima, 1995; M.A. Garretón, *Estudios sobre la transformación cultural*, Lom, Santiago de Chile, 1995.

58. H. Schmucler/M^a C. Mata (Coords.), *Política y comunicación*, Catálogos, Córdoba, 1992.

59. F. Cruces, *Las transformaciones de lo público: Imágenes de protesta en la Ciudad de México*, UAM Iztapalapa, México, 1995.

60. G. Rey, *Visibilidad y corrupción: los medios en el proceso 8000*, Cerec, Bogotá, 1996.

61. N. García Canclini, *Consumidores y ciudadanos*, Grijalbo, México, 1995.

62. N. García Canclini/M.Piccini, "Culturas de la Ciudad de México: símbolos colectivos y usos del espacio urbano", en *El consumo cultural en México*, Conaculta, México, 1993.

63. A. Silva, *Imaginario urbano*, Tercer Mundo, Bogotá, 1992.

64. N. García Canclini (Coord.), *Cultura y comunicación en la Ciudad de México*, Grijalbo, México, 1998; C. Monsiváis, *Los rituales del caos*, Era, México, 1995.

65. R. Reguillo, *La construcción simbólica de la ciudad*, Iteso, México, Guadalajara, 1995.

66. M. Margulis y otros, *La cultura de la noche*, Espasa, Buenos Aires, 1994; C. Monsiváis, *Escenas de pudor y liviandad*, Era, 1989; A. Salazar, *No nacimos pa'semilla. La cultura de las bandas juveniles en Medellín*, Cinep, Bogotá, 1990.

67. J. Martín-Barbero (Coord.), *Recepción, uso de medios y consumo cultural*, *DÍA-LOGOS de la Comunicación*, N° 30, Lima, 1991; M. Wilton de Sousa

(Org.), *Sujeito: o lado oculto do receptor*, Brasiliense, São Paulo, 1994; G.Orozco (Coord.), *Televidencia: perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*, Universidad Iberoamericana, México, 1994.

68. M^a C. Mata, "Interrogaciones sobre el consumo mediático", en *Nueva Sociedad*, N^o 140, Caracas, 1995; M.I. Vasallo de Lopes, "Recepção dos medios, classes, poder e estrutura", *Comunicação & Sociedade*, N^o 23, São Paulo, 1996.

69. Néstor García Canclini (Coord.), *El consumo cultural en México*, Conaculta, México, 1991; G.Sunkel (Coord.), *El consumo cultural en América Latina*, CAB, Bogotá, 1999.

70. VV.AA., "Etnografía y comunicación", N^o 4, monográfico revista *Versión*, México, 1994.

II. UNA AGENDA PARA EL CAMBIO DEL SIGLO

“El pensamiento actual acerca de las relaciones entre cultura y tecnología llega mayoritariamente a conclusiones desesperanzadas y se detiene. Los conservadores culturales dicen que la televisión por cable es la última ofrenda de la caja de Pandora y la transmisión por satélite coronará la torre de Babel. Al mismo tiempo una nueva clase de intelectuales, que dirige los centros en que operan las nuevas tecnologías culturales e informáticas, hablan confiadamente de su ‘producto’. Ninguna de esas posturas es un suelo firme. *Lo que tenemos es una pésima combinación de determinismo tecnológico y pesimismo cultural.* Así, conforme una tras otra de las viejas y elegantes instituciones se ven invadidas por los imperativos de una más dura economía capitalista no resulta sorprendente que la única reacción sea un pesimismo perplejo y ultrajado. Porque no hay nada que la mayoría de esas instituciones quiera ganar o defender más que el pasado, y el futuro alternativo traería precisa y obviamente la pérdida final de sus privilegios”.

RAYMOND WILLIAMS

En la nueva percepción del espacio y el tiempo que configura el fin del siglo XX se despliega un mapa de síntomas y desafíos para las ciencias sociales, una agenda nueva para la reflexión. Y especialmente en el rechazo de las ciencias sociales a hacerse cargo de la nueva *cultura comunicacional* hay algo más que el déficit de legitimidad académica que padece como “objeto” reciente. Pareciera más bien que

sociólogos y antropólogos percibieran oscuramente el estallido de las fronteras que aquella entraña —incluidas las de sus campos de estudio— por la configuración de objetos móviles, nómadas, de contornos difusos, imposibles de encerrar en las mallas de un saber positivo y rígidamente parcelado. Hacia allá apunta el desafío: hay en las transformaciones de la sensibilidad que emergen en la *experiencia comunicacional* un fermento de cambios en el saber mismo, el reconocimiento de que por allí pasan cuestiones que atraviesan por entero el desordenamiento de la vida urbana, el desajuste entre comportamientos y creencias, la confusión entre realidad y simulacro. Las ciencias sociales no pueden ignorar entonces que las nuevos modos de simbolización y ritualización del lazo social se hallan cada día más *entrelazados* a las redes comunicacionales y a los flujos informacionales. El estallido de las fronteras espaciales y temporales que ellos introducen en el campo cultural des-localizan los saberes y des-legitiman sus fronteras entre razón e imaginación, entre saber e información, ciencia y arte. Lo que modifica tanto el estatuto epistemológico como institucional de las *condiciones de saber* y de las *figuras de razón*: esas que constituyen las trazas del *cambio de época*, en su conexión con las nuevas formas de sentir y las nuevas figuras de la socialidad.

1. IMAGINARIOS DE LA GLOBALIZACIÓN E IMÁGENES DEL MUNDO

“La creciente globalización económica despertó fuerzas y formas de identidad cada vez más profundas, menos sociales y más culturales, que atañen a la lengua, a las relaciones con el cuerpo, a la memoria. Hay un cambio total de perspectiva: se consideraba que el mundo moderno estaba unificado mientras que la sociedad tradicional estaba fragmentada; hoy por el contrario, la modernización parece llevarnos de lo homogéneo a lo heterogéneo en el pensamiento y en el culto, en la vida familiar y sexual, en la alimentación o el vestido”.

ALAIN TOURAINE

Figuraciones del saber tecnológico

La pregunta de Heidegger por la técnica, en cuanto último avatar de la metafísica, resulta hoy mucho más reveladora que cuando fue formulada, ya que nunca antes la técnica había dejado tan radicalmente de ser mero utensilio para hablarnos de “su esencial relación con el develar en que se fundamenta todo producir”¹. Lo que ha sido traducido por Habermas al lenguaje sociológico afirmando: “si la técnica se convierte en la forma global de producción, define entonces a toda una cultura, y proyecta una totalidad histórica, un mundo”². Estamos ante un *universo tecno-lógico* que alumbraba un nuevo universal no centrado, o cuyo centro se halla en cualquier lugar —“universo de la Pantopia”³— que, según Michel Serres, concentra todos los lugares en uno y cada uno

es replicado en todos los demás. El viejo Leibniz podría ayudarnos a pensar las mediaciones que introduce hoy la *simulación* en cuanto "juego de ausencias" que aparece "cuando la ciencia toma el lugar de la Verdad y se deshace de su propia 'naturalidad' aceptando plenamente su operación como potencia de artificio"⁴, esto es, capaz de inventar un mundo que en lugar de dejarse representar se da en la mediación que desde la técnica lo transforma en virtual.

"El mundo aparece por primera vez como totalidad empírica por intermedio de las redes (...) pues en el proceso global de producción la circulación prevalece sobre la producción propiamente dicha. Incluso el patrón geográfico es definido por la circulación, ya que ésta es más densa, más extensa, y detenta el comando de los cambios de valor del espacio"⁵. Lo que las redes ponen, entonces, en circulación son a la vez flujos de información y movimientos de integración a la globalidad tecnoeconómica, la producción de un nuevo tipo de *espacio reticulado* que debilita las fronteras de lo nacional y lo local al mismo tiempo que convierte esos *territorios* en puntos de acceso y transmisión, de activación y transformación del sentido del comunicar y del poder: tanto de aquel que según Foucault se ejerce ya no desde la verticalidad del trono sino desde la retícula cotidiana que ajusta los deseos, las expectativas y demandas de los ciudadanos a los regulados disfrutes del consumidor, como de aquel otro que al intensificar la división/especialización/descentralización del trabajo intensifica la velocidad de circulación del capital, del financiero como del productivo, de las informaciones, de las mercancías y los valores.

Virtuales de entrada, en cuanto tejido que da forma al ciberespacio, como en el sentido ontológico de la *potencia*⁶: las redes se vuelven *reales* cuando son activadas, usadas para

negociar o gestionar, para navegar o conversar. Frente a tanto tratado sabihondamente cientifista, e irresponsablemente optimista, sobre las virtudes del espacio virtual, me quedo con el gesto pedagógico de Michel Serres al leer *La Odisea* como el primer relato sobre un navegante virtual, que nos cuenta “el deambular y los naufragios de un marino osado y astuto con el que su mujer se reunía en sueños, día y noche, tejiendo y destejiendo en su telar el mapa de los viajes de su marido. ¡El amante y la amante habían dejado de estar presentes! Mientras el primero navegaba por el mar real, la segunda soñaba en el espacio virtual de la red que iba urdiendo. Penélope urdía en el telar el atlas que Ulises atravesaba a remo y vela, y que Homero cantaba con la lira o la cítara”⁷. La singularidad del mundo que habitamos pasa por los espacios virtuales que, en otros tiempos, tejían los sueños y las representaciones, y ahora tejen también las redes de comunicación. Redes que no son sólo técnicas sino sociales, pues por el momento Internet sólo concierne a menos del 1% de la población, y aunque el crecimiento de los usuarios en América Latina es muy rápido, los tipos de usos diferencian radicalmente el significado social del estar enchufado a la red. Entre el peso de la información estratégica para la toma de decisiones financieras y la levedad del paseante extasiado ante las vitrinas de los bulevares virtuales ya hay un buen trecho. Que se hace mucho mayor cuando el crecimiento de la riqueza interior a la red es conectado con la acelerada pauperización social y psíquica que se vive en su exterior: en el *lugar* desde el que la gente se enchufa a la red. Todo lo cual tiene poco que ver con las tan repetidas y gastadas denuncias de la homogeneización de la vida o la devaluación de la lectura de libros. Pues la virtualidad de las redes escapa a la razón dualista con la que

estamos habituados a pensar la técnica, haciéndolas a la vez abiertas y cerradas, integradoras y desintegradoras, totalizadoras y destotalizantes, nicho y pliegue en el que conviven y se mezclan lógicas, velocidades y temporalidades tan diversas como las que entrelazan las texturas del relato oral, la intertextualidad de las escrituras y las intermedialidades del hipertexto.

La pregunta por la técnica se nos vuelve cada día más crucial en la medida en que la diversidad de técnicas, constatada por los antropólogos, es aceleradamente sustituida por una mundialización de la tecnología, por su tornarse global. Claro que esa aceleración actual es engañosa pues encubre aquel largo proceso que de la revolución industrial, la de las máquinas, condujo a la de los signos, la cibernética, y de ésta a la informática, a la revolución electrónica y digital. De todos modos es la rapidez de su difusión la que nos coloca en una situación nueva, caracterizada por dos rasgos: la ausencia de vínculos entre tecnología y herencias culturales, su instalarse no importa en qué región o país como elemento exógeno a las demandas locales, esto es como dispositivo de producción a escala planetaria, como *conector universal en lo global*; y en segundo lugar su fuerte incidencia en la división internacional del trabajo, trastornando a la vez las condiciones de producción y las relaciones centro/periferia al efectuar una rearticulación de las relaciones entre países mediante una des-centralización que concentra el poder económico y una des-localización que hibrida las culturas. Estamos ante un nuevo tipo de técnica: aquel que tiene la capacidad de transformar al mundo en tecnoesfera.

Y ¿cuáles son entonces algunos rasgos claves de la mutación que experimentamos? Una mirada crítica nos asegura

que el actual desarrollo tecnológico está trastornando tanto la imagen mental del mundo que habitamos como las coordenadas de la experiencia sensible: "el espacio que atraviesan nuestros itinerarios perceptivos se halla hoy estratificado según la velocidad del medio tecnológico que usamos (...) pero la multiplicidad de temporalidades que vivimos no se halla regulada por la lógica interna del sistema técnico"⁸. Ello significa entonces que nuestra inserción en la nueva *mundanidad técnica* no puede ser pensada como un automatismo de adaptación socialmente inevitable sino más bien como un proceso densamente cargado de ambigüedades, de avances y retrocesos. Un complejo conjunto de filtros y "membranas osmóticas" regula selectivamente la multiplicidad de interacciones que entrelazan los flujos entre los viejos y los nuevos modos de habitar el mundo.

Encuadrando el balance en el marco ecológico de lo que él denomina *entorno artificial*, E. Manzini retoma en positivo el concepto de *artefacto* (lo hecho con arte versus lo artificioso o engañoso) para pensar los nuevos modos en que las técnicas nos tocan y hablan: la progresiva emergencia de la profundidad de la materia y de las estructuras —desde la que nos interpelaban los objetos antiguos— hacia la superficie, desde la que nos hablan hoy los objetos convertidos en soportes de información. Lo artificial tiende así a devenir un *continuum de superficies* cada vez más densamente interactivas. La conversión de la realidad en *espectáculo* arrancaría ahí: no en el plano de la evasión o la simulación tramposa sino en el de una transformación tal de la imagen de la realidad que hace ineludible el preguntarnos "si ella amenaza en profundidad la existencia humana, hasta qué punto, o si al contrario representa una mutación antropológica de las que han marcado favorablemente la historia humana"⁹. La

toma de distancia crítica, indispensable, del vértigo en que nos sumergen las innovaciones tecnológicas, empieza por romper el espejismo producido por el *régimen de inmaterialidad* que rige el mundo de las comunicaciones, de la cultura o del dinero, esto es la pérdida de espesor físico de los objetos haciéndonos olvidar que nuestro mundo está a punto de naufragar bajo el peso y el espesor de los desechos acumulados por el proceso de producción de las técnicas. Lo que es positivo si al mismo tiempo asumimos el espesor de la presencia y la extensión irreversible del entorno tecnológico que habitamos.

De otra parte, no es cierto que la penetración y expansión de la innovación tecnológica en el entorno cotidiano implique la sumisión automática a las exigencias de la racionalidad tecnológica, de sus ritmos y sus lenguajes. De hecho lo que está sucediendo es que la propia presión tecnológica está suscitando la necesidad de encontrar y desarrollar otras racionalidades, otros ritmos de vida y de relaciones tanto con los objetos como con las personas, en las que la densidad física y el espesor sensorial son el valor primordial. ¿De qué habla la obsesión por los deportes y los aeróbicos sino del esfuerzo por reencontrarse con el propio cuerpo? Y la búsqueda de las medicinas alternativas o de "terapias de relaciones", más allá de la rentabilidad que el mercado está sabiendo sacar de todo ello, ¿no nos están señalando la importancia que ha recobrado el contacto y la inmediatez en la comunicación?¹⁰ Ciertamente, la mediación tecnológica se espesa cada día más trastornando nuestra relación con el mundo, desterrando quizá para siempre el sueño griego de que el hombre sea "la medida de todas las cosas". Pero ese cambio no tiene su origen en la técnica, él hace parte de un proceso mucho más ancho y largo: el de la secularizadora racional-

zación del mundo que, según Weber, constituye el núcleo más duro y secreto del movimiento de la modernidad.

*Territorios:
entre la levedad del espacio y el espesor del lugar*

“En la disposición del territorio el *tiempo* cuenta más que el *espacio*, pero ya no se trata del tiempo local y cronológico, sino de un tiempo *mundial* que se opone tanto al espacio local como al espacio mundial del planeta. El ‘espacio-mundo’ de la geopolítica cede progresivamente su prioridad estratégica al ‘tiempo-mundo’ de una proximidad cronoestratégica sin intervalos ni antípodas”.

PAUL VIRILIO

Las relaciones tiempo/espacio han servido de escenario a una vieja pugna entre las ciencias sociales, privilegiadoras del tiempo —como ámbito del cambio social, de la revolución, de la modernización— sobre el espacio, y la estética, valoradora de la espacialidad en todas sus formas —escrita, plástica, escenográfica— y de una intemporalidad con la que el arte ha buscado defenderse del desgaste y la finitud. La filosofía por su parte muestra hasta nuestros días una permanente oscilación: frente al Foucault que mira el espacio como un multiplicado panóptico, lugar de la vigilancia, la disciplina y el castigo, Michel de Certeau introducirá pioneramente una concepción activa del espacio inspirada en la distinción lingüística entre lengua/habla: mientras el *espacio* se define por el entrecruzamiento de vectores de dirección y de velocidad (presencia del tiempo) y por lo tanto como algo producido por operaciones y movimientos, como algo ‘practicado’, el *lugar* en cambio es el equivalente de la palabra,

ámbito de apropiación, de prácticas ya sean del habitar o el transitar¹¹.

El tiempo aparece en realidad como elemento determinante de cambios en el momento en que la modernidad introduce el *valor-tiempo* tanto en la aceleración del ritmo de los procesos económicos, como en el de la innovación técnica y estética, poniendo en marcha una contradicción central: la aceleración de la novedad acelera también la propia obsolescencia de lo nuevo. La compresión tiempo-espacio, que acelera el ritmo de la vida a la vez que tiende a borrar linderos y barreras espaciales, está ya presente en la experiencia temprana de la modernidad. Pero otro elemento hace parte también de esa experiencia: el impulso racionalizador en cuanto capaz de la *producción de espacio* (para la industria, los transportes, las comunicaciones), esto es como ámbito específico de creación de riqueza y de entrelazamiento entre racionalización e innovación estética, que es explícitamente el espacio de la arquitectura, ya sea en Le Corbusier o en la Viena fin de siglo.

David Harvey¹² ha reconstruido el recorrido que sigue el estrechamiento de los lazos entre la compresión del tiempo/espacio y las lógicas de desarrollo del capitalismo. Recorrido del que hacen parte tanto las grandes Exposiciones de 1851 en Francia y de 1893 en Estados Unidos, como la invención y aplicación de "la línea de montaje" por Ford, primera aparición del dispositivo de *fragmentación* al servicio de la aprehensión globalizada de la producción en serie. También el arte y la literatura que con Picasso, Braque, Joyce, Proust, incorporarán muy pronto la fragmentación del espacio y del relato abandonando tanto el espacio plano de la pintura como la narración lineal. El resultado de ese entrelazamiento de lógicas va a ser un proyecto de espacio nuevo,

que rompiendo por primera vez con nacionalismos y localismos proclama al modernismo estético como una dimensión del internacionalismo revolucionario.

Pero no será hasta comienzos de los años '70 cuando el sentido de la espacialidad sufra cambios de fondo. El ámbito determinante de ese cambio son las nuevas condiciones del capitalismo: "las condiciones de una *acumulación flexible*", hecha posible por las nuevas tecnologías productivas y las nuevas formas organizacionales conducentes a una descentralización que es *desintegración vertical* de la organización del trabajo —multiplicación de las sedes, subcontratación, multiplicación de los lugares de ensamblaje— y a una creciente centralización financiera. Del otro lado, aparecen por esos mismos años los "mercados de masa" introduciendo nuevos estilos de vida aparentemente democratizadores pero cuyos productos son la más clara expresión del proceso de racionalización del consumo, pues aceleran la obsolescencia no sólo de los productos sino de los estilos de vida y de moda, y hasta de las ideas y los valores. "Lo que preocupa ahora al capitalismo en forma predominante es la producción de signos y de imágenes (...) La competencia en el mercado se centra en la construcción de imágenes, aspecto que se vuelve tan crucial o más que el de la inversión en nueva maquinaria"¹³. Las reestructuraciones del espacio no significarían entonces su devaluación frente al tiempo —como piensa Virilio¹⁴— sino un cambio profundo en su significado social: "La paradoja de que cuanto menos decisivas se tornan las barreras espaciales tanto mayor es la sensibilidad del capital hacia las diferencias del lugar y tanto mayor el incentivo para que los lugares se esfuercen por diferenciarse como forma de atraer el capital"¹⁵. La identidad local es así conducida a convertirse en una *representación*

de la diferencia que la haga comercializable, esto es sometida al torbellino de los collages e hibridaciones que impone el mercado.

Escribe O. Ianni: "Caminamos, a lo largo de siglos, de la antigua comunión de los lugares con el Universo a la interdependencia global de los lugares en el Mundo. En ese largo camino el Estado-nación fue un divisor de aguas al entronizar la noción jurídico-política de territorio"¹⁶. Pero lo que va a dar sentido de pertenencia a la colectividad que habita ese nuevo territorio fueron, según B. Anderson, dos formas de la imaginación que florecen en el siglo XVIII: la novela y el periódico, ya que fueron ellas las que "proveyeron los medios técnicos necesarios para la 'representación' de la clase de *comunidad imaginada* que es la nación"¹⁷. Esa *representación*, y sus medios, son hoy completamente incapaces de dar cuenta del doble des-anclaje que experimenta la nación, tanto en su espacio como en su tiempo. En una obra capital, que tematiza dimensiones poco pensadas en el discurso postmoderno, P. Nora desentraña el sentido de una contradicción crucial en este fin siglo, la que entraña el desvanecimiento del sentimiento histórico y el crecimiento de la *pasión por la memoria*: "La nación de Renan ha muerto y no volverá. No volverá porque el relevo del mito nacional por la memoria supone una mutación profunda: un pasado que ha perdido la coherencia organizativa de una historia, se convierte por completo en un espacio patrimonial"¹⁸. Es decir, un espacio más museográfico que histórico. Y una memoria nacional edificada sobre la reivindicación patrimonial estalla, se divide, se multiplica. Ahora cada región, cada localidad, cada grupo étnico o racial reclama el derecho a su memoria. Lo que complementa O. Monguin: "Poniendo en escena una *representación* fragmentada de la unidad territorial

de lo nacional los *lugares de memoria* celebran paradójicamente el fin de la *novela nacional*"¹⁹.

Pero mientras la novela nacional muere a golpes de emborronamiento de los tiempos y la fragmentación de las memorias, hay algo a lo que el proceso de globalización le ha devuelto, paradójicamente su valor: el *territorio del lugar*. Para M. Santos se trata de la imposibilidad de habitar el mundo, y de insertarnos en lo global, sin algún tipo de anclaje en el espacio y en el tiempo²⁰. Pues el *lugar* significa nuestro anclaje primordial: la corporeidad de lo cotidiano y la materialidad de la acción, que son la base de la heterogeneidad humana y de la reciprocidad, forma primordial de la comunicación. Pues aún atravesado por las redes de lo global, el lugar sigue hecho del tejido y la proxemia de los parentescos y las vecindades. Lo cual exige poner en claro que el sentido de *lo local* no es unívoco: pues uno es el que resulta de la fragmentación, producida por la des-localización que impone lo global, y otro bien distinto el que asume *el lugar* en los términos de Michel de Certeau o de Marc Augé. Que es el *lugar* que introduce *ruido* en las redes, distorsiones en el discurso de lo global, a través de las cuales emerge la palabra de otros, de muchos otros. Ahí está —por más tópico que resulte— la palabra del subcomandante Marcos introduciendo (junto con el *ruido de fondo* que pone la sonoridad de la selva Lacandona) la gravedad de la utopía en la levedad de tanto chismorreo como circula por Internet. Y los usos que de esa misma red hacen hoy multitud de minorías y comunidades marginadas o grupos de anarquistas. Y sobre todo la vuelta de tuerca que evidencia en las grandes ciudades el uso de las redes electrónicas para construir grupos que, virtuales en su nacimiento, acaban territorializándose,

pasando de la conexión al encuentro, y del encuentro a la acción.

Romper toda dependencia local es quedarse sin la indispensable *perspectiva temporal*. Y hoy asistimos a "la aparición de un tiempo *mundial* susceptible de eliminar la referencia concreta del tiempo *local* de la geografía que hace la historia"²¹. Primero fue el tiempo *cíclico* de los orígenes, después el *lineal* de la historia cronológica, ahora entramos en un tiempo *esférico* que al desrealizar el espacio liquida la memoria, su espesor geológico y su carga histórica.

Imaginarios de lo global

Los imaginarios de la globalización preparan y refuerzan la globalización de los imaginarios, ya sean los que alientan su visión como la última utopía o los que la identifican con la más terrorífica de las pesadillas. Contemporáneos de un fin de siglo, y de milenio, quizá de lo que habla el vértigo de los discursos sea la sensación del "fin de un mundo" y del brumoso horizonte de otro que, por más oscuro y contradictorio que aparezca, estamos necesitados de pensar.

Una primera incitación a pensar *el mundo* nos viene de la geografía al plantearnos que la ausencia de categorías analíticas y de historia del presente nos mantienen mentalmente anclados en el tiempo de las relaciones internacionales cuando lo que estamos necesitando pensar es *el mundo*, esto es, el *paso de la internacionalización a la mundialización*²². Proceso en el que las tecnologías de la información tienen un papel crucial, pues a la vez que intercomunican los lugares transforman *el sentido del lugar en el mundo*. Con el desafío epistemológico a las ciencias sociales y la filosofía que ello

supone, ya que en últimas de lo que habla la globalidad-mundo es de “una nueva manera de estar en el mundo”²³. Y ello tanto en el sentido que la categoría *mundo* ha tenido para los filósofos como para los sociólogos: la nueva significación del mundo ya no es asimilable “a lo real”²⁴, ni derivable de la que hasta hace poco fue una de las categorías centrales de las ciencias sociales, la del Estado-nación. La globalización no se deja pensar como mera extensión cuantitativa o cualitativa de la sociedad nacional. No porque esa categoría y esa sociedad no sigan teniendo vigencia — la expansión y exasperación de los nacionalismos de toda laya así lo atestiguan— sino porque el conocimiento acumulado sobre lo nacional responde a un paradigma que no puede ya “dar cuenta ni histórica ni teóricamente de toda la realidad en la que se insertan hoy individuos y clases, naciones y nacionalidades, culturas y civilizaciones”²⁵. Las resistencias en las ciencias sociales a aceptar que se trata de un *objeto nuevo* son muy fuertes. De ahí la tendencia a subsumir ese objeto en los paradigmas clásicos, del evolucionismo o el historicismo, y a focalizar sólo aspectos parciales —económicos o ecológicos— que parecerían seguir siendo comprensibles desde una continuidad sin traumas con la idea de lo nacional.

Es esa continuidad, de la que se nutren nociones como imperialismo, dependencia e incluso interdependencia, la que está encubriendo la necesidad de someter esas nociones a una profunda reformulación a la luz de los cambios radicales que atraviesan tanto la idea de soberanía como de hegemonía. El que hoy siga habiendo dependencias e imperialismos no significa que el escenario no haya cambiado sino que los viejos tipos de vínculos se hallan subsumidos y atravesados por otros nuevos que no se dejan pensar desde

la transferencia de categorías como las de Estado, nación, territorio, región, etc. Las condiciones de desigualdad entre naciones, regiones y Estados, continúan e incluso se agravan, pero ya no pueden ser pensadas al margen de la aparición de redes y alianzas que reorganizan tanto las estructuras estatales como los regímenes políticos y los proyectos nacionales.

Otra fuente de *imaginarios del mundo* es la visión de la Tierra que nos procuró la cámara de un satélite, esa primera *imagen* que tuvimos del mundo "desde *el espacio*": tanto de aquel por el que se mueven los satélites y navegan los astronautas, como de ese otro que, comprimido por la aceleración del tiempo, está trastornando nuestros modos de percibir y de sentir. Esa primera imagen condensó las tensiones e hibridaciones que atraviesan y sostienen las relaciones de lo territorial y lo global al mismo tiempo que el mercado ponía en marcha una *globalización del imaginario* mediante la cual "se exporta territorio —Amazonia, banano y carnaval— mientras se importa la escena global que produce la tecnología (...) Estrategia que es responsable de la curiosa máscara que nos permite encontrar en el mundo la imagen de todos los territorios"²⁶. Y cuya contraparte es el crecimiento acelerado del *no-lugar*: ese espacio en que los individuos son descargados del peso de la identidad interpelante o interpelada y exigidos únicamente de interacción con informaciones, textos o imágenes, que se repiten incessantemente de una punta a la otra del mundo²⁷. Más lentos sin embargo que la economía o la tecnología, los imaginarios colectivos arrastran, conservan huellas y restos del *lugar* que intensifican las contradicciones entre viejos hábitos y destrezas nuevas, entre ritmos locales y velocidades globales.

Una última fuente de imaginarios de lo mundial se halla

en las secretas complicidades entre el sentido de lo *universal*, que puso en marcha la Ilustración, y la globalización civilizatoria que el etnocentrismo occidental ha hecho pasar por universal, esto es "la idea de una *universalidad* que se opone a (niega) toda otra particularidad que no sea la del individuo, que pasa entonces a representar la única forma de *particularidad*, haciendo que todas las otras formas de realidad social nazcan de la relación entre los individuos"²⁸. La mejor expresión de esa complicidad fue la idea de *desarrollo* que agenció la propia ONU desde mediados de los años '50: desarrollarse para los países del Tercer Mundo se identificó con asumir la negación/superación de todas sus particularidades culturales y civilizatorias. Mirada desde el hoy la idea de universalidad que nos legó la Ilustración revela lo que ésta tenía a la vez de utopía emancipatoria y de universalización de una particularidad: la europea. Enfrentar el etnocentrismo civilizatorio que propaga la globalización nos exige contraponer a una "globalización enferma porque en lugar de unir lo que busca es unificar"²⁹ las subversivas imágenes de una *universalidad descentrada*, capaz de impulsar el movimiento emancipador sin imponer como requisito su propia civilización. Las redes informacionales se configuran así en escenario estratégico de la lucha por descentrar la mundialización, no sólo del proceso de centralización económica sino cultural, esto es de la particularidad civilizatoria que hoy orienta la globalización.

2. TRANSFORMACIONES DE LA EXPERIENCIA URBANA

"El aficionado a la vida hace del mundo su familia, entra en la multitud como en inmenso depósito de electricidad, en un caleidoscopio dotado de conciencia que, en cada uno de sus movimientos, representa la vida múltiple y la gracia precaria".

CHARLES BAUDELAIRE

"Haber sido empujado por la multitud es la experiencia que Baudelaire destaca como decisiva e inconfundible entre todas las que hicieron de su vida lo que llegó a ser (...). Así está tramada la vivencia a la que Baudelaire dio peso de experiencia. Baudelaire señaló el precio al que puede tenerse la sensación de lo moderno: la trituración del aura en la vivencia del shock".

WALTER BENJAMIN

Fenomenología de la experiencia

Pocos temas ocupan un lugar tan decisivo en el debate cultural de este fin de siglo como el de la ciudad: como si en ella se concentraran a la vez las pesadillas que nos atemorizan y las esperanzas que nos mantienen vivos. Como si en la ciudad se dieran cita en esta hora las mutaciones más de fondo, y fuera desde ahí desde donde nos fuera dado comprender el/los sentido/s de las transformaciones que atraviesan la sociedad y el hombre mismo.

Pues la ciudad no es sólo un entorno que ambienta el quehacer y el hacerse del hombre sino que es —aún en el

degradado medio—ambiente de las ciudades de hoy— *su mundo*³⁰. Y que seguir añorando nostálgicamente el tiempo de una ciudad sin deterioro y caos no sólo es escapar por una gatera metafísica a los desafíos de la historia sino impedirnos asumir activamente los *materiales* de los que está hecha —y con los que construir— la ciudad de hoy: sus territorialidades y su desterritorialización, sus miedos y sus narrativas, sus juegos y su caos, sus trayectos a pie y en bus, sus centros y sus marginalidades, sus tiempos y sus calendarios. En especial los muy diversos tiempos de la sensibilidad que encabalgan nuestras ciudades latinoamericanas a medio hacer, en las que la estética del audiovisual halla intensas complicidades en las oralidades culturales de las mayorías, en las que el hambre y el analfabetismo se cruzan a cada instante con los hipermercados y las pantallas electrónicas³¹.

Es en cuanto narración que la ciudad se nos da a pensar. Desde las narrativas judeo-cristianas del origen descubriéndonos que la primera ciudad la fundó la rebeldía, a la que respondió una maldición que amenaza a la ciudad con ruina y deterioro progresivos, como si el crecimiento mismo de la ciudad estuviera cargado de culpa. Pero quizás el crecimiento del espacio urbano no signifique tanto la expansión del espacio asfaltado sino el *crecimiento de una experiencia temporal urbana sin culpa y sin utopía*³². La descentralización de lo sagrado y su nomadización, su migración de un sitio a otro, hace posible que la ciudad se libere del marcaje que la liga exclusivamente a la memoria de la etnia y se abra a la memoria de la especie. He aquí una clave crucial para entender el proceso de *modernización* de nuestras ciudades, y los conflictos y violencias que conlleva, más allá de los indicadores desarrollistas: entender la modernización como

*tensión entre memorias étnicas y memorias universales*³³. Lo que torna enormemente complejas las territorialidades modernas y frecuentemente fallidas tanto las literaturas urbanas que tratan de narrarlas como las intervenciones políticas que intentan planificarlas.

Otra clave de lectura de la ciudad es el arte del *puzzle*: frente a tanta investigación que proclamando multicausalidades e interdisciplinas mantiene las piezas separadas impidiéndonos ver la ciudad, es necesario revalorar la experiencia y la narratividad de los *habitantes*. Porque la *figura* de la ciudad tiene menos que ver con la alta regularidad de los modelos expertos del edificar que con el mosaico artesanal del habitar. Y ello nos descubre que la geografía de las identidades remite tanto a las figuras que demarcan las calles y las plazas como a las *fisuras* que introduce el desorden de las experiencias y los relatos. Del mismo modo frente a los funcionalismos arquitectónicos y las estéticas racionalistas que ven la ciudad como sistema cerrado, de partes nítidamente delimitadas y sometidas a un régimen fijo, la pista de las *fisuras* hace posible descubrir otra visión y otra dinámica: la de las fluctuaciones y los flujos en que se gestan *otros órdenes*³⁴. Visión desde la que se abre una pedagogía ciudadana del *juego* en el sentido que tienen las trayectorias en cuanto *tácticas* del que camina cotidianamente la ciudad³⁵.

Metodológicamente la ciudad nos reta casi tanto al pensarla como al habitarla. ¿Es que podemos aún pensar la ciudad como un todo o estamos irremediablemente limitados a no percibir sino fragmentos reunidos en figuras sin referente en la realidad? Y entonces, es posible percibir la ciudad como un asunto *público* o como mera sumatoria de intereses privados³⁶. Pues si en lugar de abrir la mirada, las teorías del caos se limitan a celebrar la opacidad irreductible del hecho

urbano, hallaríamos ahí una muy peligrosa complicidad con la tendencia neoliberal a *culpar del caos urbano* a la maraña de reglamentaciones del Estado, que estarían impidiendo a la ciudad *darse su forma*, esa que sólo podrá encontrar cuando el mercado libere sus propias dinámicas, sus mecanismos *naturales*. Enfrentar esa convergencia nos está exigiendo asumir la experiencia de des-orden y opacidad que hoy produce la ciudad, su resistencia a la mirada monoteísta, pretendidamente omnicomprendiva, y la adopción de un pensamiento nómada y plural, capaz de burlar los compartimentos de las disciplinas e integrar dimensiones y perspectivas hasta ahora obstinadamente separadas. Resulta entonces indispensable deslindar la posibilidad de una *mirada de conjunto* a la ciudad, de su nostálgica complicidad con la idea de unidad o identidad perdida, conducentes a un pesimismo culturalista que nos está impidiendo comprender de qué están hechas las fracturas que la estallan. Pues de lo que habla ese estallido es tanto de las renovadas formas de marginación y exclusión social como de los *nuevos modos de estar juntos* desde los que los ciudadanos experimentan la heterogénea trama sociocultural de la ciudad, la enorme diversidad de estilos de vivir, de modos de habitar, de estructuras del sentir y del narrar. Una trama cultural que desafía nuestras nociones de cultura y de ciudad, los marcos de referencia y comprensión forjados sobre la base de identidades nítidas, de arraigos fuertes y deslindes claros. Pues nuestras ciudades son hoy el ambiguo, enigmático escenario de algo no representable ni desde la diferencia excluyente y excluida de lo autóctono ni desde la inclusión uniformante y disolvente de lo moderno.

Heterogeneidad simbólica e inabarcabilidad de la ciudad, cuya expresión más cierta está en los cambios que atraviesan

los modos de experimentar la pertenencia al territorio y las formas de vivir la identidad. Cambios que se hallan, si no determinados, al menos fuertemente asociados a las transformaciones tecnoperceptivas de la comunicación, al movimiento de desterritorialización e internacionalización de los mundos simbólicos y al desplazamiento de fronteras entre tradiciones y modernidad, entre lo local y lo global, entre cultura letrada y cultura audiovisual. En la investigación sobre esos nuevos modos de *estar juntos* aparecen en primer plano las transformaciones de la sensibilidad que producen los acelerados procesos de modernización urbana y los escenarios de comunicación que, en sus fragmentaciones y flujos, conexiones y redes, construye la ciudad virtual.

Modernización urbana y cambios en la sensibilidad

“Lo propio de la ciudad es su avance voraz, su no reconocer fronteras, su olvido sistemático de las tradiciones. Lo urbano es ahora el don de armonizar lo opuesto, lo irreconciliable, lo duro, lo frágil, lo marcado por las generaciones, lo que en sí mismo empieza y se consume”.

CARLOS MONSIVÁIS

El historiador José Luis Romero fue el primero en pensar la modernización de las ciudades latinoamericanas en su especificidad antropológica, los cambios en los modos de *estar y sentirse juntos*, la desarticulación de las formas tradicionales de cohesión y la modificación estructural de las formas de socialidad: “Hubo una especie de explosión de gente, en la que no se podía medir cuanto era mayor el número y cuanto era mayor la decisión para conseguir que se contara con

ellos y se los oyera. Eran las ciudades que empezaban a masificarse. En rigor esa masa no tenía un sistema coherente de actitudes ni un conjunto armonioso de normas. Cada grupo tenía las suyas. La sociedad no poseía ya un estilo de vida sino muchos modos de vida sin estilo"³⁷. La masa, marginal durante mucho tiempo, invadía el centro de la ciudad y lo resignificaba imponiendo la ruptura ostensible de las formas de "urbanidad", pues su sola presencia implicaba un desafío radical al orden de las exclusiones y los privilegios ya que su deseo más secreto era acceder a los bienes que representaba la ciudad. Y al mismo tiempo la ciudad se transformaba con la aparición del "folclor aluvial", la moderna cultura urbana, la del tango y el fútbol, hecha de mestizajes e impurezas, de patetismo popular y arribismo burgués. Salida del suburbio la cultura popular-de-masa le da forma al estallido de la ciudad. Romero avizoró certeramente lo que la urbanización de las sociedades latinoamericanas contenía de masificación estructural y de fragmentación socio-cultural.

En Colombia los procesos de urbanización revisten de entrada dos peculiaridades notorias: antes que a la modernización industrial, política o cultural, aparecen ligados a la Violencia³⁸ de fines de los años '40 a mediados de los '60 que llevó a millones de campesinos a abandonar sus tierras *invadiendo* las ciudades, obligándolas a reorganizarse de modo compulsivo, esto es sin el largo de tiempo y el mínimo de planificación que esa reorganización requería. La segunda peculiaridad reside en que el éxodo rural no se volcó sobre unas pocas grandes ciudades —Bogotá, Cali, Medellín—, como ha sucedido con las migraciones en la mayoría de América Latina, sino que afectó también a una multiplicidad de ciudades intermedias, como Bucaramanga, Pereira o

Neiva, e incluso a ciudades que no pasaban de los 20.000 habitantes³⁹. Sólo desde mediados de los años '60 la urbanización responde a una modernización industrial y al inicio de una transformación general de las condiciones de vida y de las costumbres tradicionales. Transformación que tendrá para Colombia también un significado especial: instalado en un persistente aislamiento, en un "ensimismamiento interiorizado"⁴⁰ el país inicia por esos años un proceso de internacionalización que le permite ampliar tanto la visión del mundo como de sí mismo, cuestionar lo que durante muchos años creyó inmodificable y rehacer la percepción de su propia identidad.

Todo lo anterior está exigiendo diferenciar la aparición del *modernismo arquitectónico*, que los historiadores sitúan a mediados de los años '30⁴¹, de los procesos de modernización de la vida urbana. Diferenciación que evidencia una lacerante asimetría, denunciada así por unos arquitectos italianos visitantes de Bogotá: ¿"Cómo pueden ustedes construir una ciudad tan pobre en términos de calidad de vida, con tan precario entorno urbano, alrededor de una arquitectura de tan buena calidad estética?"⁴². Nos referimos entonces a los procesos que están transformando la configuración de la ciudad: la explosión espacial que borra sus fronteras con los municipios aledaños, formando *conurbaciones* gigantescas alrededor de las grandes ciudades; la diversificación de propuestas de hábitat —condominios multifamiliares cerrados, enormes edificios de apartamentos, micro-ciudades insertadas y a la vez segregadas por la privatización de las calles que le dan acceso— deshaciendo y rehaciendo las *formas de socialidad*, transformando el sentido del barrio o la función de los espacios públicos; la estandarización de los usos de la calle, de los lugares de espectáculos, del comercio,

del deporte; la destrucción o resignificación del *centro* y de territorios y lugares claves para la memoria ciudadana. Si de un lado, urbanización significa acceso a los servicios (agua potable, energía, salud, educación), descomposición de las relaciones patriarcales, y cierta visibilidad y legitimación de las culturas populares, de otro significa también desarraigo y crecimiento de la marginación, la radical separación entre trabajo y vida, y la pérdida constante de memoria urbana.

En América Latina el proceso modernizador de la urbanización⁴³ responde a tres tipos de dinámicas bien diversas pero complementarias. Una, el deseo y la presión de las mayorías por conseguir mejores condiciones de vida, esto es, las *nuevas aspiraciones y demandas* que emergen desde mediados de los años '70 con los nuevos movimientos sociales a partir de los cuales se construyen alternativas de convocación y aglutinación de los sectores populares, o de los movimientos feministas que dan forma a la autonomía conquistada por las mujeres, y de las organizaciones no gubernamentales que configuran nuevos modos de acción política y de participación ciudadana. Dos, la *cultura del consumo* que nos llega de los países centrales, revolucionando los modelos de comportamiento y los estilos de vida, desde las costumbres alimenticias a las modas vestimentarias, los modos de divertirse, las maneras de ascenso y los signos sociales de estatus. El impulso de esa cultura se halla en la *modernidad-mundo* que produce el acelerado y ambiguo proceso de globalización de la economía y la cultura. Y tres, las *nuevas tecnologías comunicacionales* que presionan hacia una sociedad más abierta e interconectada, que agilizan los flujos de información y las transacciones internacionales, que revolucionan las condiciones de producción y de acceso al saber, pero al mismo tiempo borran memorias, trastornan el sentido

del tiempo, la percepción del espacio amenazando las identidades, pues en ellas cobran figura los imaginarios en que se plasman los nuevos sentidos que en su heterogeneidad hoy cobra tanto lo local como los modos de pertenencia y reconocimiento que hacen la identidad nacional.

Retomando a E.P.Thompson⁴⁴ podemos hablar de la memoria de una "economía moral" que desde el mundo popular atraviesa la modernización y se hace visible en un *sentido de la fiesta* que, de la celebración familiar del bautismo o la muerte al festival del barrio, integra sabores culturales y saberes de clase, transacciones con la industria cultural y afirmaciones étnicas. O esa otra vivencia del trabajo, que subyace a la llamada "economía informal" en la que se revuelve el *rebusque* como estrategia de supervivencia marginal, incentivada o consentida desde la propia política económica neoliberal, con lo que en los sectores populares aún queda de rechazo a una organización del trabajo incompatible con cierta percepción del tiempo, cierto sentido de la libertad y del valor de lo familiar, economía otra que habla de que no todo destiempo por relación a la modernidad es pura anacronía, puede ser también *residuo*⁴⁵ no integrado de una aún empecinada utopía. O el *chisme* y el *chiste*, en muchos casos modo de comunicación que vehicula contrainformación, a un mismo tiempo vulnerable a las manipulaciones massmediáticas y manifestación de las potencialidades de la cultura oral⁴⁶. También el *centro* de nuestras ciudades es con frecuencia un lugar popular de choques y negociaciones culturales "entre el tiempo homogéneo y monótono de la modernidad y el de otros calendarios, los estacionales, los de las cosechas, los religiosos"⁴⁷. En el centro se pueden descubrir los tiempos de las cosechas de las frutas, mientras los velones, los ramos o las estampas anun-

cion la semana santa, el mes de los difuntos o las fiestas de los santos patronos.

Mirando desde el otro lado, desde la configuración de los gustos y los *imaginarios populares*, la telenovela colombiana⁴⁸ a lo largo de los últimos casi veinte años ha dibujado un mapa bien diferente de aquel al que nos tiene acostumbrados la retórica desarrollista: un mapa expresivo de las discontinuidades y los destiempos, como también de las secretas vecindades e intercambios entre modernidad y tradiciones, entre el país urbano y país rural. Es un mapa con poblaciones a medio camino entre el pueblo campesino y el barrio ciudadano, con *pueblos* donde las relaciones sociales ya no tienen la estabilidad ni la transparencia —la elementalidad— de lo rural, y con *barrios* que son el ámbito donde sobreviven entremezcladas relaciones verticales y autoritarismos feudales con la horizontalidad tejida en el rebusque y la informalidad urbanos. Los pueblos muestran su agotamiento demográfico, y la centralidad que aún ocupa la religión, pero al mismo tiempo aparecen las transformaciones que introduce la energía eléctrica, el teléfono, el cine, el tractor, la motocicleta, la radio, el agua potable, la televisión, el biorritmo: cambios que no afectan sólo al ámbito del trabajo o la vivienda sino a la subjetividad, la afectividad, la sensualidad. Por su parte el *suburbio* —nuestros desmesurados barrios de invasión, como Agua Blanca en Cali, las comunas nororientales en Medellín o Ciudad Bolívar en Bogotá— aparecen como lugar estratégico del *reciclaje cultural*: entre la complicidad que permite sacar partido de los vicios de los ricos, y la resistencia que guarda residuos de solidaridades y generosidades a toda prueba, vemos formarse una trama de intercambios y exclusiones que, aún en el esquematismo de esos relatos, habla del mestizaje entre la violencia que se

sufre y aquella otra con la que se resiste, y de las transacciones morales sin las cuales resulta imposible sobrevivir en la ciudad.

En la trama que tejen esos *inter-cambios* se hace visible la imposibilidad de seguir pensando por separado los procesos de la modernización industrial y tecnológica de las dinámicas culturales de la modernidad. Cuestionando certeramente ese dualismo F. Giraldo y H.F. López plantean: "El marginado que habita en los grandes centros urbanos de Colombia, y que en algunas ciudades ha asumido la figura del sicario, no es sólo la expresión del atraso, la pobreza o el desempleo, la ausencia de la acción del Estado en su lugar de residencia y de una cultura que hunde sus raíces en la religión católica y en la violencia política. También es el reflejo, acaso de manera más protuberante, del hedonismo y el consumo, la cultura de la imagen, la drogadicción, en una palabra de la colonización del mundo de la vida por la modernidad"⁴⁹. La comprensión de nuestra modernidad *periférica* está exigiendo pensar juntos la innovación y la resistencia, las continuidades y las rupturas, el desfase en el ritmo de las diferentes dimensiones del cambio y las contradicciones no sólo entre diferentes ámbitos —tecnológico, político, social— sino entre diversos planos de un mismo ámbito. Hablar en estos países de *pseudomodernidad*, u oponer modernidad a modernización, resulta a ratos sugerente y pedagógicamente cómodo, pero acaba legitimando la visión de estos pueblos como meros reproductores y deformadores de la verdadera modernidad que los países del centro construyeron. Impidiéndonos así comprender la especificidad de los procesos, la peculiaridad de los ritmos y la densidad de mestizajes y destiempos en que se produce nuestra modernidad. No resulta extraño que, ante los tabiques

que erigen las demarcaciones trazadas por las disciplinas, sus prestigios académicos y sus inercias políticas, sean intelectuales o artistas no adscribibles a esas demarcaciones, los que mejor perciban y expresen las hibridaciones del mundo popular urbano: “En nuestra barriadas populares tenemos camadas enteras de jóvenes, incluso adultos, cuyas cabezas dan cabida a la magia y la hechicería, a las culpas cristianas y a su intolerancia piadosa, lo mismo que al mesianismo y al dogma estrecho e hirsuto, a utópicos sueños de igualdad y libertad, indiscutibles y legítimos, así como a sensaciones de vacío, ausencia de ideologías totalizadoras, fragmentación de la vida y tiranía de la imagen fugaz y al sonido musical como único lenguaje de fondo”⁵⁰.

En lo que concierne al mundo de los jóvenes, a donde apuntan los cambios es a la emergencia de sensibilidades dotadas de una fuerte empatía con la cultura tecnológica que va de la información absorbida por el adolescente en su relación con la televisión —que erosiona seriamente la autoridad de la escuela como única instancia legítima de transmisión de saberes— a la facilidad para entrar y manejarse en la complejidad de las redes informáticas. Frente a la distancia y prevención con que gran parte de los adultos resienten y resisten esa nueva cultura —que desvaloriza y vuelve obsoletos muchos de sus saberes y destrezas, y a la que de su parte responsabilizan de la decadencia de los valores intelectuales y morales que padece hoy la sociedad— los jóvenes experimentan una empatía hecha no sólo de facilidad para relacionarse con las tecnologías audiovisuales e informáticas, sino de *complicidad expresiva*: es en sus relatos e imágenes, en sus sonoridades, fragmentaciones y velocidades que ellos encuentran su idioma y su ritmo. Pues frente a las culturas letradas, ligadas a la lengua y al territorio, las electrónicas,

audiovisuales, musicales, rebasan esa adscripción produciendo *comunidades hermenéuticas* que responden a nuevos modos de percibir y narrar la identidad. Identidades de temporalidades menos largas, más precarias pero también más flexibles, capaces de amalgamar ingredientes de universos culturales muy diversos, cuya mejor expresión quizás sea el *rock en español*: idioma en que se dice la más profunda brecha generacional y algunas de las transformaciones más de fondo que está sufriendo la cultura política. Desde la estridencia sonora del Heavy Metal a los nombres de los grupos —Féretro, La Pestilencia, Kraken— pasando por las estrategias que le impone el mercado del disco, de la radio o de la escenografía tecnológica de los conciertos, ese rock hace audibles sonoridades que vienen de las culturas regionales y sensibilidades que recogen los ruidos y los sonos de nuestras ciudades, la soledad hostil y el desarraigo.

Modelo informacional y experiencia social

Más allá de lo que revelan esos dos ámbitos, la modernización urbana se identifica cada día más estrechamente —tanto en la hegemónica racionalidad que inspira la planificación de los urbanistas como en la contradictoria experiencia de los ciudadanos o en la resistencia que oponen los movimientos sociales—, con el *paradigma de comunicación* desde el que se busca regular el caos urbano. Se trata del *paradigma informacional*⁵¹, centrado sobre el concepto de *flujo*, entendido como tráfico ininterrumpido, interconexión transparente y circulación constante de vehículos, personas e informaciones. La verdadera preocupación de los urbanistas no será, por tanto, que los ciudadanos se encuentren sino que circulen,

porque ya no se les quiere reunidos sino *conectados*. De ahí que no se construyan plazas ni se permitan recovecos, y lo que ahí se pierda poco importa, pues en la "sociedad de la información" lo que *interesa* es la ganancia en la velocidad de circulación.

¿En qué maneras experimenta el ciudadano la ambigua modernización que, bajo el paradigma del flujo, viven nuestras ciudades, sus formas de habitarla, de padecerla y resistirla? Esquemáticamente describiremos tres: la des-espacialización, el des-centramiento, y la des-urbanización.

Des-espacialización significa en primer lugar que el espacio urbano no cuenta sino en cuanto valor asociado al precio del suelo y a su inscripción en los movimientos del flujo vehicular: "es la transformación de los lugares en espacios de flujos y canales, lo que equivale a una producción y un consumo sin localización alguna"⁵². La materialidad histórica de la ciudad en su conjunto sufre así una fuerte devaluación, su "cuerpo-espacio" pierde peso en función del nuevo valor que adquiere su tiempo, "el régimen general de *la velocidad*"⁵³. No es difícil ver aquí la conexión que enlaza esa descorporización de la ciudad con el cada día más denso flujo de las imágenes devaluando y hasta sustituyendo el intercambio de experiencias entre las gentes. Asumiéndolo como una mutación cultural de largo alcance, G. Vattimo lo asocia al "debilitamiento de lo real"⁵⁴ que experimenta el desarraigado hombre urbano en la *fabulación* que produce la constante mediación y entrecruce de informaciones y de imágenes. Pero el desarraigo urbano remite, por debajo de ese bosque de imágenes, a otra cara de la des-espacialización: a la borrada de la memoria que produce una urbanización racionalizadamente salvaje. El flujo tecnológico, convertido en coartada de otros más interesados flujos,

devalúa la memoria cultural hasta justificar su arrasamiento. Y sin referentes a los que asir su reconocimiento los ciudadanos sienten una inseguridad mucho más honda que la que viene de la agresión directa de los delincuentes, una inseguridad que es *angustia cultural y pauperización psíquica*, la fuente más secreta y cierta de la agresividad de todos.

Con *des-centramiento* de la ciudad señalamos no la tan manoseada descentralización sino la "pérdida de centro". Pues no se trata sólo de la degradación sufrida por los centros históricos y su recuperación "para turistas" (o bohemios, intelectuales, etc.) sino de la propuesta de una ciudad configurada a partir de circuitos conectados en redes cuya topología supone la *equivalencia de todos los lugares*. Y con ello, la supresión o desvalorización de aquellos lugares que hacían función de centro, como las plazas. El descentramiento que estamos describiendo apunta justamente a un ordenamiento que privilegia las avenidas rectas y diagonales, en su capacidad de operativizar enlaces, conexiones de flujos versus la intensidad del encuentro y la peligrosidad de la aglomeración que posibilitaba la plaza. La única centralidad que admite la ciudad hoy es *subterránea* en el sentido que le da M. Maffesoli⁵⁵ y que remite sin duda a la multiplicación de los dispositivos de enlace del poder tematizada por Foucault⁵⁶. Nos quedan, ahora en plural y en sentido "desfigurado", los *centros comerciales* reordenando el sentido del encuentro entre las gentes, esto es funcionalizándolo al espectáculo arquitectónico y escenográfico del comercio y concentrando las actividades que la ciudad moderna separó: el trabajo y el ocio, el mercado y la diversión, las modas elitistas y las magias populares.

Des-urbanización indica la reducción progresiva de la ciudad que es realmente usada por los ciudadanos. El tamaño

y la fragmentación conducen al desuso por parte de la mayoría no sólo del centro sino de espacios públicos cargados de significación durante mucho tiempo. La ciudad vivida y gozada por los ciudadanos se estrecha, pierde sus usos⁵⁷. Las gentes también trazan sus circuitos, que atraviesan la ciudad sólo obligados por las rutas de tráfico, y la bordean cuando pueden en un uso puramente funcional. Habría también otro sentido para el proceso de desurbanización: el de la *ruralización* de nuestras ciudades. A medio hacer como la urbanización física, la cultura de la mayoría que las habita se halla a medio camino entre la cultura rural en que nacieron —ellos, sus padres o al menos sus abuelos— ya rota por las exigencias que impone la ciudad, y los modos de vida plenamente urbanos. El aumento brutal de la presión migratoria en los últimos años y la incapacidad de los gobiernos municipales para frenar siquiera el deterioro de las condiciones de vida de la mayoría, está haciendo emerger la “cultura del rebusque” que devuelve vigencia a “viejas” formas de supervivencia rural, que vienen a insertar, en los aprendizajes y apropiaciones de la modernidad urbana, saberes y relatos, sentires y temporalidades fuertemente rurales⁵⁸.

¿Podemos seguir hablando entonces de Sao Paulo, Caracas o Bogotá como de *una* ciudad? Más allá de la folclorizada retórica de los políticos, y la nostalgia de los periodistas “locales”, que nos recuerdan cotidianamente las costumbres y los lugares “propios”: ¿Qué comparten verdaderamente las gentes de los semirurales barrios de invasión, las favelas y las callampas con los condominios de clase media y los apartados barrios de la clase alta, blindados por los sistemas más sofisticados de vigilancia y control? ¿Serán el club de fútbol y la música? En la ciudad estallada y descentrada

¿qué convoca hoy a las gentes a juntarse, qué imaginarios hacen de aglutinante y en qué se apoyan los reconocimientos?⁵⁹ Es obvio que los diversos sectores sociales no sienten la ciudad desde las mismas referencias materiales y simbólicas. Pero nos referimos a otro plano: a la heterogeneidad de los referentes identificatorios que propone, a la precariedad de los modos de arraigo o de pertenencia, a la expansión estructural del anonimato y a las nuevas formas de comunicación que la propia ciudad ahora produce.

*Medios, flujos y redes:
los nuevos escenarios de comunicación*

A lo que nos avoca la hegemonía del paradigma informacional sobre la dinámica de lo urbano es al descubrimiento de que la ciudad ya no es sólo un "espacio ocupado" o construido sino también un *espacio comunicacional* que conecta entre sí sus diversos territorios y los conecta con el mundo. Hay una estrecha simetría entre la expansión/estallido de la ciudad y el crecimiento/densificación de los medios y las redes electrónicas. Si las nuevas condiciones de vida en la ciudad exigen la reinención de lazos sociales y culturales, "son las redes audiovisuales las que efectúan, desde su propia lógica, una nueva diagramación de los espacios e intercambios urbanos"⁶⁰. En la ciudad diseminada e inabarcable sólo el medio posibilita una experiencia-simulacro de la ciudad global: es en la televisión donde la cámara del helicóptero nos permite acceder a una imagen de la densidad del tráfico en las avenidas o de la vastedad y desolación de los barrios de invasión, es en la TV o en la radio donde cotidianamente *conectamos* con lo que en la ciudad

“que vivimos” sucede y nos implica por más lejos que de ello estemos: de la masacre del Palacio de Justicia al contagio de sida en el banco de sangre de una clínica, del accidente de tráfico que tapona la vía por la que debo llegar a mi trabajo a los avatares de la política que hacen caer los valores en la Bolsa. En la ciudad de los flujos comunicativos cuentan más los procesos que las cosas, la ubicuidad e instantaneidad de la información o de la decisión vía teléfono celular o fax desde el computador personal, la facilidad y rapidez de los pagos o la adquisición de dinero por tarjetas. La imbricación entre televisión e informática produce una alianza entre velocidades audiovisuales e informacionales, entre innovaciones tecnológicas y hábitos de consumo : “Un aire de familia vincula la variedad de las pantallas que reúnen nuestras experiencias laborales, hogareñas y lúdicas”⁶¹ atravesando y reconfigurando las experiencias de la calle y hasta las relaciones con nuestro cuerpo, un cuerpo sostenido cada vez menos en su anatomía y más en sus extensiones o prótesis tecnomediáticas: la ciudad informatizada no necesita cuerpos reunidos sino interconectados.

Ahora bien lo que constituye la fuerza y la eficacia de la *ciudad virtual*, que entretejen los flujos informáticos y las imágenes televisivas, no es el poder de las tecnologías en sí mismas sino su capacidad de acelerar —de amplificar y profundizar— tendencias estructurales de nuestra sociedad. Como afirma F. Colombo, “hay un evidente desnivel de vitalidad entre el territorio real y el propuesto por los mass-media. La posibilidad de desequilibrios no deriva del exceso de vitalidad de los media, antes bien proviene de la débil, confusa y estancada relación entre los ciudadanos del territorio real”⁶². Es el desequilibrio urbano generado por un tipo de urbanización irracional el que de alguna forma es com-

pensado por la eficacia comunicacional de las redes electrónicas. Pues en unas ciudades cada día más extensas y desarticuladas, y en las que las instituciones políticas “progresivamente separadas del tejido social de referencia, se reducen a ser sujetos del evento espectacular lo mismo que otros”⁶³, la radio y la televisión acaban siendo el dispositivo de comunicación capaz de ofrecer formas de contrarrestar el aislamiento de las poblaciones marginadas estableciendo vínculos culturales comunes a la mayoría de la población. Lo que en Colombia se ha visto reforzado en los últimos años por una especial complicidad entre medios y *miedos*. Tanto el atractivo como la incidencia de la televisión sobre la vida cotidiana tiene menos que ver con lo que en ella pasa que con lo que compele a las gentes a resguardarse en el espacio hogareño. Como escribí en otra parte, en buena medida “si la televisión atrae es porque la calle expulsa, es de los miedos que viven los medios”⁶⁴. Miedos que provienen secretamente de la pérdida del sentido de pertenencia en unas ciudades en las que la racionalidad formal y comercial ha ido acabando con el paisaje en que se apoyaba la memoria colectiva, en las que al *normalizar* las conductas, tanto como los edificios, se erosionan las identidades y esa erosión acaba robándonos el piso cultural, arrojándonos al vacío. Miedos, en fin, que provienen de un orden construido sobre la incertidumbre y la desconfianza que nos produce el otro, cualquier otro —étnico, social, sexual— que se nos acerca en la calle y es compulsivamente percibido como amenaza.

Al crecimiento de la inseguridad la ciudad virtual responde expandiendo el anonimato que posibilita el *no-lugar*⁶⁵: ese espacio en que los individuos son liberados de toda carga de identidad interpeladora y exigidos únicamente de

interacción con informaciones o textos. Es lo que vive el comprador en el supermercado o el pasajero en el aeropuerto, donde el texto informativo o publicitario lo va guiando de una punta a la otra sin necesidad de intercambiar una palabra durante horas. Comparando las prácticas de comunicación en los supermercados con las de la plazas populares de mercado constatamos hace ya veinte años esa sustitución de la interacción comunicativa por la textualidad informativa: "Vender o comprar en la plaza de mercado es enredarse en una relación que exige hablar. Donde mientras el hombre vende, la mujer a su lado amamanta al hijo, y si el comprador le deja, le contará lo malo que fue el último parto. Es una comunicación que arranca de la expresividad del espacio —junto al calendario de la mujer desnuda, una imagen de la Virgen del Carmen se codea con la del campeón de boxeo y una cruz de madera pintada en purpurina sostiene una mata de sábila— a través de la cual el vendedor nos habla de su vida, y llega hasta el regateo, que es posibilidad y exigencia de diálogo. En cóntraste, usted puede hacer todas sus compras en el supermercado sin hablar con nadie, sin ser interpelado por nadie, sin salir del narcisismo especular que lo lleva de unos objetos a otros, de unas "marcas" a otras. En el supermercado sólo hay la información que le transmite el empaque o la publicidad"⁶⁶. Y lo mismo sucede en las autopistas. Mientras las "viejas" carreteras atravesaban las poblaciones convirtiéndose en calles, contagiando al viajero del "aire del lugar", de sus colores y sus ritmos, la autopista, bordeando los centros urbanos, sólo se asoma a ellos a través de los textos de las vallas que "hablan" de los productos del lugar y de sus sitios de interés.

No puede entonces resultar extraño que las nuevas formas de habitar la ciudad del anonimato, especialmente por

las generaciones que han nacido con esa ciudad, sea insertando en la homogeneización inevitable (del vestido, de la comida, de la vivienda) una pulsión profunda de diferenciación que se expresa en las *tribus*⁶⁷: esas grupalidades nuevas cuya ligazón no proviene ni de un territorio fijo ni de un consenso racional y duradero sino de la edad y del género, de los repertorios estéticos y los gustos sexuales, de los estilos de vida y las exclusiones sociales. *Parceros, plásticos, traquetos, guabalosos o desechables* son algunas denominaciones que señalan la emergencia de diferentes grupalidades en Cali⁶⁸; *plásticos, boletas, gomelos, ñeros, nerds, alternativos* son las denominaciones de las grupalidades más frecuentes en Bogotá⁶⁹. Basadas en implicaciones emocionales y en localizaciones nómadas esas tribus se entrelazan en redes ecológicas u orientalistas que amalgaman referentes locales a símbolos vestimentarios o lingüísticos desterritorializados, en un replanteamiento de las fronteras de lo nacional no desde fuera, bajo la figura de la invasión, sino de adentro: en la lenta erosión que saca a flote la arbitraria artificiosidad de unas demarcaciones que han ido perdiendo capacidad de hacernos *sentir juntos*. Es lo que nos descubren a lo largo de América Latina las investigaciones sobre las tribus de la noche en Buenos Aires, sobre los chavos-banda en Guadalajara, o sobre las bandas juveniles de las comunas nororientales de Medellín⁷⁰. Enfrentando la masificada diseminación de sus anonimatos, y fuertemente conectada a las redes de la cultura-mundo del audiovisual, la heterogeneidad de las tribus urbanas nos descubre la radicalidad de las transformaciones que atraviesa el *nosotros*, la profunda reconfiguración de la socialidad.

Esa reconfiguración encuentra su más decisivo escenario en la formación de un nuevo *sensorium*: frente a la *dispersión*

y la *imagen múltiple* que, según W. Benjamin, conectaban “las modificaciones del aparato perceptivo del transeúnte en el tráfico de la gran urbe”⁷¹ del tiempo de Baudelaire con la experiencia del espectador de cine, los dispositivos que ahora conectan la estructura comunicativa de la televisión con las claves que ordenan la nueva ciudad son otros: *la fragmentación* y *el flujo*. Mientras el cine catalizaba la “experiencia de la multitud”, pues era en multitud que los ciudadanos ejercían su derecho a la ciudad, lo que ahora cataliza la televisión es, por el contrario, la “experiencia doméstica” y domesticada, pues es “desde la casa” que la gente ejerce ahora cotidianamente su participación en la ciudad.

Hablamos de *fragmentación* para referirnos no a la forma del relato televisivo sino a la *des-agregación social*, a la atomización que la privatización de la experiencia televisiva consagra. Constituida en el centro de las rutinas que ritman lo cotidiano⁷², en dispositivo de aseguramiento de la identidad individual⁷³ y en terminal del videotexto, la videocompra, el correo electrónico y la teleconferencia⁷⁴, la televisión convierte el espacio doméstico en territorio virtual: aquel al que, como afirma Virilio, “todo llega sin que haya que partir”. Lo que resulta importante comprender entonces no es sólo el encerramiento, el repliegue sobre la privacidad hogareña, sino la reconfiguración de las relaciones de lo privado y lo público que ahí se produce, esto es la superposición entre ambos espacios y el emborramiento de sus fronteras. Lo público gira hoy en torno a lo privado no solamente en el plano económico sino en el político y el cultural. Y recíprocamente *estar en casa* ya no significa ausentarse del mundo: “la televisión es hoy día la representación más aproximada del demiurgo platónico; y la fascinación que ejerce sobre los seres humanos no tiene que ver únicamente con la información

o con el entretenimiento: la oferta televisiva principal es el mundo, el teledicto es un cosmopolita⁷⁵. Lo que identifica la *escena pública* con lo que "pasa en" la televisión no son únicamente las inseguridades y violencias de la calle, hoy son los medios masivos, y en modo decisivo la televisión, el equivalente del antiguo *ágora*: el escenario por antonomasia de la cosa pública. Cada día en forma más explícita la política, tanto la que se hace en el Congreso como en los ministerios, en los mítines y las protestas callejeras, y hasta en los atentados terroristas, se hace *para las cámaras*, que son la nueva expresión de la existencia social. Y también el mercado ha invadido el ámbito privado convirtiendo al *consumo productivo* en una fuerza económica de primera magnitud: ser telespectador "equivale a convertirse en elemento de una población analizable estadísticamente en función de sus gustos y preferencias que se revelan en el consumo productivo previo a la compra de la mercancía física"⁷⁶. Al *consumir* su tiempo de ocio la telefamilia genera un nuevo mercado y una nueva mercancía: el valor del tiempo medido por el nivel de audiencia de los productos televisivos. Y aún más decisivo es lo que sucede en el plano cultural: mientras ostensiblemente se reduce la asistencia a los eventos culturales en lugares públicos, tanto de la alta cultura (teatros, museos, ballet, conciertos de música culta), como de la cultura local popular (actividades de barrio, festivales, ferias artesanales) la *cultura a domicilio*⁷⁷ crece y se multiplica desde la televisión herziana (que ve más del 90% en promedio en toda América Latina) a la de cable y las antenas parabólicas —que ha hecho crecer en forma inabarcable el número de canales y la cantidad de horas de emisión⁷⁸— y la videgrabadora que en varios países latinoamericanos ya supera el cincuenta por ciento de hogares, al tiempo que se

“populariza” el uso del computador personal, el multimedia y la internet.

Del *pueblo* que se toma la calle al *público* que va al teatro o al cine la transición es transitiva y conserva el carácter colectivo de la experiencia. De los públicos de cine a las *audiencias* de televisión el desplazamiento señala una profunda transformación: la pluralidad social sometida a la lógica de la desagregación hace de la diferencia una mera estrategia de rating. Y no representada en la política, la fragmentación de la ciudadanía es tomada a cargo por el mercado: es de ese cambio que la televisión es la principal mediación.

El *flujo* televisivo es el dispositivo complementario de la fragmentación: no sólo de la discontinuidad espacial de la escena doméstica sino de la pulverización del tiempo que produce la *aceleración* del presente, la contracción de lo actual, la “progresiva negación del intervalo”, transformando el tiempo extensivo de la historia en el intensivo de la instantánea. Lo que afecta no sólo al discurso de la información (cada día temporal y expresivamente más cercano al de la publicidad), sino al *continuum* del palimpsesto televisivo⁷⁹ —la diversidad de programas cuenta menos que la presencia permanente de la pantalla encendida— y a la forma de la representación: lo que retiene al telespectador es más el ininterrumpido flujo de las imágenes que el contenido de su discurso. Hay una conexión de flujos entre el régimen económico de temporalidad que torna aceleradamente obsoletos los objetos y el que vuelve indiferenciables, equivalentes y desechables los relatos y los discursos de la televisión. Y ¿no tendrá algo que ver ese nuevo régimen temporal de los objetos y los relatos más accesibles a las mayorías con el crecimiento del desasosiego y la anomia que en la ciudad del flujo las gentes experimentan?

El flujo televisivo estaba exigiendo el *zapping*⁸⁰, ese control remoto mediante el cual cada uno puede nómadamente armarse su propia programación con fragmentos o "restos" de noticieros, telenovelas, concursos o conciertos. Más allá de la aparente democratización que introduce la tecnología, la metáfora del *zappar* ilumina doblemente la escena social. Pues es con pedazos, restos y desechos, que buena parte de la población arma los cambuches en que habita, teje el rebusque con que sobrevive y mezcla los saberes con que enfrenta la opacidad urbana. Y hay también una cierta y eficaz travesía que liga los modos nómadas de habitar la ciudad —del emigrante a quien toca seguir indefinidamente emigrando dentro de la ciudad a medida que se van urbanizando las invasiones y valorizándose los terrenos, hasta la banda juvenil que periódicamente desplaza sus lugares de encuentro— con los modos de ver desde los que el televidente explora y atraviesa el palimpsesto de los géneros y los discursos, y con la transversalidad tecnológica que hoy permite enlazar en el terminal informático el trabajo y el ocio, la información y la compra, la investigación y el juego.

En la hegemonía de los flujos y la transversalidad de las redes, en la heterogeneidad de sus tribus y la proliferación de sus anonimatos, la ciudad virtual despliega a la vez el primer territorio sin fronteras y el lugar donde se avizora la sombra amenazante de la contradictoria "utopía de la comunicación".

3. DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN A LA MASSMEDIACIÓN DE LA POLÍTICA

A la vez que objetos de políticas, la comunicación y la cultura constituyen hoy un campo primordial de batalla política: el estratégico escenario que le exige a la política recuperar su dimensión simbólica —su capacidad de representar el vínculo entre los ciudadanos, el sentimiento de pertenencia a una comunidad— para enfrentar la erosión del orden colectivo. Es lo que no puede hacer el mercado por más eficaz sea hoy su simulacro.

Las paradojas del proyecto democratizador

“A pesar de las grandes diferencias en las filosofías políticas que las motivaron, todas las reformas guardan relación, de un modo u otro, con la introducción en los *media* de funciones de servicio público, la preservación de tradiciones culturales y creativas y la formulación de políticas beneficiosas para los numerosos sectores desfavorecidos de la sociedad. A su manera también guardaban relación con proyectos de estructuras democráticas y disposiciones de gestión que fuesen representativas, participativas y operativas”.

ELISABETH FOX

América Latina tiene una peculiar y pionera experiencia en materia de regulación de medios y de lucha por la democracia y la integración comunicativa de la región. Se trata sin embargo de una bien contradictoria experiencia. Denigradas

por los regímenes dictatoriales que gobernaban más de la mitad de los países en los años '70 y '80, y frustradas muy pronto en aquellos otros países que las acogieron, las políticas de comunicación iniciadas pioneramente en la América Latina expresan los ideales y los límites de la democracia comunicativa de nuestras naciones. En 1976 la Conferencia Intergubernamental de Comunicación, reunida en Costa Rica, traza los primeros lineamientos de lo que sería después llamado el "nuevo orden internacional de la comunicación y la información", posibilitando las primeras políticas nacionales y unos años después la puesta en marcha de ALASEI, la Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información.

Lo que en la Latinoamérica de los años '70 ha dado fuerza y contenido a la lucha por la democracia comunicativa ha sido la contradicción entre el proyecto de articular la libertad de expresión al fortalecimiento de la esfera pública —a la defensa de los derechos ciudadanos— y un sistema de medios que desde sus comienzos estuvo casi enteramente controlado por intereses privados. Esa contradicción ha estado a su vez cargada permanentemente de la opacidad que entraña en nuestros países la identificación y confusión de lo público con lo estatal. Así, mientras las *políticas nacionales* de comunicación apuntaban, en el pensamiento de los investigadores y analistas críticos, a la reformulación del modelo político y económico de los medios para garantizar los derechos de las mayorías, los gobiernos resignificaban esas propuestas en términos de ampliación de su propia presencia en el espacio massmediático⁸¹. Paradójicamente el único gobierno que propició una reforma radical hacia la propiedad pública de los medios, expropiándolos y poniéndolos en manos de grupos sociales, fue el gobierno militar de Velasco

Alvarado en Perú. La confusión entre lo público y lo estatal acabaría congelando la reforma, más allá de los objetivos de desarrollo social y cultural que la inspiraron, en otro modo de control político de los medios por el Estado. El balance de conjunto de las políticas nacionales de comunicación⁸² pone el acento con toda justeza en la cerrada oposición del sector privado a unas reformas que, por suaves que fueran, afectaban sus intereses y sus modos de operar. Pero al centrar el análisis en la barrera económica alzada por los intereses mercantiles se dejan fuera o son tratados muy superficialmente, el modelo de sociedad y la experiencia política desde la que la democratización de los medios fue concebida. Igualmente en el plano internacional, el proyecto ALASEI mostró a los pocos meses de su existencia la ausencia de una verdadera voluntad política de los Estados que firmaron su acta de fundación: aunque llegó a tener director y oficina en México, la falta de cooperación económica de la mayoría de los gobiernos terminó con ella a los pocos meses de su inauguración. Las únicas asociaciones internacionales de medios que han tenido vida en América Latina son ASIN (Asociación de Sistemas Informativos Nacionales), fundada en 1979 por el Presidente de Venezuela, Carlos Andrés Pérez, que en sus mejores tiempos agrupó a México, Venezuela, Colombia, Nicaragua, Perú, Ecuador y Bolivia, operando técnicamente desde la agencia IPS con sede en Costa Rica. Y ULCRA (Unión Latinoamericana y del Caribe de Radiodifusión) que desde 1985 propicia el intercambio de programas de radio entre radioemisoras, y algunas televisoras públicas de la región.

Lo que demuestran esos hechos es que si las políticas de comunicación de los años '70 y '80 expresaron el deseo de fortalecimiento de la esfera pública contra el poder incontrolado

de los intereses privados, se hallaban sin embargo lastradas por la vieja y pertinaz confusión de lo público con lo estatal. Más que una cuestión referida a la forma de la sociedad —de la que hacen parte el Estado y el mercado, partidos y movimientos, instituciones y vida cotidiana— la comunicación que recortan y focalizan esas políticas se agotó en el ámbito de lo democratizable únicamente desde el Estado, desde la institucionalidad estatal. La otra preocupación central que orientaba esas políticas era el contenido nacional de los medios, con cuya regulación se buscaba hacer frente a la erosión de las culturas nacionales y a la penetración descarada o disfrazada del “imperialismo cultural” que venía del Norte. Pero la idea de lo nacional que sustentaban las políticas dejaba fuera la diferencia. Vistos a través de la nación, el pueblo era uno e indivisible, y la sociedad “un sujeto sin texturas ni articulaciones internas, tan homogéneo como el que acusábamos a nuestros enemigos de querer convertirnos”⁸³. No fueron sólo la cerrada oposición del sector privado y sus intereses mercantiles los que frustraron las reformas, ellas mismas estuvieron lastradas por el déficit de sociedad civil y de pluralidad que contenían.

Ha sido en el empeño por comprender la experiencia límite que enfrentaron los pueblos dominados por regímenes autoritarios cuando el sentido *político* de esas contradicciones ha podido ser tematizado. Primero, a la luz de lo negado, esto es de los modos en que la sociedad se comunica cuando el poder rompe las reglas mínimas de la convivencia democrática y estrangula la libertad y los derechos ciudadanos censurando, destruyendo, amordazando los medios hasta convertirlos en mera caja de resonancia a la voz del amo⁸⁴. Ante la represión que obtura los canales normales, la gente desde las comunidades barriales o religiosas hasta

las asociaciones profesionales redescubren la capacidad comunicativa de las prácticas cotidianas y los canales subalternos o simplemente alternos; del recado que corre de voz en voz al volante mimeografiado, al casete de audio o el video difundidos de mano en mano, hasta el aprovechamiento de los resquicios que deja el sistema oficial. En esa situación la sociedad descubre que la competencia comunicativa de un medio se halla menos ligada a la potencia tecnológica del medio mismo que a la capacidad de resonancia y de convocatoria de que la carga la situación política y la representatividad social de las voces que por el medio hablan. De ahí su fuerza y sus límites: al cambiar la situación y redefinirse los términos y el sentido de la representatividad, la eficacia del medio y del modo de comunicación cambiarán también. Es por eso que las experiencias alternativas no han aportado tanto como algunos esperaban a la hora de la transición, esto es, de traducirlas en propuestas directas de transformación de la comunicación institucional. Pero esa inadaptación no puede hacernos olvidar lo que la experiencia límite sacó a flote: la reubicación del peso y el valor político de la comunicación en el espacio de la sociedad civil, de sus demandas y sus modos de organización, de su capacidad de construir la interpelación política en el intertexto de cualquier discurso —estético, religioso, científico— y del sentido estratégico que tuvo la comunicación en la reconstrucción del tejido de una socialidad democrática.

Por otro lado, tanto el fracaso de las políticas nacionales como la inadaptabilidad de las experiencias alternativas nos exigen relacionar la cuestión comunicación/ democracia con los impases de un pensamiento crítico más preocupado por la destrucción o la toma del Estado que por la transformación de la sociedad, más atento al funcionamiento de los

aparatos ideológicos que a la dinámica de los actores sociales, con más herramientas para explicar la lógica de la reproducción del sistema que para comprender la significación de las contradicciones, de los movimientos sociales y la creación cultural. Las limitaciones y tentaciones marginalistas que cercan lo alternativo tienen que ver, desde su otro lado, con las enormes dificultades que aún experimentan las izquierdas para incluir la cuestión de la comunicación como algo decisivo en la construcción de la política, no sólo en lo que concierne a la propaganda y las imágenes electorales sino a las profundas transformaciones que está sufriendo la representación misma y el espacio de lo político.

Si en los años '70 el sujeto social era uno —el pueblo, la nación, la clase social— y democratizar la comunicación consistía en ponerla a su servicio, en los '80 la heterogeneidad de lo social va a empezar a permear las propuestas de comunicación desestatizándolas y diversificándolas. Es a lo que se adelantó pioneramente la radio cuando, revalorizada en su oralidad —en su continuidad y complicidad con las matrices culturales de lo oral— se ligó al surgimiento de movimientos populares, como en el caso de las radios mineras bolivianas⁸⁵, y lo que ha sucedido cada vez más intensamente con grupos indígenas, comunidades barriales, sindicatos e instituciones universitarias⁸⁶. Como ningún otro medio la radio se ha ido haciendo plural, vocera de la diversidad campesina y urbana, de la capitalina y de la provinciana, abriéndose a la heterogeneidad de los territorios y las regiones, a sus desigualdades y sus diferencias. Y también en la televisión emerge una cierta pluralidad, especialmente la que hacen posible los canales regionales. Mirados en un principio con recelo por los poderes centrales —por lo que significan de descentralización y dispersión del poder— y

por las empresas "nacionales", ante lo que implicaban de competencia, el proceso muestra sin embargo que la radicalización de las políticas de privatización amenaza seriamente con transformar la regionalización televisiva en una estrategia de expansión y consolidación de grupos nacionales y transnacionales. Pero aún atravesada por las ambigüedades de su relación con la administración estatal y las distorsiones que introducen las presiones del mercado, la televisión regional significa en América Latina⁸⁷, para una multitud de comunidades locales y de grupos sociales, la primera oportunidad de construir su propia imagen. Después de tanto tiempo de haber sido negadas, excluidas de la televisión mal llamada "nacional" las gentes de las regiones quieren verse, mirarse en sus colores y sus paisajes, en sus personajes y sus fiestas. Al fin y al cabo no es desde la pomposa y retórica "identidad nacional" como se va a poder enfrentar la presión transnacional sino desde lo que en cada país queda de culturalmente más vivo. Lo que está implicando que cultura regional o local signifique entonces no lo que queda de exótico y folclorizado, la diferencia recluida y excluyente, sino lo que culturalmente es capaz de exponerse al otro, de intercambiar con él y recrearse. Esto es lo que están haciendo las televisiones regionales cuando, para luchar contra sus propias inercias y estereotipos, rehacen la memoria y replantean la noción misma de cultura para que en ella quepan las obras y las vidas, lo letrado y lo oral, el teatro y la cocina, las diferentes religiones y las diferentes sexualidades.

También el video independiente está abriendo otro espacio de pluralismo comunicativo en América Latina, que en los últimos años está cobrando una importancia cultural y política formidable. Con más de quinientos grupos de producción popular y alternativa, y con varias redes de intercambio

entre productores de todo el continente⁸⁸, el video está perdiendo sus complejos de inferioridad estética frente al cine, y superando las tentaciones marginalistas que lo oponían en forma maniquea a la televisión. Funcionando en circuitos paralelos o abriéndose camino en las brechas que dejan los circuitos del mercado, el video independiente está haciendo llegar al mundo cultural una heterogeneidad insospechada de actores sociales y una riqueza de temas y narrativas a través de las que emergen y se expresan cambios de fondo en la cultura política de los sectores más jóvenes.

Por unas políticas culturales de comunicación

La identificación del problema político de los medios con el espacio de la información —desequilibrio de los flujos, lucha contra la desinformación— ha producido un efecto no querido aunque previsible: la legitimación política de una exclusión cultural, esto es la justificación de “la negativa a conceder significación cultural propia a los medios de comunicación (...) al identificarlos como agencias al servicio de intereses extranjeros incapaces de propiciar la construcción de lenguajes culturales locales”⁸⁹. En la medida en que por los dispositivos de organización y control de la información pasa hoy decisivamente la cuestión de la soberanía nacional, es lógico que la politización del campo de la comunicación se recargue y tienda a concentrarse sobre ese nuevo espacio de poder. A los logros conseguidos en la lucha por un nuevo orden informativo y a la alerta tomada sobre las nuevas formas de violación de la independencia se le han mezclado sin embargo residuos de una razón muy vieja en nuestros países: aquella que carga de positividad la estatización de

cualquier actividad debilitando el papel a jugar, en un terreno tan primordial para los derechos ciudadanos, por la sociedad civil⁹⁰. Una formulación en términos puramente estadísticas acabó paradójicamente “despolitizando” unas políticas obsesionadas por el avance tecnológico y de las que estuvo casi ausente la cuestión cultural, esto es las implicaciones no inmediatamente políticas de las transformaciones en la comunicación.

Del lado de las políticas culturales será la crisis económica la que recargue de *razón* una posición contradictoria pero complementaria. El proyecto neoconservador, que desde los '70 busca salidas a la crisis, se articula en propuestas económicas —de supresión de conquistas laborales, reprivatización y restricción del gasto público— que no pueden llevarse a cabo sin poner en marcha nuevas políticas de reorganización del campo de la cultura. Efectivamente, al desplazar el eje de la sociedad de la política al mercado⁹¹, al buscar la sustitución del Estado como agente constructor de hegemonía⁹², las nuevas políticas conducen a que la iniciativa privada aparezca como la verdadera defensora de la libertad de creación y el único enlace entre las culturas nacionales y la cultura transnacional convertida en modelo y guía de la renovación. En el campo político la nueva racionalidad tiene como figura básica una tramposa oposición entre sociedad civil y Estado: a un Estado maléfico y abstracto, esto es del que se olvida su origen social, se le opone una sociedad civil identificada con los intereses privados, de la que el mercado sería su mejor expresión y que estaría conformada por la muy “concreta” comunidad de individuos con iniciativa. En el terreno cultural esa desocialización del Estado⁹³, acarreada por la lógica del actor transnacional, se hace especialmente visible en la restricción del gasto público

y su concentración en las prácticas culturales más alejadas de las dinámicas y las cuestiones en que palpita la actualidad social. Pero la crisis económica pone a flote también la persistencia en el Estado de una idea de cultura incompatible con las dinámicas de la comunicación colectiva en una sociedad de masas. Se trata de una concepción de cultura que abarca únicamente aquello en que el Estado legitima su *propia idea: cultura identificada con lo que da perennidad* —patrimonio, monumentos— y el hacer cultural con rescatar y conservar. Ciertamente que una nación se hace compartiendo un patrimonio cultural, pero de ahí a tener por cultura sólo lo que confirma la tradición rehuyendo el riesgo y la invención, hay mucho trecho. Lo más grave de la persistencia —con raras excepciones y solamente en el dominio de las prácticas más exclusivas— de una política patrimonial/paternalista es que el sector público acaba entregándole la búsqueda, la experimentación y la innovación a la empresa privada. El Estado se hace cargo del pasado —o mejor, del pasado que lo legitima— y le deja el futuro a la industria cultural, una industria en la que los procesos masivos de comunicación no son exteriores sino constitutivos de los de producción.

Más allá de la retórica de las declaraciones y los informes, el desconocimiento y el recelo son mutuos entre unas políticas de comunicación cuyo espacio de operación roza sólo en los bordes el campo y la cuestión de la cultura, y unas políticas culturales que ignoran casi por completo lo que se produce en los medios de comunicación, en los procesos y prácticas masivas de cultura. Lentamente en el terreno de la investigación y el trabajo académico las cosas han comenzado a cambiar, y los deslindes y fronteras a borrarse, pero las políticas que recortan y regulan los campos continúan

sustentando viejas concepciones excluyentes entre cultura y masas, y nuevas concepciones reductoras de la comunicación de transmisión de información. La relación sigue así atrapada entre una propuesta puramente contenidista de la cultura, tema para los medios, y otra difusionista de la comunicación como mero instrumento de propagación cultural.

Aunque casi nunca explícitamente, toda política cultural incluye entre sus componentes básicos un modelo de comunicación. El que resulta dominante es aún hoy un modelo según el cual *comunicar cultura* equivale a poner en marcha o acelerar un movimiento de *difusión* o propagación, que tiene a su vez como centro la puesta en relación de unos públicos con unas obras. Hay un perfecto ajuste entre esa concepción difusiva de la política cultural y el paradigma informacional según el cual comunicar es hacer circular, con el mínimo de "ruido" y el máximo de rentabilidad informativa, un mensaje de un polo a otro en una sola dirección. Fieles a ese modelo, que el paradigma informacional ha venido a cargar de legitimidad intelectual, las políticas culturales suelen confundir la comunicación con la lubricación de los circuitos y la "sensibilización" de los públicos, todo ello con el fin de acercar las obras a la gente o de ampliar el acceso de la gente a las obras⁹⁴. Existen sin embargo otros modelos de comunicación que, desde las prácticas sociales a la teoría, han comenzado a posibilitar otras formas de concebir y operar las políticas. Lo que esos otros modelos tienen en común es la valoración de la experiencia y la competencia comunicativa de los "receptores" y el descubrimiento de la naturaleza negociada y transaccional de toda comunicación⁹⁵. Frente a una política que ve en el público/receptor únicamente el punto de llegada de la actividad que contiene la obra, las mejores obras, y cuya opción no es otra que la

de captar la mayor cantidad posible de la información que le aporta la obra, se abre camino otra política que tiene como ejes: la *aprobación*, esto es la activación de la competencia cultural de la gente, la socialización de la experiencia creativa, y el *reconocimiento* de las diferencias, esto es la afirmación de la identidad que se fortalece en la comunicación —hecha de encuentro y de conflicto— con el/lo otro. La comunicación en la cultura deja entonces de tener la figura del intermediario entre creadores y consumidores, para asumir la tarea de disolver esa barrera social y simbólica *descentrando y desterritorializando* las posibilidades mismas de la producción cultural y sus dispositivos.

Es obvio que lo que estamos proponiendo no es una política que abandone *la acción* de difundir, de llevar o dar acceso a las obras —el segundo eje de la nueva propuesta tiene como base el reconocimiento de lo que hacen los otros, las otras clases, los otros pueblos, las otras etnias, las otras regiones, las otras generaciones— sino la crítica a una política que hace de la difusión su modelo y su *forma*. Y una propuesta de políticas alternativas en las que comunicar cultura no se reduzca a ampliar el público consumidor de buena cultura, ni siquiera a formar un público consciente sino que *active lo que en el público hay de pueblo*, esto es que haga posible la experimentación cultural, la experiencia de apropiación y de invención, el movimiento de recreación permanente de su identidad. Pero ¿podrán las *políticas* plantearse ese horizonte de trabajo, no estarán limitadas aún en el campo cultural por su propia naturaleza de “políticas” a gestionar instituciones y administrar bienes?⁹⁶ La respuesta a ese interrogante quizá no se halle sino en otro interrogante: ¿en qué medida los límites atribuidos a la política en el campo de la cultura provienen menos de lo político que de

las concepciones de cultura y de comunicación que *dieron forma* a las políticas? Lo que nos devuelve a la necesidad de desplazar el análisis de las relaciones entre comunicación y cultura de los medios hacia la cuestión y el ámbito de las mediaciones. Pues aunque confundida con los medios —tecnologías, circuitos, canales y códigos— la comunicación remite hoy, como lo ha hecho a lo largo de la historia, a los diversos modos y espacios del reconocimiento social. Y es por relación a esos modos y espacios como se hacen comprensibles las transformaciones sufridas por los medios mismos y sus usos.

¿Cómo desligar el sentimiento de inseguridad ciudadana —casi siempre vinculado únicamente al crecimiento de la agresividad y la violencia urbana— de la pérdida del sentido de la calle o el barrio como ámbitos de comunicación? ¿Cómo entender los cambios en la comunicación cotidiana, y por tanto el papel de los medios en ella, sin comprender la reconfiguración de las relaciones entre lo privado y lo público que produce la reorganización de los espacios y los tiempos del trabajar y el habitar? La concepción hegemónica que define la comunicación como transmisión/circulación no se queda en “teoría”, pues ella orienta también la política de conversión de los espacios públicos de la ciudad en lugares de paso, de fluida circulación, aunque se presente como mera e inevitable respuesta a la congestión. No es extraño entonces que los nuevos movimientos sociales asuman como una dimensión fundamental de su lucha la cuestión cultural, y que ésta se halle formulada en términos de comunicación: a una comunicación hecha de meros flujos informativos y a una cultura sin formas espaciales los movimientos sociales oponen “la localización de redes de comunicación basadas en comunidades culturales y redes sociales

enraizadas en el territorio"⁹⁷. ¿Pueden llamarse entonces *políticas de comunicación* aquellas limitadas a reglamentar los medios y controlar sus efectos sin que nada en ellas apunte a enfrentar la atomización ciudadana, a contrarrestar la desagregación y el empobrecimiento del tejido social, a estimular las experiencias colectivas? ¿Y podrán llamarse *políticas culturales* aquellas que se limitan a contrarrestar el pernicioso influjo de los medios masivos con la difusión de obras de la "auténtica" cultura sin que nada en esas políticas active la experiencia creativa de las comunidades, o lo que es lo mismo su reconocimiento como sujetos sociales?

El tejido comunicativo de la política

"Quizá la política no sea ya lo que imaginábamos hasta hace poco que era, y la gente no esté dispuesta a seguir invirtiendo tiempo y energía en los ritos de marcha, la concentración y el desfile o los actos de identificación colectiva. Es probable que al aumentar los niveles educacionales de los ciudadanos y extenderse la comunicación de imágenes televisadas, al enfriarse la contienda ideológica y dilatarse los derechos del individuo, al perder gravitación los partidos y diversificarse los derechos de la gente, la política cambie de ubicación y sentido".

JOSÉ JOAQUÍN BRÜNNER

Hasta hace bien poco el debate político y cultural se movía entre "esencias nacionales e identidades de clase"⁹⁸. Y será sólo a mediados de los '80 cuando se pondrá en cuestión el modelo que exigía disolver las identidades regionales, étnicas o sectoriales como condición indispensable de la construcción de la nación. La posibilidad de pensar la sociedad

nacional como un ser plural se halla aquí ligada a la emergencia de movimientos sociales en los que empieza a ser superada una concepción puramente táctica de la democracia —mera estratagema para la toma del poder— y una concepción excluyente del proletariado como el único actor de la transformación. Y en los que son revalorizadas las mediaciones de la sociedad civil y el sentido social de los conflictos más allá de su formulación política haciendo posible la emergencia, como sujetos sociales, de las etnias y las regiones, los sexos y las generaciones.

Ha sido entonces cuando la mirada analítica ha podido girar hacia la comprensión de la trama comunicativa de la democracia, pero también justo cuando la crisis de la representación política era remitida a la acción espectacularizante y disolvente de los medios. Pues, aunque el tono varíe entre el desencantado y el apocalíptico, en la percepción compartida por todos los críticos se constata la identificación de lo público con la escena mediática y la asimilación de su discurso al modelo propuesto por los medios, en particular por la televisión, con lo cual la desfiguración de la política estaría llegando al punto de su propia disolución⁹⁹.

Los dispositivos de la desfiguración son dos, el de *espectacularización* y el de *sustitución*. El primero vacía a la política de su substancia: al predominar la forma sobre el fondo, el medio sobre el mensaje, el discurso político se transforma en puro *gesto* e *imagen*, capaces de provocar reacciones —cambiar la intención de voto, modificar súbitamente los porcentajes de adhesión— pero no de alimentar la deliberación o el debate ideológico y menos de formar convicciones. Confundida con el discurso publicitario la palabra del candidato es sometida a la fragmentación que impone el medio, a la levedad de sus contenidos, y su figura a la

estética de los maquillajes de cualquier producto o de cualquier vedette. La acción política misma acaba identificada con el espectáculo massmediático: se gobierna o se hace oposición *de cara a la cámara*, o a los sondeos, que son otra forma de la indispensable y permanente *producción de imagen*. El segundo se desprende de ahí, de la hegemonía de la imagen *sustituyendo* la realidad: el mediador, el comunicador, acaba suplantando al político no sólo en el sentido primario —el periodista estrella que llega a tener más credibilidad y hasta poder que el parlamentario o el gobernador— sino en otro más hondo, el político va interiorizando la función comunicativa hasta vivir de la imagen que proyecta más que de las ideas u objetivos del partido que representa. La video-política sustituye a la vida política en el mismo proceso y al mismo ritmo en que el ciudadano va siendo reemplazado por el consumidor: el mercado no sólo achica y deshuesa al Estado sino que fagocita la sociedad civil, a la ciudadanía, convirtiéndola en instancia de legitimación de sus propias lógicas y discursos.

Lo mucho de verdad que hay en ese análisis impide paradójicamente llegar al fondo de los cambios que la video-política significa para la democracia. Encandilada con la luminosidad de su propio discurso buena parte de la crítica se queda en el espectáculo, siendo incapaz de ver lo que el espectáculo *revela*: que la espectacularización es menos el efecto del medio sobre el mensaje que *la forma misma del discurso y la acción política* "cuando progresivamente separados del tejido social de referencia los partidos se reducen a ser sujetos del evento espectacular lo mismo que cualquier otro"¹⁰⁰. Lo que significa dos cosas: que la *crisis de la política* viene de más lejos que la actual crisis política, es decir que lo que hay de disolución viene menos de fuera —de la

espectacularización televisiva y la mercantilización— que de dentro, de su propia corrupción interna y sobre todo, como apuntaba Richeri, de su separación, profesionalizada o caciquil, tecnocrática o clientelista, del mundo de la vida social. Y segundo, que aquello de lo que el análisis debe dar cuenta —para que sirva a la renovación de la política más que a la desencantada y resignada lamentación de los intelectuales y los científicos sociales— es de las dimensiones que conectan las transformaciones de la *cultura política* con las *nuevas sensibilidades*¹⁰¹ que el mundo de la massmediación televisual cataliza.

Mirado desde ahí lo que estamos viviendo no es la disolución de la política sino la reconfiguración de las *mediaciones* en que se constituyen sus modos de interpelación de los sujetos y representación de los vínculos que cohesionan una sociedad. Pues aunque atravesados por las lógicas del mercado los medios de comunicación constituyen hoy *espacios decisivos del reconocimiento social*. Más que a sustituir, la mediación televisiva o radial ha entrado a *constituir*, a hacer parte de la trama de los discursos y de la acción política misma, ya que lo que esa mediación *produce* es la densificación de las dimensiones simbólicas, rituales y teatrales que siempre tuvo la política. Es la especificidad de esa *producción* la que resta impensada, y en cierta medida impensable, para la concepción *instrumental* de la comunicación que permea la mayor parte de la crítica. Porque el medio no se limita a vehicular o traducir las representaciones existentes, ni puede tampoco sustituirlas, sino que *ha entrado a constituir una escena fundamental de la vida pública*¹⁰². En los medios se hace, y no sólo se dice, la política. Cuando una emisora le da la palabra a una mujer de una barriada popular para que le cuente al jefe del acueducto en persona que en su barrio

llevan más de dos meses sin agua, y el funcionario se compromete *públicamente* a que en dos semanas estará solucionado el problema, ahí se está haciendo política, una política sentimentalizada y vedetizada, pero la presencia de esas dimensiones afectivas y rituales, que el medio potencia, no despolitiza la acción sino que reintroduce en la racionalidad formal las *mediaciones de la sensibilidad* que el racionalismo del "contrato social" creyó poder (hegelianamente) *superar*. Lo que nos devuelve a la pregunta por los cambios en la sensibilidad que están mediando las transformaciones de la socialidad, única vía quizás para que la política supere su alejamiento y se reencuentre con la sociedad.

Destacaré tres cambios que, en el movimiento de sus contradicciones, dicen la complejidad del momento que atraviesa la política. Frente a la, según Baudrillard, inevitable "implosión de lo social en la masa"¹⁰³, que vacía la sociedad de sentido reduciéndola a una existencia, y a una representabilidad, puramente estadística, otros sociólogos perciben en la disfracción de la masa una nueva organización de la socialidad. Una socialidad de *red*¹⁰⁴, hecha de *nudos* que serían las nuevas *tribus*: esas nuevas grupalidades que particularmente las generaciones jóvenes viven en el cruce de la homogeneización inevitable del vestido, de la comida, de la vivienda, con una profunda pulsión de diferenciación. Nuevas *maneras de estar juntos* cuya ligazón no proviene ni de un territorio fijo ni de un consenso racional y duradero sino de la edad y del género, de los repertorios estéticos y los gustos sexuales, de los estilos de vida y las exclusiones sociales. Y que frente a los tiempos largos, pero también a la rigidez de la identidades tradicionales, amalgaman referentes locales con símbolos vestimentarios o lingüísticos desterritorializados en un replanteamiento de las fronteras políticas y

culturales que saca a flote la arbitraria artificiosidad de unas demarcaciones que han ido perdiendo la capacidad de hacernos *sentir juntos*. Es lo que nos descubren a lo largo y ancho de América Latina las investigaciones sobre las tribus de la noche en Buenos Aires, los chavos-banda en Guadalajara o las pandillas juveniles de las comunas nororientales de Medellín¹⁰⁵. Lo que está conduciendo a la sociología a retomar la idea weberiana de la “comunidad emocional” —que remite a un cierto retorno de la *comunidad* abolida por la moderna *sociedad*, de que hablara F.Tonnies— para dar cuenta de las hondas transformaciones que atraviesa el *nosotros*, y la necesidad entonces de reintroducir lo sensible, y no sólo lo mensurable, en el análisis, de “estudiar lo que pasa en el nivel carnal y perceptible de la vida social”¹⁰⁶. Si la televisión le exige a la política negociar las formas de su mediación es porque ese medio le proporciona por primera vez acceso al *eje de la mirada*¹⁰⁷, desde el que la política no sólo puede penetrar el espacio doméstico sino reintroducir en su discurso la corporeidad, la gestualidad y la teatralidad, esto es la materialidad significativa de que está hecha, según E.Goffman, “la interacción social cotidiana”.

También desde la antropología se perciben cambios en la sensibilidad que afectan a la vida social: “la desaparición del nexo simbólico, la falta del dispositivo capaz de constituir alteridad e identidad”, cuyo resultado es *la acentuación del carácter abstracto y desencarnado de la relación social*¹⁰⁸. Abstracción que viene a conectar, paradójicamente, con otra dimensión de la massmediación: frente al “viejo” militante que se definía por sus convicciones y una relación pasional (cuasi corpórea) con “la causa”, el telespectador de la política es una pura abstracción, parte del porcentaje de una estadística. Y es a esa abstracción a la que se dirige el discurso político

televisado, pues lo que busca ya no son adhesiones sino puntos en la estadística de los posibles votantes. Aunque aún sobrevive en nuestros países (como lo testimonian las sesiones televisadas del Congreso) el tono y la retórica de la política en la calle, hoy es casi impensable una identificación pueblo/líder como la que producía el grito de un "carajo" en el discurso de Gaitán. En la televisión ese grito no sólo no *resuena* sino que sería un gafe que le puede costar muchos votos al candidato. Pues frente a la muchedumbre imprevisible que se reunía en la plaza conformando una "colectividad de pertenencia", lo que ahora tenemos es la desagregada, individualizada experiencia de los televidentes en la casa. La atomización de los públicos trastorna no sólo el sentido del discurso político sino aquello que le daba sustento, el sentido del lazo social, esto es *el conjunto de las relaciones simbolizadas, admitidas y reconocidas entre los hombres*. Entonces, si los públicos de la política casi no tienen rostro y son cada vez más una estadística, ese es un cambio que no produce la televisión sino la sociedad, y que la televisión se limita a catalizar. Es el proceso de abstracción que está a la base de la modernidad, y del capitalismo, según Weber: el desencantamiento del mundo por una racionalización que deja sin piso las dimensiones mágico-mistéricas de la existencia humana, esa "jaula de hierro" en la que reina la razón instrumental, que al operativizar el poder fáustico, cognitivo y tecnológico del hombre convierte al mundo en algo predecible y dominable pero también frío, insignificante e insípido. *Secular* significa para Weber una sociedad en la que la desaparición de las seguridades tradicionales resquebraja los lazos que hacían la integración de la ciudad. Con esa desintegración *conecta* la atomizada, la socialmente desagregada experiencia de lo político que procura la televisión.

Pero en esa experiencia no hay únicamente repliegue sobre lo privado sino una profunda reconfiguración de las relaciones entre lo privado y lo público, la superposición de sus espacios y el emborronamiento de sus fronteras. Lo que identifica la *escena pública* con lo que pasa en la televisión no son únicamente las inseguridades y violencias de la calle sino la complicidad del sensorium que moviliza la televisión con el de la *ciudad-no lugar*. Pues del *pueblo* que periódicamente se tomaba la calle al *público* que semanalmente iba al teatro o al cine la transición conservaba el carácter colectivo de la experiencia, pero del público de cine a las *audiencias* de televisión el desplazamiento señala una decisiva transformación: la pluralidad social sometida a la lógica de la desagregación radicaliza la *experiencia de la abstracción* políticamente no representable. La fragmentación de la ciudadanía es entonces tomada a cargo por el mercado que, mediante el rating, se ofrece a la política como su mediador.

La nueva visibilidad política

“Cuando el don de la palabra es restringido por el manejo de la imagen, cambian las estructuras comunicativas sobre las que se apoyan tanto las relaciones de representación como las estrategias de negociación y decisión”.

NORBERT LECHNER

De la actual reflexión de la ciencia política en América Latina recogeré el esfuerzo por pensar el cruce de los desafíos que vienen de la sensibilidad tardo moderna con los que acarrea la nueva visibilidad social de la política. “¿Puede la política, en tanto aspecto parcial de la vida social, ‘representar’ a la

sociedad en su conjunto?"¹⁰⁹, con ese interrogante abre N. Lechner un horizonte de comprensión de un desencanto político que se ha revelado particularmente significativo. Vinculando el recelo frente a todo tipo de discurso omnicompreensivo, que deriva de la diferenciación/escisión de diversas racionalidades con el, a la vez estimulante y amenazante, "elogio de la heterogeneidad", Lechner centra, en un primer momento, el desencanto postmoderno en la *pérdida de fe en el Estado*, que de imagen de la colectividad pasa a ser reducido a su función administrativa perdiendo su dimensión simbólica, y en la *pérdida de fe en el progreso*, que se traduce en el "elogio del presente", esto es una crisis de proyecto por el desdibujamiento del orden deseado. "A la crisis de mapas ideológicos, provocada por el colapso del socialismo realmente existente se agrega una erosión de los mapas cognoscitivos. No contamos con códigos interpretativos para aprehender las vertiginosas transformaciones en curso (...) Y así no logramos hacernos una imagen del país que queremos y, por ende, la política no logra fijar el rumbo de los cambios en marcha"¹¹⁰. En un segundo momento el desencanto postmoderno es ligado por Lechner al *descentramiento* de la política, esto es a la indeterminación de su espacio, tensionado por la revalorización de la cultura y la moral, y al *enfriamiento de la política* por la desacralización de sus principios, la instauración de la negociación como forma de construcción colectiva del orden y el predominio de su dimensión contractual sobre la comunitaria.

En una reflexión convergente con la anterior, Óscar Landi viene desde hace años indagando el significado de la emergencia del concepto de *cultura política* en América Latina, hasta definirlo como "las formas de intervención de los lenguajes y las culturas en la constitución de los actores y del

sistema político"¹¹¹. Lo que trae al primer plano del análisis los ingredientes simbólicos e imaginarios presentes en los procesos de formación del poder y los modos de interpelación y reconocimiento, esto es de *comunicación*, en que se constituyen los actores políticos. Frente a la vieja concepción meramente táctica de la democracia y puramente reproductiva de la cultura y la comunicación, democratizar nuestra sociedad significa hoy trabajar en el espesor de la trama cultural y comunicativa de la política. Pues ni la *productividad* de la política es separable de las batallas que se libran en el terreno simbólico —ya que es ahí donde se produce el sentido de lo social, el del reconocimiento mutuo— ni el carácter participativo de la democracia es hoy real por fuera de los modos y escenarios de la comunicación masiva. Lo que ha llevado a Landi a convertirse estos últimos años en uno de los más polémicos pensadores de la *videopolítica*: "Nos interesa la TV como una parte decisiva de la historia de la mirada y la percepción hoy convertidas en el campo principal de la cultura y la política"¹¹². A partir de esa declaración, Landi revisa el lugar decisivo pero diferente del papel jugado por la televisión en los procesos de vuelta a la democracia en Argentina, en Chile y en Brasil: su presencia como escenario del debate de reconstitución de lo político y como protagonista que desubica los partidos, reconfigura los discursos y espesa los rituales a la vez que sirve de intermediario entre política y marketing. Entre los prejuicios letrados y metafísicos sobre la "verdad en política" y la pseudo-utopía de la democracia electrónica con sus fantasías del referéndum cotidiano vía módem, está "el debilitamiento de los partidos políticos y el simultáneo desarrollo autónomo de la industria de las comunicaciones haciendo que en nuestras sociedades tiendan a escindirse el espacio de la

representación institucional y el de la constitución simbólica de la política (...) Las culturas políticas suelen verse bajo el ángulo de las diferentes ideologías que las tiñen, pero también definen su perfil por el conjunto de géneros discursivos que engloban. Y ¿cuáles son sus lenguajes *apropiados*: los textos escritos, la música o la imagen? En realidad lo que la sociedad considera como político en un momento dado es producto de la lucha política misma"¹¹³.

De ahí que los reproches de los políticos a la televisión busquen justamente disfrazar lo que ésta *hace visible en la política*: su corrupción y sus desconexiones con las nuevas sensibilidades, la transformación en los modos de acceso a la escena política y la desubicación social de los partidos al perder el control de la configuración simbólica de la representación. Y de ahí también que para los intelectuales las relaciones entre política y televisión se agoten (con contadas excepciones) en su maniquea oposición, con lo cual ahí no habría *nada que pensar*. Pero mirados antagónicamente *lo que se deja de ver* es justamente la tensión que enlaza la plaza y la pantalla, ese nuevo escenario de lo público, diseminado y móvil, "espacio virtual construido *entre la plaza y la platea*"¹¹⁴, expresivo de la complejidad actual de la socialidad urbana, del espesor cultural de sus mediaciones tecnológicas, de sus velocidades, fragmentaciones y flujos. En la Plaza de Mayo de Buenos Aires las madres de los desaparecidos desfilan cada semana en un *acto* político que no sólo no rehúye su *representación* televisiva sino que la busca. Porque la televisión no ocluye la acción sino que la resemantiza: en la plaza los protagonistas son las madres y los periodistas los espectadores, mientras en la pantalla los comunicadores adquieren el protagonismo de su mediación. Pero aún condicionada por los sesgos de la mirada y los requerimientos del medio, las

madres de la Plaza de Mayo saben que esa mediación hace posible que el país las vea, *hace público* su gesto contra el olvido. “La productividad de ese *entre*, espacio construido cooperativamente por quienes protagonizan la acción —los sujetos de la plaza— y por los emisores, mediadores y receptores —protagonistas de la platea— permite asumir que lo que está en crisis son unas formas orgánicas de representación y participación que hoy múltiples actores reclaman desde la plaza pero que sólo pareciera realizarse desde la platea en ese espacio virtual que la televisión promete y realiza”¹¹⁵.

Lejos de la anacrónica pero persistente idea de los *efectos* o la *influencia* inmediata de los medios —de la brevedad y frivolidad, la espectacularidad y amarillismo de su discurso— vaciando la política de sentido, lo que empezamos a comprender es la necesidad de insertar las relaciones televisión/política en un mapa cruzado por tres ejes: el de la construcción de *lo público*, la constitución de los *medios* y las *imágenes* en espacio de *reconocimiento social*, y las nuevas formas de existencia y ejercicio de la *ciudadanía*. Fagocitado durante mucho tiempo por *lo estatal*, sólo en los últimos años *lo público* empieza a ser percibido en las peculiaridades de su autonomía, sustentada en su doble relación con los ámbitos de la *sociedad civil* y de la comunicación. Articulando el pensamiento de H. Arendt¹¹⁶ y el de R. Sennet¹¹⁷, lo público se configura como “lo común, el mundo propio a todos”, lo que implica que —como la misma Arendt ya afirmaba— ello sea al mismo tiempo “lo difundido, lo ‘publicitado’ entre la mayoría”. Que es en lo que hace hincapié Sennet cuando refiere lo público a aquel *espacio de la ciudad* (desde el *ágora* griega) en el que la gente se junta para intercambiar informaciones y opiniones, para deambular escuchando y

entretenerse controvirtiendo. German Rey ha explicitado y desarrollado esta articulación fundante de lo público entre el *interés común*, el *espacio ciudadano* y la *interacción comunicativa*¹¹⁸: circulación de intereses y discursos que lo que tienen de *común* no niega en modo alguno lo que tienen de heterogéneos, ello es más bien lo que permite el reconocimiento de la diversidad haciendo posible su contrastación. Pues es lo propio de la *ciudadanía* hoy el estar asociada al “reconocimiento recíproco”, esto es al derecho a informar y ser informado, a hablar y ser escuchado, imprescindible para poder participar en las decisiones que conciernen a la colectividad. Una de las formas hoy más flagrantes de exclusión ciudadana se sitúa justamente ahí, en la desposesión del *derecho a ser visto y oído*, que equivale al de existir/contar socialmente, tanto en el terreno individual como el colectivo, en el de las mayorías como de las minorías. Derecho que nada tiene que ver con el exhibicionismo vedetista de nuestros políticos en su perverso afán por sustituir su perdida capacidad de representar lo común por la cantidad de tiempo en pantalla.

La cada vez más estrecha relación entre lo público y lo comunicable —ya presente en el sentido inicial del concepto político de *publicidad*, cuya historia ha sido trazada por Habermas¹¹⁹— pasa hoy decisivamente por la ambigua, y muy cuestionada, *mediación de las imágenes*. Pues la centralidad ocupada por el discurso de las imágenes —de las vallas a la televisión pasando por las mil formas de afiches, graffitis, etc.— es casi siempre asociada, o llanamente reducida, a un mal inevitable, a una incurable enfermedad de la política moderna, a un vicio proveniente de la decadente democracia norteamericana, o a una concesión a la barbarie de estos tiempos que tapan con imágenes su falta de ideas. Y no es que en el uso que de la imágenes hace la sociedad

actual y la política haya no poco de todo eso, pero lo que estamos necesitando es de ir más allá de la denuncia, hacia una comprensión de lo que esa mediación de las imágenes produce socialmente, único modo de poder intervenir sobre ese proceso. Y lo que en las imágenes se produce es, en primer lugar, la salida a flote, la emergencia de la crisis que sufre, desde su interior mismo, el *discurso de la representación*. Pues si es cierto que la creciente presencia de las imágenes en el debate, las campañas y aún en la acción política, espectaculariza ese mundo hasta confundirlo con el de la farándula, los reinados de belleza o las iglesias electrónicas, también es cierto que por las imágenes pasa una *construcción visual de lo social*, en la que esa visibilidad recoge el desplazamiento de la lucha por la *representación* a la demanda de *reconocimiento*. Lo que los nuevos movimientos sociales y las minorías —como las mujeres, los jóvenes o los homosexuales— demandan no es ser representados sino reconocidos: *hacerse visibles socialmente, en su diferencia*. Lo que da lugar a un modo nuevo de ejercer políticamente sus derechos. Y, en segundo lugar, en las imágenes se produce un profundo *descentramiento* de la política tanto sobre el sentido de la militancia como del discurso partidista. Del fundamentalismo sectario que acompañó, desde el siglo XIX hasta bien entrado el XX, el ejercicio de la militancia en las derechas como en las izquierdas, las imágenes dan cuenta del “enfriamiento de la política”, con el que N. Lechner denomina la desactivación de la rigidez en las pertenencias posibilitando fidelidades más móviles y colectividades más abiertas. Y en lo que al *discurso* respecta, la nueva visibilidad social de la política cataliza el desplazamiento del discurso doctrinario, de carácter abiertamente autoritario, a una discursividad si no claramente democrática hecha al menos de ciertos tipos

de interacciones e intercambios con otros actores sociales. De ello son evidencia tanto las consultas o sondeos masivos de opinión realizados desde el campo de la política como la proliferación creciente de observatorios y veedurías ciudadanas. Resulta bien significativo ésta, más que cercanía fonética, articulación semántica entre la *visibilidad* de lo social que posibilita la constitutiva presencia de las imágenes en la vida pública y las *veedurías* como forma actual de fiscalización e intervención de parte de la ciudadanía.

4. DESAFÍOS CULTURALES DE LA COMUNICACIÓN A LA EDUCACIÓN

“Nuestro pensamiento nos ata todavía al pasado, al mundo tal como existía en la época de nuestra infancia y juventud. Nacidos y criados antes de la revolución electrónica, la mayoría de nosotros no entiende lo que ésta significa. Los jóvenes de la nueva generación, en cambio, se asemejan a los miembros de la primera generación nacida en un país nuevo. Debemos aprender junto con los jóvenes la forma de dar los próximos pasos. Para construir una cultura en la que el pasado sea útil y no coactivo, debemos ubicar el futuro entre nosotros, como algo que está aquí, listo para que lo ayudemos y protejamos antes de que nazca, porque de lo contrario sería demasiado tarde”.

MARGARET MEAD

Tomada de un libro que Margaret Mead escribió en 1970¹²⁰, esa cita teje el lado oculto del debate entre *educación* y *comunicación*, y las líneas de fuerza que configuran la emergencia ahí de un nuevo *campo* a la vez de investigación y de políticas. Pues es en la educación donde se plasman en forma

decisiva las contradicciones entre los tres tipos de cultura desde los que M. Mead desentraña los motivos que nos impiden comprender la envergadura antropológica y la larga temporalidad en que se inscriben nuestros miedos al cambio, nuestras resistencias, tanto como las posibilidades de inaugurar escenarios y dispositivos de diálogo entre generaciones y pueblos.

Llama Mead *postfigurativa* a aquella cultura en la que el pasado de los adultos es el futuro de cada nueva generación, de manera que el futuro de los niños está ya entero plasmado en el pasado de los abuelos, pues la esencia de esa cultura reside en el convencimiento de que la forma de vida y de saber de los viejos son inmutables e imperecederos. *Cofigurativa* denomina un otro tipo de cultura en la que el modelo de vida lo constituye la conducta de los contemporáneos, lo que implica que el comportamiento de los jóvenes podrá diferir en algunos aspectos del de sus abuelos y de sus padres. Finalmente, la cultura *prefigurativa* es aquella en la que los pares reemplazan a los padres instaurando una *ruptura* generacional, que es la que vivimos hoy, sin parangón en la historia, pues señala no un cambio de viejos contenidos en nuevas formas o viceversa, sino un cambio en la *naturaleza del proceso*: la aparición de una "comunidad mundial" en la que hombres de tradiciones culturales muy diversas *emigran en el tiempo*, "inmigrantes que llegan a una nueva era: algunos como refugiados y otros como proscritos", pero todos compartiendo las "mismas leyendas" y sin modelos para el futuro. Un futuro que balbucean los relatos de ciencia-ficción en los que los jóvenes encuentran su *experiencia* de habitantes de un mundo cuya compleja heterogeneidad no se deja decir en "las secuencias lineales que *dictaba* la palabra impresa" y que remite a un aprendizaje

fundado menos en la dependencia de los adultos que en la propia exploración que los jóvenes habitantes del nuevo mundo tecnocultural hacen de la visión, la audición, el tacto o la velocidad.

Los destiempos en la educación

Dos destiempos desgarran particularmente el mundo de la educación en América Latina. Uno las “deudas del pasado”¹²¹: los objetivos no cumplidos de universalización de la escolaridad básica. Pues si es cierto que en el plano de la cobertura la expansión en las últimas décadas ha sido considerable, el deterioro en la calidad de la enseñanza no sólo ha multiplicado el número de los analfabetos *funcionales* sino que, según estimaciones de la UNESCO, América Latina es la región con mayores porcentajes de fracaso escolar en el mundo. A las dificultades que aún subsisten entre los sectores de más bajos ingresos para acceder a la escuela básica se añade ahora una deserción incesante. Y una desmoralización creciente de los profesores —deterioro salarial, escasez de recursos, no renovación de equipos— que les hace fuertemente reacios a cualquier innovación o mejoramiento de la calidad. El otro destiempo es el que día a día ahonda la brecha de América Latina en la producción de ciencia y tecnología. Y la imperiosa necesidad entonces de ampliar y consolidar la educación superior con miras a fortalecer la capacidad de estos países en la producción de conocimientos y el diseño de tecnologías. Inversión indispensable pues se trata del campo en el que se produce hoy la dependencia estratégica, aquella en que se juega no sólo la posibilidad de competir sino la de sobrevivir económica y culturalmente. Destiempos

que se cruzan y que perversamente vienen a reforzar las recesiones económicas y las políticas neoliberales. Como lo hace patente el acelerado proceso de retraimiento del Estado y su solapado o descarado empuje a la privatización de la educación. Una privatización que no remite sin embargo únicamente al achicamiento y descomposición del Estado tradicional sino también al deterioro que ha conllevado la masificación escolar. Y la búsqueda entonces en los sectores medios de una educación que les permita competir en el mercado laboral, aceptando para ello los costos de “un contrato de servicios”¹²² obtenido en el mercado educativo. Privatización que encarna, de otra parte, un nuevo modelo pedagógico centrado en la *individuación*: en la exaltación de la autonomía del individuo, su capacidad de aprender a aprender, y en un proyecto meritocrático de renovación de las elites dirigentes que combina, sobre la base de una alta presión selectiva, la potenciación de la iniciativa individual con una clara recuperación de los valores de la disciplina.

Un segundo terreno de destiempos es el de los *modelos de comunicación* que subyacen a la educación. La escuela encarna y prolonga, como ninguna otra institución, el *régimen de saber* que instituyó la comunicación del texto impreso. La revolución cultural que introduce la imprenta instaura un mundo de *separación*¹²³, hecho de territorialización de las identidades, gradación/segregación de las etapas de aprendizaje, y de dispositivos de control social de la información o del *secreto*. Paradigma de comunicación que desde finales del siglo XVII convierte la edad en el “criterio cohesionador de la infancia”¹²⁴ permitiendo el establecimiento de una doble correspondencia: entre la linealidad del texto escrito y el desarrollo escolar —el avance intelectual va paralelo al progreso en la lectura—, y de éste con las escalas mentales de

la edad. Esa correspondencia estructura la información escolar en forma tan sucesiva y lineal que, de un lado, todo retraso o precocidad serán tachados de *anormales*, y de otro se identificará la comunicación pedagógica con la transmisión de contenidos memorizables y reconstituibles: el "rendimiento escolar" se mide por edades y paquetes de información aprendidos. Y es a ese modelo mecánico y unidireccional al que responde la *lectura pasiva* que la escuela fomenta prolongando la relación del fiel con la *sagrada escritura* que la Iglesia instaurara. Al igual que los clérigos se atribuían el poder de la única lectura auténtica de la Biblia, los maestros detentan el saber de una lectura unívoca, esto es de aquella de la que la lectura del alumno es puro eco. "La autonomía del lector depende de una transformación de las relaciones sociales que sobredeterminan su relación con los textos. La creatividad del lector crece a medida que decrece el peso de la institución que la controla"¹²⁵. De ahí la antigua y pertinaz desconfianza de la escuela hacia la *imagen*¹²⁶, hacia su incontrolable polisemia que la convierte en lo contrario del *escrito*, ese texto controlado desde dentro por la sintaxis y desde fuera por la identificación de la *claridad* con la univocidad. La escuela buscará sin embargo controlar la imagen, ya sea subordinándola al oficio de mera *ilustración* del texto escrito o acompañándola de un *letrado* que le indique al alumno *lo que dice la imagen*.

Acosado por los cuatro costados, ese modelo de comunicación pedagógica no sólo sigue vivo hoy sino que se refuerza al colocarse a la defensiva desfasándose aceleradamente de los procesos de comunicación que hoy dinamizan la sociedad. Primero, negándose a aceptar el *des-centramiento cultural* que atraviesa el que ha sido su eje tecno-pedagógico, el libro. Pues "el aprendizaje del texto (*del libro-de-texto*)

asocia a través de la escuela un modo de transmisión de mensajes y un modo de ejercicio del poder, basados ambos en la escritura"¹²⁷. Segundo, ignorando que en cuanto *transmisor* de conocimientos la sociedad cuenta hoy con dispositivos de almacenamiento, clasificación, difusión y circulación mucho más versátiles, disponibles e individualizados que la escuela. Tercero, atribuyendo la crisis de la lectura de libros entre los jóvenes únicamente a la maligna seducción que ejercen las tecnologías de la imagen, lo que le ahorra a la escuela tener que plantearse la profunda reorganización que atraviesa el mundo de los lenguajes y las escrituras; y la consiguiente *transformación de los modos de leer* que está dejando sin piso la obstinada identificación de la lectura con lo que atañe solamente al libro y no a la pluralidad y heterogeneidad de textos, relatos y escrituras (orales, visuales, musicales, audiovisuales, telemáticos) que hoy circulan. Cuarto, impidiéndose interactuar con el mundo del *saber diseminado* en la multiplicidad de los medios de comunicación a partir de una concepción premoderna de la *tecnología*, que no puede mirarla sino como algo exterior a la cultura, "deshumanizante" y perversa en cuanto desequilibradora de los contextos de vida y aprendizajes heredados. Concepción y actitud que lo que paradójicamente produce en los jóvenes es una brecha cada día más profunda entre su cultura y aquella desde la que enseñan sus maestros, lo que deja a los jóvenes inermes ante la atracción que ejercen las nuevas tecnologías e incapaces de apropiarse crítica y creadoramente de ellas.

También en el terreno de los modelos y dispositivos de comunicación, los destiempos se entrecruzan y refuerzan convirtiendo la ruptura entre generaciones en el profundo conflicto entre culturas de que habla Margaret Mead. Pero la

escuela escamotea ese conflicto reduciéndolo a sus *efectos morales* y traduciéndolo a un discurso de lamentaciones sobre la manipulación que los medios hacen de la ingenuidad y curiosidad de los niños, sobre la superficialidad, el conformismo y el rechazo al esfuerzo que inoculan en los jóvenes "llenándoles la cabeza de morbo, banalidad y ruido". Lo que esa reducción impide es que, ya no la escuela, sino el sistema educativo se haga preguntas como éstas: ¿qué significan *saber y aprender* en el tiempo de la economía informacional y los imaginarios comunicacionales movilizados desde las redes que insertan instantáneamente lo local en lo global?, ¿qué desplazamientos epistemológicos e institucionales están exigiendo los nuevos dispositivos de producción y apropiación cognitiva a partir del interfaz que enlaza las pantallas hogareñas de televisión con las laborales del computador y las lúdicas de los videojuegos?, ¿qué saben nuestras escuelas, e incluso nuestras facultades de educación, sobre las hondas modificaciones en la percepción del espacio y el tiempo que viven los adolescentes, insertos en procesos vertiginosos de desterritorialización de la experiencia y la identidad, y atrapados en una contemporaneidad que confunde los tiempos, debilita el pasado y exalta el no-futuro *fabricando un presente continuo*: hecho a la vez de las discontinuidades de una actualidad cada día más instantánea, y del *flujo* incesante y emborrachador de informaciones e imágenes? ¿Está la educación haciéndose cargo de esos interrogantes? y si no lo está haciendo, ¿cómo puede pretender ser hoy un verdadero espacio social y cultural de apropiación de conocimientos?

*Deslocalización de los saberes y esquizofrenia
del mundo escolar*

En la relación entre educación y comunicación, esta última resulta casi siempre reducida a su dimensión instrumental, es decir, al uso de los medios. Con lo que se deja fuera del debate justamente aquello que sería estratégico pensar: la inserción de la educación en los complejos procesos de comunicación de la sociedad actual, o dicho de otro modo, el *ecosistema comunicativo* que constituye el *entorno educacional difuso y descentrado* en que estamos inmersos. Un entorno *difuso* de informaciones, lenguajes y saberes, y *descentrado* por relación a los dos centros —escuela y libro— que organizan aún el sistema educativo vigente. Desde los monasterios medievales hasta las escuelas de hoy el saber, que fue siempre fuente de poder, ha conservado ese doble carácter de ser a la vez centralizado territorialmente y asociado a determinados soportes y figuras sociales. De ahí que las transformaciones en los modos cómo circula el saber constituye una de las más profundas mutaciones que una sociedad puede sufrir. Es disperso y fragmentado como el saber escapa de los lugares *sagrados* que antes lo contenían y legitimaban, y de las figuras sociales que lo detentaban y administraban. Y es esa diversificación y difusión del saber lo que constituye uno de los retos más fuertes que el mundo de la comunicación le plantea al sistema educativo. Cada día más estudiantes testimonian una simultánea pero desconcertante experiencia: la de reconocer lo bien que el maestro se sabe su lección, y al mismo tiempo el desconcierto cotidiano de constatar que esos conocimientos se hallan seriamente desfasados de los

saberes y lenguajes que —sobre biología, física, filosofía o geografía— circulan por *fuera* de ella. Y frente a un alumna-do cuyo medio-ambiente comunicativo lo “empapa” cotidianamente de esos otros saberes-mosaico que, en forma de *información*, circulan por la sociedad, la reacción de la escuela es casi siempre de atrincheramiento en su propio discurso: cualquier otro es resentido por el sistema escolar como un atentado a su autoridad. En lugar de ser percibida como una llamada a replantear el modelo de comunicación que subyace al modelo pedagógico, la intromisión de saberes y lenguajes otros resulta endureciendo el control de los discursos que irrespetan el sagrado saber escolar.

El cruce de dinámicas que *convierte la comunicación en ecosistema* y éste en la más fuerte diversificación y descentramiento del saber, hace cada día más manifiesta la esquizofrenia entre el modelo de comunicación que configura una sociedad progresivamente organizada sobre la información, y el modelo hegemónico de comunicación que subyace al sistema educativo. Con el consiguiente agrandamiento de la grieta entre la experiencia cultural desde la que hablan los maestros y aquella otra desde la que aprenden los alumnos. A lo que “ayuda” no poco la propia visión que la UNESCO manifiesta en una buena cantidad de sus documentos, en los que la relación comunicación/educación continúa siendo marcadamente instrumental: los medios deben servir sobre todo para expandir el auditorio de la escuela, o para permitir que los alumnos puedan ver una ameba en tamaño directamente observable. Lo grave es que en esos documentos se alimenta una visión de la comunicación despojada del reto cultural que ésta entraña para el sistema educativo en su conjunto. No es entonces extraño que nuestras escuelas sigan viendo en los medios únicamente una posibilidad de

desaburrir la enseñanza, de amenizar unas jornadas presas de una inercia insoportable.

La actitud defensiva de la escuela y del sistema educativo, los están llevando a desconocer o disfrazar que el problema de fondo está en el desafío que le plantea un ecosistema comunicativo en el que lo que emerge es *otra cultura*, otro modo de ver y de leer, de pensar y aprender. La actitud defensiva se limita a identificar lo mejor del modelo pedagógico tradicional con el libro¹²⁸, y anatematizar el mundo audiovisual como mundo de la frivolidad, de la alienación y la manipulación; a hacer del libro el ámbito de la reflexión, el análisis y la argumentación, frente a un mundo de la imagen hecho sinónimo de emotividad y seducción. Ojalá el libro fuera en la escuela un medio de reflexión y de argumentación y no de lecturas canónicas y de repeticiones estériles. Pero desgraciadamente no lo es, como lo han demostrado investigaciones realizadas en la Universidad del Valle¹²⁹ sobre hábitos de lectura y usos sociales de la televisión en la ciudad de Cali, la inmensa mayoría de la gente, de todas las clases sociales y no sólo de los sectores populares, identifica libro con tarea escolar, de manera que una vez terminado ese periodo de la vida el libro deja de tener utilidad, o alguna función. Lo que revela que nuestras escuelas no están siendo un espacio en el que la lectura y la escritura sean una actividad creativa y placentera, sino predominantemente una tarea obligatoria y tediosa, sin posibilidades de conexión con dimensiones claves de la vida de los adolescentes. Una actividad incluso castradora: confundiendo cualquier expresión de estilo propio en la escritura con anormalidad o con plagio los maestros tienden a reprimir la creatividad sistemáticamente. No por mala voluntad, por supuesto, sino por los *hábitus*¹³⁰ de lectura de los propios

docentes, y por las inercias de la enseñanza legitimadas por el modelo imperante de comunicación escolar: en cuanto un alumno o alumna escribe distinto a como el maestro espera que escriban el maestro se siente autorizado, e incluso obligado, a reprimir esas *anormalidades*.

Un joven psicólogo que hizo su tesis sobre el aprendizaje de la lectura en escuelas de Ciudad Bolívar, el conjunto de barrios más pobres de Bogotá, me contaba su triste descubrimiento: en esas escuelas el aprendizaje de la lectura empobrece el vocabulario y el modo de hablar de los niños, pues al tratar de hablar como se escribe, los niños pierden gran parte de la riqueza de su mundo oral, incluida su espontaneidad narrativa. Es decir, tenemos un sistema escolar que no sólo no gana a los adolescentes para una lectura y una escritura creativas sino que además no se ha enterado de que existe una cultura oral que constituye la matriz cultural fundamental entre los sectores populares, la que no puede ser en modo alguno confundida con el analfabetismo. Frente a la cultura oral la escuela se encuentra tan desprovista de modos de interacción, y tan a la defensiva, como frente a la audiovisual.

El cuadro no puede ser más significativo: mientras la enseñanza discurre por el ámbito del libro el maestro se siente fuerte, pero en cuanto aparece el mundo de la imagen el maestro pierde pie, su terreno se mueve: porque el alumno sabe mucho más y sobre todo maneja mucho mejor los lenguajes de la imagen que el maestro. Y además porque la imagen no se deja leer con la univocidad de códigos que la escuela aplica al texto escrito. Frente a ese desmoronamiento de su autoridad ante el alumno, el maestro no sabe reaccionar sino des-autorizando los saberes que pasan por la imagen. Del otro lado, la oralidad cultural de las mayorías

tampoco cabe en la escuela: pues tanto el mundo del chiste y las narrativas orales como el mundo del rock y del rap des-ubican también, desde sus propias lógicas, saberes y placeres, el ascetismo triste del autismo libresco.

En la manera como se aferra al libro, la escuela desconoce todo lo que de cultura se produce y circula por el mundo de la imagen y de la cultura oral: dos mundos que viven justamente de la hibridación y el mestizaje, de la revoltura de memorias territoriales con imaginarios des-localizados. Develemos entonces el malentendido que nos está impidiendo reconocer que sociedad multicultural significa en nuestros países no sólo aceptar las diferencias étnicas, raciales o de género, significa también aceptar que en nuestras sociedades conviven hoy “indígenas” de la cultura letrada, con indígenas de la cultura oral y de la audiovisual. Y ello en su sentido más fuerte puesto que esas tres culturas configuran muy diferentes modos de ver y de oír, de pensar y de sentir, de sufrir y de gozar. Y al reivindicar la existencia de la cultura oral y la audiovisual no estamos desconociendo en modo alguno la vigencia de la cultura letrada sino desmontando su pretensión de ser la única cultura digna de ese nombre y el eje cultural de nuestra sociedad. El libro sigue y seguirá siendo la clave de la *primera alfabetización*, esa que en lugar de encerrarse sobre la cultura letrada debe hoy poner las bases para la *segunda alfabetización* que nos abre a las múltiples escrituras que hoy conforman el mundo del audiovisual y la informática. Estamos ante un cambio en los protocolos y procesos de lectura¹³¹, pero ello no significa, no puede significar, la simple sustitución de un modo de leer por otro sino la compleja articulación de uno y otro, de la lectura de textos en la de hipertextos, de la doble inserción de unos en otros, con todo lo que ello implica de continuidades

y rupturas, de reconfiguración de la lectura como conjunto de muy diversos modos de navegar entre textos. Todos esos modos que está exigiendo la construcción de ciudadanos que sepan *leer* hoy tanto periódicos como noticieros de televisión, videojuegos, videoclips e hipertextos.

Jóvenes malestares en la cultura

"Temida por unos y aplaudida por otros, nos encontramos ante una transformación radical de las modalidades de producción, transmisión y recepción de lo escrito. Disociados de los soportes en que teníamos la costumbre de encontrarlos (el libro, el diario, la revista), los textos están llamados a tener en adelante una existencia electrónica: compuestos en el computador, transmitidos por procedimientos telemáticos, los textos llegan al lector sobre una pantalla. La revolución del texto electrónico lo es también de la lectura: estamos ante nuevas maneras de leer, nuevas relaciones con lo escrito y nuevas técnicas intelectuales"

ROGER CHARTIER

Des-ordenando el campo cultural ilustrado y legitimado, los más jóvenes experimentan un profundo *malestar en la cultura* que radicaliza la experiencia de *desanclaje*¹³² que la modernidad produce sobre las particularidades de los hábitos, las mentalidades y las prácticas locales. Malestar que se manifiesta en desazones y rabias, en discontinuidades y deslocalizaciones, pero también en nuevos modos de arraigo, en *nuevas formas de juntarse* en la ciudad, y en el papel protagónico que ahí ocupa la música: esa *vieja/nueva* sonoridad del rock en que se mezclan la confusión moral y las estéticas de lo desechable, las estridencias, ruidos y ritmos de la experiencia cotidiana de la violencia, el anonimato y la soledad.

Es en la tarea de desciframiento de ese malestar como pueden pensarse los retos de fondo que la televisión le plantea a la familia y a la escuela. A la familia, porque mientras el texto escrito creó espacios de comunicación exclusiva entre los adultos instaurando una marcada segregación entre adultos y niños, la televisión cortocircuita los filtros de la autoridad parental transformando los modos de circulación de la información en el hogar: "Lo que hay de verdaderamente revolucionario en la televisión es que ella permite a los más jóvenes estar *presentes* en las interacciones entre adultos (...) Es como si la sociedad entera hubiera tomado la decisión de autorizar a los niños a asistir a las guerras, a los entierros, a los juegos de seducción, los interludios sexuales, las intrigas criminales. La pequeña pantalla les expone a los temas y comportamientos que los adultos se esforzaron por ocultarles durante siglos"¹³³. Al no depender su uso de un complejo código de acceso, como el del libro, la televisión expone a los niños, desde que abren los ojos, al mundo antes velado de los adultos. Pero al dar más importancia a los contenidos que a la *estructura de las situaciones* seguimos sin comprender el verdadero papel que la televisión está teniendo en la reconfiguración del hogar. Y los que entreven esa perspectiva se limitan a cargar a la cuenta de la televisión la *incomunicación* que padece la institución familiar: como si antes de la televisión la familia hubiera sido un remanso de comprensión y de diálogo. Lo que ni padres ni psicólogos se plantean es por qué mientras los niños siguen gustando de *libros para niños* prefieren —en porcentajes del 70% o más según las investigaciones realizadas en todos los países— los programas de televisión *para adultos*. Cuando es ahí donde se esconde la pista clave: mientras el libro disfraza su control —tanto el que sobre él se ejerce como el que a través

de él se realiza— tras su estatuto de objeto *distinto* y de la complejidad de los temas y del vocabulario, el control de la televisión no admite disfraces haciendo explícita la censura. La que, de una parte, devela los mecanismos de simulación que sostienen la autoridad familiar, pues los padres juegan en la realidad *papeles* que la televisión desenmascara: en ella los adultos mienten, roban, se emborrachan, se maltratan... Y de otra, el niño no puede ser culpabilizado por lo que ve (como sí lo es por lo que clandestinamente lee) pues no fue él quien trajo subrepticamente el programa erótico o violento a la casa.

La televisión desordena las *secuencias* del aprendizaje por edades/ etapas, ligadas al proceso escalonado de la lectura, y las *jerarquías* basadas en la "polaridad complementaria" entre hechos y mitos: mientras la cotidiana realidad está llena de fealdades y defectos, los *padres de la patria* de que nos hablan los libros para niños son héroes sin tacha, valientes, generosos, ejemplares; y lo mismo los *padres de la casa*: también en los libros-para-niños aparecen honestos, abnegados, trabajadores, sinceros. De una manera oscura los padres captan lo que pasa pero no entienden su calado porque ni los niños ahora "saben demasiado", ni viven cosas que "no son para su edad" pues hasta el siglo XVII¹³⁴ los niños vivían revueltos con los adultos en el trabajo, en la taberna y hasta en la cama. Es sólo cuando el declive de la mortalidad infantil se cruza con un aprendizaje *por libros* —que sustituye al aprendizaje *por prácticas*— cuando emerge la infancia como "un mundo aparte". La televisión ha puesto fin a esa *separación social* y es ahí donde cala la honda desazón que produce su desorden cultural. El estallido de las fronteras espaciales y sociales que la televisión introduce en el hogar *des-localiza* los saberes y *des-legitima* sus segmentaciones. Ello

modifica tanto el estatuto epistemológico como institucional de *los lugares de saber* y de las *figuras de razón*. No es extraño que el imaginario de la televisión sea asociado a las antípodas de los valores que definen a la escuela: larga temporalidad, sistematicidad, trabajo intelectual, valor cultural, esfuerzo, disciplina. Pero al ser acusada por la escuela de todos los males y vicios que acechan a la juventud la televisión devela lo que ésta cataliza *de cambios en la sociedad*: desplazamiento de las fronteras entre razón e imaginación, entre saber e información, naturaleza y artificio, arte y ciencia, saber experto y experiencia profana.

Entre maestros, instituciones educativas y asociaciones de lectura, la defensa del libro se halla con frecuencia asociada a una memoria corta que les hace desconocer la antigüedad y multiplicidad de mutaciones que a lo largo de la historia han sufrido la escritura, sus soportes, sus usos sociales y modos de lectura. Desde la sustitución del *rollo* por el *códice*¹³⁵, que permitió un manejo completamente nuevo del texto al hacer posible la paginación y con ella la travesía visual del libro de una punta a la otra, y la tipología que asoció formatos y géneros a diversas categorías de libros y discursos. De la lectura en *voz alta*, durante siglos fuertemente asociada a la declamación y la escucha religiosa, a la lectura *en silencio* vinculada al trabajo intelectual; o de la lectura *intensiva* —a la que obligaba un corpus limitado de textos, leídos una y otra vez, memorizados y recitados— a la lectura *extensiva* que hace posible la invención de la imprenta y la posterior producción industrial del libro y los periódicos. Hasta la *revolución* introducida hoy por el texto electrónico que opone su inmaterialidad y su composición fragmentada a la materialidad y continuidad del libro impreso. Frente a la diferenciación visible que el libro traza

entre escritura y lectura, y aún más fuerte entre escritor y lector, el texto electrónico posibilita una actividad plural, a varias voces, que intercambia los oficios y las acciones del leer y escribir.

Pero el texto electrónico no se agota en el computador, él se despliega hoy en una multiplicidad de soportes, imágenes y escrituras que, de la televisión al videoclip y del multimedia a los videojuegos, hallan en nuestros países una compleja y creciente complicidad entre oralidad y visualidad, una complicidad que nada tiene que ver con el analfabetismo. Pues es en las nuevas generaciones donde esa complicidad opera más fuertemente, y los jóvenes hoy saben leer, sólo que su lectura ya no tiene al libro como eje y centro de la cultura. Con lo que es la noción misma de *lectura* la que está en cuestión, la que al quedarse sin su viejo centro estalla obligándonos a pensar el *des-orden en la cultura* que introducen las escrituras electrónicas y la experiencia audiovisual. Pues la visualidad electrónica ha entrado a formar parte constitutiva de la *visualidad cultural*, esa que es a la vez entorno tecnológico y nuevo imaginario "capaz de hablar culturalmente —y no sólo de manipular tecnológicamente—, de abrir nuevos espacios y tiempos para una nueva era de lo sensible"¹³⁶. Ésa que empieza en la televisión y continúa en el computador y el hipertexto multimedia.

Los retos culturales de la tecnicidad

La praxis comunicativa de la escuela es aún, mayoritariamente, aquella que ve en los medios masivos sus peores enemigos cuando en realidad es ella la que acaba siendo su más perversa aliada. Porque por más escandaloso que suene,

lo cierto es que nada empuja más a los adolescentes a dejarse absorber por los medios que la abismal distancia entre la *actividad, diversidad, curiosidad, actualidad, apertura de fronteras* que dinamizan hoy el mundo de la comunicación, y la *pasividad, uniformidad, redundancia, anacronía, provincianismo* que lastran desde dentro el modelo y el proceso escolar. Un modelo que al enfrentar cotidianamente a los alumnos a un discurso maniqueo y esquizoide —la escuela último baluarte del libro y por tanto de la reflexión, del argumento, y de la independencia de pensamiento, frente a unos medios, en especial los audiovisuales, que no producen sino masificación, conformismo y consumismo— está acarreado un serio proceso de *marginación sociocultural*: pues al no preparar sino para su “cultura normalizada” la escuela deja a los sectores más pobres sin la menor posibilidad de aprovechar tanto la *oralidad como experiencia cultural primaria*, que constituye su modo propio de comunicación y organización perceptiva y expresiva del mundo, como esa otra cultura de la *visualidad electrónica*, forma de “oralidad secundaria”¹³⁷ que gramaticalizan y semantizan los medios y tecnologías de comunicación. Cuando es ahí, en la complicidad/ compenetración entre esas dos culturas —oral y visual— por donde pasa la especificidad de la experiencia colectiva de modernidad en Latinoamérica¹³⁸. ¿Cómo puede la escuela insertarse en la complejidad de mestizajes —de tiempos y memorias, imaginarios y culturas— anclada únicamente en la modernidad letrada e ilustrada, cuando en nuestros países la dinámica de las transformaciones que calan en la cultura cotidiana de las mayorías provienen *básicamente* de la desterritorialización y las hibridaciones que agencian los medios masivos?

Es a partir de la asunción de la *tecnicidad mediática como dimensión estratégica de la cultura* que la escuela puede

insertarse en los procesos de cambio que atraviesan nuestra sociedad, e *interactuar con los campos de experiencia* en que hoy se procesan los cambios: desterritorialización/relocalización de las identidades, hibridaciones de la ciencia y el arte, de las literaturas escritas y las audiovisuales; reorganización de los saberes y del mapa de los oficios desde los flujos y redes por los que hoy se moviliza no sólo la información sino el trabajo, el intercambio y la puesta en común de proyectos, de investigaciones científicas y experimentaciones estéticas. Sólo haciéndose cargo de esas transformaciones la escuela podrá *interactuar* con las nuevas formas de participación ciudadana que el entorno informacional hoy abre.

El chileno Martín Hopenhayn ha traducido a objetivos básicos de la educación los "códigos de modernidad"¹³⁹ que hoy requiere una sociedad democrática. Ellos son formar *recursos humanos*, construir *ciudadanos* y desarrollar *sujetos autónomos*. La educación no puede estar de espaldas a las transformaciones del mundo del trabajo, de los nuevos saberes que la producción moviliza, de las nuevas figuras que recomponen aceleradamente *el campo y el mercado de las profesiones*. No se trata de supeditar la formación a la adecuación de recursos humanos para la producción, sino de que la escuela asuma los retos que las innovaciones tecnológicas y laborales le plantean en términos de nuevos lenguajes y saberes. Pues sería suicida que la escuela alfabetice para una sociedad cuyas modalidades productivas están desapareciendo. En segundo lugar, *construcción de ciudadanos* significa una educación capaz de enseñar a leer ciudadanamente el mundo, es decir, capaz de crear en los jóvenes una mentalidad crítica, cuestionadora, desajustadora de la inercia en que la gente vive, desajustadora del acomodamiento en la riqueza o de la resignación en la pobreza;

una educación que renueve la cultura política para que la sociedad no busque *salvadores* sino que genere socialidades para convivir, concertar, respetar las reglas del juego ciudadano, desde las de tráfico hasta las del pago de impuestos. Y en tercer lugar la educación debe *desarrollar sujetos autónomos* ya que frente a una sociedad que masifica estructuralmente, una sociedad que tiende a homogeneizar incluso cuando crea posibilidades de diferenciación, la posibilidad de ser ciudadanos es directamente proporcional al desarrollo de sujetos autónomos, es decir de gente libre tanto interiormente como en sus tomas de posición. Y libre significa gente capaz de saber leer la publicidad y para qué sirve, y no dejarse masajear el cerebro, gente que sea capaz de tomar distancia del arte de moda, de los libros de moda, gente que piense con su cabeza y no con las ideas que circulan a su alrededor.

Lo más grave de la situación que los retos de la comunicación le hacen a la educación es que mientras los hijos de los sectores pudientes entran en interacción con el ecosistema informacional y comunicativo desde su propio hogar, los hijos de las mayorías pobres —cuyas escuelas no tienen la más mínima interacción con el entorno informático, siendo que para ellos la escuela es el espacio decisivo de acceso a las nuevas formas de conocimiento— están quedando excluidos del nuevo espacio laboral y profesional que la cultura tecnológica configura. De ahí la importancia estratégica que cobra hoy una escuela capaz de un uso creativo y crítico de los medios masivos y las tecnologías informáticas. Pero ello sólo será posible en una escuela que transforme su modelo (y su praxis) de comunicación, esto es que haga posible el tránsito de un modelo centrado en la secuencia lineal —que *encadena unidireccionalmente* grados, edades y

paquetes de conocimiento— a otro *descentrado* y *plural*, cuya clave es el “encuentro” del *palimpsesto* y el *hipertexto*. Entiendo por *palimpsesto* ese texto en el que un pasado borrado emerge tenazmente, aunque borroso, en las entrelíneas que escriben el presente; y por *hipertexto* una escritura no secuencial, sino *montaje* de conexiones en red que, al permitir/exigir una multiplicidad de recorridos, transforma la lectura en escritura. Lo que en lugar de sustituir viene a potenciar la figura y el *oficio del educador*, que de mero retransmisor de saberes deberá convertirse en formulador de problemas, provocador de interrogantes, coordinador de equipos de trabajo, sistematizador de experiencias, y memoria viva de una educación que, en lugar de aferrarse al pasado, hace relevo y posibilita el diálogo entre culturas y generaciones.

5. INTEGRACIÓN EN GLOBALIZACIÓN: EL ESPACIO CULTURAL LATINOAMERICANO

“Entre el atrincheramiento fundamentalista y la homogeneización mercantilizada hay lugar para estudiar y discutir qué puede hacerse desde las políticas culturales a fin de que las alianzas económicas no sirvan sólo para que circulen libremente los capitales sino también las culturas”.

N. GARCÍA CANCLINI

El retorno de la cuestión cultural

La *cuestión cultural* emerge hoy como clave insoslayable de comprensión de las involuciones que sufre el desarrollo en los países del antes llamado Tercer Mundo y de lo mentiroso de las pasividades atribuidas a las colectividades por los

salvadores de turno. Cuestión crucial, pues o las construcciones identitarias son asumidas como dimensiones cruciales para los modelos y procesos del desarrollo de los pueblos o las identidades culturales tenderán a atrincherarse colocándose en una posición de antimodernidad a ultranza, con el consiguiente reflatamiento de los particularismos étnicos y raciales. Si lo que constituye la fuerza del desarrollo es la capacidad de las sociedades de actuar sobre sí mismas y de modificar el curso de los acontecimientos y los procesos, la forma globalizada que hoy asume la modernización choca y exacerba las identidades generando tendencias fundamentalistas frente a las cuales es necesaria una nueva conciencia de identidad cultural "no estática ni dogmática, que asuma su continua transformación y su historicidad como parte de la construcción de una modernidad sustantiva"¹⁴⁰, esto es de una nueva concepción de modernidad que supere su identificación con la racionalidad puramente instrumental a la vez que revalorice su impulso hacia la universalidad como contrapeso a los particularismos y los guetos culturales. Lo que a su vez está exigiendo una nueva concepción de desarrollo en la que quepan los diferentes modos y ritmos de inserción de las poblaciones, de sus culturas, en la modernidad.

La deslegitimación que la modernización opera sobre las tradiciones y las costumbres desde las que, hasta hace bien poco, nuestras sociedades elaboraban sus "contextos de confianza"¹⁴¹ desmorona la ética y desdibuja el hábitat cultural. Ahí arraigan algunas de nuestra más secretas y enconadas violencias. Pues las gentes pueden con cierta facilidad asimilar los instrumentos tecnológicos y las imágenes de modernización pero sólo muy lenta y dolorosamente pueden recomponer su sistema de valores, de normas éticas y virtudes cívicas. La incertidumbre que conlleva el cambio de época

añade a la crisis de los mapas ideológicos una fuerte erosión de los mapas cognitivos que nos deja sin categorías de interpretación capaces de captar el rumbo de las vertiginosas transformaciones que vivimos. Ello es visible especialmente en la profunda reconfiguración que atraviesan las *culturas tradicionales* —campesinas, indígenas y negras— por la intensificación de su comunicación e interacción con las otras culturas de cada país y del mundo. Desde dentro de las comunidades esos procesos de comunicación son percibidos a la vez como otra forma de amenaza a la supervivencia de sus culturas —la larga y densa experiencia de las trampas a través de las cuales han sido dominadas, carga de recelo cualquier exposición al otro— pero al mismo tiempo la comunicación es vivida como una posibilidad de romper la exclusión, como experiencia de interacción que si comporta riesgos también abre nuevas figuras de futuro. En verdad la dinámica de las propias comunidades tradicionales desborda hoy los marcos de comprensión elaborados por los antropólogos y los folcloristas: hay en esas comunidades menos complacencia nostálgica con las tradiciones y una mayor conciencia de la indispensable reelaboración simbólica que exige la construcción del futuro¹⁴². Así lo demuestran la diversificación y desarrollo de la producción artesanal en una abierta interacción con el diseño moderno y hasta con ciertas lógicas de las industrias culturales¹⁴³, el desarrollo de un derecho consuetudinario indígena cada día más abiertamente reconocido por la normatividad nacional e internacional¹⁴⁴, la existencia creciente de emisoras de radio y televisión programadas y gestionadas por las propias comunidades¹⁴⁵, y hasta la palabra del subcomandante Marcos haciendo circular por la transterritorialidad de Internet los derechos del movimiento indígena zapatista a una utopía que

no se quiere sólo alternativa en lo local sino reconfiguración del sentido de los movimientos actuales de democratización en México¹⁴⁶.

Por su parte la globalización económica y tecnológica disminuye la importancia de lo territorial devaluando los referentes tradicionales de la identidad. Contradictoria y complementariamente las culturas locales y regionales se revalorizan exigiendo cada día una mayor autodeterminación, que es derecho a contar en las decisiones económicas y políticas, construir sus propias imágenes y a *contarnos* sus propios relatos.

El lugar de las *industrias culturales* en esos procesos está exigiendo redefinir ese concepto más allá del sentido inicial dado por los de Frankfurt en cuanto desublimada “caída del arte en la cultura” y su reducción a mercancía. Pues ello nos impediría pensar las contradicciones que dinamizan la complejidad cultural de la sociedad fin de siglo. Aún reconociendo la articulación histórica entre capitalismo e industrialización, las transformaciones vividas por las sociedades occidentales han ido develando el espesor de relaciones que liga la *creación* cultural con las lógicas de la *producción* industrial: ni el cine deja de ser arte por el hecho de ser industria, sino que constituye otro tipo de arte, ni la estandarización implica la total ausencia de innovación. Es la tensión entre creación y producción la que hace hoy de las industrias culturales —desde el cine a la música discográfica, desde la televisión al videoarte— espacios de entrecruzamiento de diferentes espacios de la producción social y la creatividad cultural, conformados por dispositivos complejos que no son de orden meramente tecnológico, mercantil o político y en las que pesan tanto las filiaciones como las alianzas, las pesadas máquinas de la fabricación como las sinuosas trayectorias de

la circulación, y donde las estratagemas de apropiación deben ser tenidas en cuenta tanto como las lógicas de la propiedad.

Quedan sin embargo en la actual operativización del concepto —que posibilitó su pluralización por la UNESCO¹⁴⁷ a finales de años '70— tenaces remanentes de la ilustrada oposición entre masas y cultura, que se hacen evidentes en la mayoría de unas políticas culturales limitadas por el contenidismo —la cultura reducida a contenido noble de los medios masivos— y el difusionismo de una comunicación-instrumento de propagación o divulgación cultural, e incapaces por tanto de asumir la heterogeneidad de la producción simbólica en nuestras sociedades y la envergadura estructural de las industrias culturales en la puesta en comunicación de nuestros pueblos. Para lo cual necesitamos pensar las industrias culturales aliviadas del “peso de la gravedad causal”, esto es, de “su remisión en cadena a las totalidades”¹⁴⁸, para concebirlas más bien como lugares de condensación e interacción de redes culturales múltiples, de entrecruzamiento de diferentes espacios de la producción social, conformadas por dispositivos complejos que no son de orden meramente tecnológico, mercantil o político, y en las que pesan menos las filiaciones que las alianzas, las pesadas máquinas de la fabricación que las sinuosas trayectorias de la circulación y donde las estratagemas de la apropiación deben ser tenidas en cuenta tanto como las lógicas de la propiedad.

Es una compleja *reorganización de la hegemonía*¹⁴⁹ la que materializan hoy las industrias culturales, lo que nos está exigiendo concebirlas como dispositivos claves en la construcción de las identidades colectivas, esto es de los procesos de diferenciación y reconocimiento de los sujetos que conforman

las diversas agrupaciones sociales y también de las dinámicas de indiferenciación de los mercados.

En su sentido más denso y desafiante la idea de *multiculturalidad* apunta ahí: a la configuración de sociedades en las que las dinámicas de la economía y la cultura-mundo movilizan no sólo la heterogeneidad de los grupos y su readecuación a las presiones de lo global sino la coexistencia al interior de una misma sociedad de códigos y relatos muy diversos. Hasta no hace muchos años el mapa cultural de nuestros países era el de miles de comunidades culturalmente homogéneas, fuertemente homogéneas pero aisladas, dispersas, casi incomunicadas entre sí y muy débilmente vinculadas a la nación. Hoy el mapa es otro: América Latina vive un desplazamiento del peso poblacional del campo a la ciudad que no es meramente cuantitativo —en menos de cuarenta años el 70% que antes habitaba el campo está hoy en ciudades— sino el indicio de la aparición de una trama cultural urbana heterogénea, esto es formada por una densa multiculturalidad que es heterogeneidad de formas de vivir y de pensar, de estructuras del sentir y del narrar, pero muy fuertemente comunicadas en el sentido de que cada cultura se halla intensamente expuesta a las otras. Se trata de una multiculturalidad que desafía nuestras nociones de cultura, de nación y de ciudad, los marcos de referencia y comprensión forjados sobre la base de identidades nítidas, de arraigos fuertes y deslindes claros. Pues nuestras ciudades son hoy el ambiguo y opaco escenario de algo no representable ni desde la diferencia excluyente y excluida de lo étnico-autóctono, ni desde la inclusión uniformante y disolvente de lo moderno.

Tanto en el discurso como en la experiencia social, la multiculturalidad moviliza en Latinoamérica antiguas y

nuevas contradicciones. Como afirma el chileno N. Lechner "podría narrarse la historia de América Latina como una continua y recíproca ocupación de terreno. No hay demarcación estable reconocida por todos. Ninguna frontera física y ningún límite social otorgan seguridad. Así nace y se interioriza, de generación en generación, un miedo ancestral al invasor, al otro, al diferente, venga de arriba o de abajo"¹⁵⁰. Ese miedo se expresa aún en la tendencia, generalizada entre los políticos, a percibir la diferencia como disgregación y ruptura del orden, y entre los intelectuales a ver en la heterogeneidad una fuente de contaminación y deformación de las purezas culturales. El autoritarismo no sería entonces en nuestros países una tendencia perversa de sus militares o sus políticos sino una respuesta a la precariedad del orden social, la debilidad de la sociedad civil y la complejidad de mestizajes que contiene, haciendo del Estado la figura que contrarreste las debilidades societales y las fuerzas de la dispersión. Lo que ha significado la permanente sustitución del pueblo por el Estado y el protagonismo de éste en detrimento de la sociedad civil¹⁵¹. Los países de América Latina tienen una larga experiencia de la inversión de sentido mediante la cual la identidad nacional es puesta al servicio del chauvinismo de un Estado que en lugar de articular las diferencias culturales lo que ha hecho es subordinarlas al centralismo desintegrándolas.

Es esa equivalencia entre identidad y nación la que la multiculturalidad de la sociedad actual latinoamericana hace estallar ya que, de un lado, la globalización disminuye el peso de los territorios y los acontecimientos fundadores que telurizaban y esencializaban lo nacional y, de otro, la revaloración de lo local redefine la idea misma de nación. Mirada desde la cultura-mundo, la nacional aparece provinciana

y cargada de lastres estatistas y paternalistas. Mirada desde la diversidad de las culturas locales, la nacional equivale a homogeneización centralista y acartonamiento oficialista.

La mundialización de la cultura reconfigura también el sentido de *la ciudadanía*: “De tanto crecer hacia fuera, las metrópolis adquieren los rasgos de muchos lugares. La ciudad pasa a ser un caleidoscopio de patrones y valores culturales, lenguas y dialectos, religiones y sectas, etnias y razas. Distintos modos de ser pasan a concentrarse y convivir en el mismo lugar, convertido en síntesis del mundo”¹⁵². Al mismo tiempo vemos aparecer la figura de una *ciudadanía mundial*¹⁵³ inaugurando nuevos modos de representación y participación social y política. Pues también las fronteras que constreñían el campo de la política y los derechos humanos hoy no son sólo borrosas sino móviles, cargando de sentido político los derechos de las etnias, las razas, los géneros. Lo cual no debe ser leído ni en la clave *optimista* de la desaparición de las fronteras y el surgimiento (al fin) de una comunidad universal, ni en la *catastrofista* de una sociedad en la que la “liberación de las diferencias” acarrearía la muerte del tejido societario, de las formas elementales de la convivencia social. Como lo ha señalado J. Keane existe ya una *esfera pública internacional* que moviliza formas de *ciudadanía mundial*, como lo muestran las organizaciones internacionales de defensa de los derechos humanos y las ONG’s que, desde cada país, median entre lo transnacional y lo local.

La globalización desde la cultura

“Toda profecía generalizada que parte de un solo sector de lo social, aun cuando se trate de un sector tan espectacularmente desarrollado como el de las tecnologías de la comunicación, es una profecía imprudente porque subestima por fuerza la pluralidad y la complejidad sociológicas de la innovación en un conjunto planetario que está aún en gran medida diversificado.”

MARC AUGÉ

A diferencia del proceso que hasta los años '70 se definió como imperialismo, la globalización redefine las relaciones centro/periferia: lo que la globalización nombra ya no son movimientos de *invasión* sino transformaciones que se producen desde y en lo nacional y aún en lo local. Es desde dentro de cada país que no sólo la economía sino la cultura se mundializa. Lo que ahora está en juego no es una mayor difusión de los productos sino la rearticulación de las relaciones entre países mediante una descentralización que concentra poder económico y una des-localización que hibrida las culturas.

En América Latina la globalización es hoy percibida sobre dos escenarios: el de la *apertura nacional* exigida por el modelo neoliberal hegemónico, y el de la *integración regional* con que nuestros países buscan insertarse competitivamente en el nuevo mercado mundial. Ambos colocan la “sociedad de mercado” como requisito de entrada a la “sociedad de la información”. El escenario de la *apertura económica* se caracteriza por la desintegración social y política de lo nacional

porque la racionalidad de la modernización neoliberal sustituye los proyectos de emancipación social por las lógicas de una competitividad cuyas reglas no las pone ya el Estado sino el mercado, convertido en principio organizador de la sociedad en su conjunto. Y cómo construir democracia en países donde la polarización social se profundiza colocando al cuarenta por ciento de la población por debajo de los niveles de pobreza; ¿qué viabilidad pueden tener proyectos nacionales cuando los entes financieros transnacionales sustituyen a los Estados en la planificación del desarrollo? El crecimiento de la desigualdad atomiza la sociedad deteriorando los mecanismos de cohesión política y cultural, y desgastadas las representaciones simbólicas “no logramos hacernos una imagen del país que queremos, y por ende la política no logra fijar el rumbo de los cambios en marcha”¹⁵⁴. En el escenario de la *integración latinoamericana*, aún estando estrechamente unida por la lengua y por largas y densas tradiciones, la integración económica está fracturando la solidaridad regional, especialmente por las modalidades de *inserción excluyente*¹⁵⁵ de los grupos regionales (TLC, Mercosur) en los macrogrupos del Norte, del Pacífico y de Europa. Las exigencias de competitividad entre los grupos están prevaleciendo sobre las de cooperación y complementariedad regional, lo que a su vez se traduce en una aceleración de los procesos de concentración del ingreso, de reducción del gasto social y deterioro de la esfera pública.

Mientras en Europa pasa al primer plano la *excepción cultural* con que se busca defender los derechos de las culturas —incluidas las de las *naciones sin Estado*, esas identidades diluidas o subvaloradas en el proceso de integración de los Estados nacionales— impulsando para ello un fortalecimiento público de su capacidad de producción audiovisual¹⁵⁶

la integración latinoamericana, por el contrario, al obedecer casi únicamente al interés privado, está llevando su producción audiovisual a un movimiento creciente de neutralización y borramiento de las señas de identidad regionales y locales. Paradoja: al mismo tiempo que, buscando competitividad transnacional, las empresas de televisión integran cada día con mayor frecuencia libretos y actores de unos países con otros, juntando en la misma telenovela libretos brasileños o venezolanos, actores mexicanos y directores colombianos o argentinos, la telenovela —que se había convertido en un terreno estratégico de la producción y reproducción de las imágenes que estos países se hacen de sí mismos y con las que se hacen reconocer de los demás— se está viendo abaratada económica y culturalmente. La presencia en el espacio audiovisual del mundo de empresas como la mexicana Televisa o la brasileña Red O'Globo se hace a costa de moldear la imagen de estos pueblos en función de públicos cada día más neutros e indiferenciados. Son exigencias del modelo que impone la globalización las que orientan esos cambios. Y que se evidencian en el reordenamiento privatizador de los sistemas nacionales de televisión en todo el mundo: la expansión del número de canales, la diversificación y crecimiento de la televisión por cable, y las conexiones vía satélite, han acrecentado el tiempo de programación empujando una demanda intensiva de programas que abre aún más el mercado a la producción latinoamericana produciendo pequeñas brechas en la hegemonía televisiva norteamericana y en la división del mundo entre un Norte identificado con países productores y un Sur con países únicamente consumidores. Pero significa también el triunfo de la *experiencia del mercado* en rentabilizar la diferencia cultural para renovar las gastadas narrativas mediáticas.

Pero también en Latinoamérica, como en cualquier sociedad en proceso de globalización, la cultura emerge como el espacio estratégico de las tensiones que desgarran y recomponen el "estar juntos", los nuevos sentidos que adquiere el lazo social, y también como lugar de anudamiento e hibridación de todas sus manifestaciones: religiosas, étnicas, estéticas, políticas, sexuales. De ahí que sea desde la diversidad cultural de las historias y los territorios, de las experiencias y las memorias, desde donde no sólo se resiste sino se negocia e interactúa con la globalización, y desde donde se acabará por transformarla. Lo que galvaniza hoy a las identidades como motor de lucha es inseparable de la *demanda de reconocimiento y de sentido*. Y ni el uno ni el otro son formulables en meros términos económicos o políticos, pues ambos se hallan referidos al núcleo mismo de la cultura, en cuanto mundo del *pertenecer a* y del *compartir*. Razón por la cual la identidad se constituye hoy en la negación más destructiva, pero también más activa y capaz de introducir contradicciones en la hegemonía de la razón instrumental.

De ahí la necesidad de diferenciar, por más intrincadas que se hallen, las lógicas unificantes de la globalización económica de las que mundializan la cultura. Pues la mundialización cultural no opera desde afuera sobre esferas dotadas de autonomía como lo nacional o lo local. "La mundialización es un proceso que se hace y deshace incesantemente. Y en ese sentido sería impropio hablar de una 'cultura global' cuyo nivel jerárquico se situaría por encima de las culturas nacionales o locales. El proceso de mundialización es un fenómeno social total, que para existir se debe localizar, enraizar en las prácticas cotidianas de los pueblos y los hombres"¹⁵⁷. La mundialización no puede confundirse con la *estandarización* de los diferentes ámbitos de la vida

que fue lo que produjo la industrialización, incluido el ámbito de la "industria cultural". Ahora nos encontramos ante otro tipo de proceso, que se expresa en la cultura de la *modernidad-mundo*, que es una nueva manera de estar en el mundo. De la que hablan los hondos cambios producidos en el mundo de la vida: en el trabajo, la pareja, la comida, el ocio. Es porque la jornada continua ha hecho imposible para millones de personas almorzar en casa, y porque cada día más mujeres trabajan fuera de ella, y porque los hijos se autonomizan de los padres muy tempranamente, y porque la figura patriarcal se ha devaluado tanto como se ha valorizado el trabajo de la mujer, que la comida ha dejado de ser un ritual que congrega a la familia, y desimbolizada la comida diaria ha encontrado su forma en el *fast-food*. De ahí que el éxito de McDonald's o de Pizza Hut hable menos de la imposición de la comida norteamericana que de los profundos cambios en la vida cotidiana de la gente, cambios que esos productos sin duda expresan y rentabilizan. Pues desincronizada de los tiempos rituales de antaño y de los lugares que simbolizaban la convocatoria familiar y el respeto a la autoridad patriarcal, los nuevos modos y productos de la alimentación "pierden la rigidez de los territorios y las costumbres convirtiéndose en informaciones ajustadas a la polisemia de los contextos"¹⁵⁸. Reconocer eso no significa desconocer la creciente monopolización de la distribución, o la descentralización que concentra poder y el desarraigo empujando la hibridación de las culturas. Ligados estructuralmente a la globalización económica pero sin agotarse en ella, se producen fenómenos de mundialización de imaginarios ligados a músicas, a imágenes y personajes que representan estilos y valores desterritorializados y a los que corresponden también nueva figuras de la memoria.

Las industrias culturales en los procesos de integración

Tensionado entre los discursos del Estado y la lógica del mercado, se oscurece y desgarran el significado de las siglas que multiplicada y compulsivamente dicen el deseo de integración latinoamericana. Pues la integración de los países latinoamericanos pasa hoy ineludiblemente por su integración a una economía-mundo regida por la más pura y dura lógica del mercado. La revolución tecnológica plantea claras exigencias de integración al hacer del espacio nacional un marco cada día más insuficiente para aprovecharla o para defenderse de ella¹⁵⁹, al mismo tiempo que refuerza y densifica la desigualdad del intercambio¹⁶⁰. Es a nombre de una integración globalizada que los gobiernos de nuestros países justifican los enormes costos sociales que la "apertura" acarrea: esa modernización tecnoeconómica que amenaza otra vez con suplantar entre nosotros el proyecto político-cultural de la modernidad. Pues si hay un movimiento poderoso de *integración* —entendida ésta como superación de barreras y disolución de fronteras— es el que pasa por las industrias culturales de los medios masivos y las tecnologías de información. Pero a la vez son esas mismas industrias y tecnologías las que más fuertemente aceleran la integración de nuestros pueblos, la heterogénea diferencia de sus culturas, en la *indiferencia* del mercado.

Las contradicciones latinoamericanas que atraviesan y sostienen su globalizada integración desembocan así decisivamente en la pregunta por el peso que las industrias del audiovisual están teniendo en ese proceso, ya que esas industrias juegan en el terreno estratégico de *las imágenes que*

de sí mismos se hacen estos pueblos y con las que se hacen reconocer de los demás. Ahí están el cine y la televisión indicándonos los contradictorios derroteros que marca la globalización comunicacional.

El cine, acosado entre la retirada del apoyo estatal¹⁶¹ a las empresas productoras —que hizo descender a menos de la mitad la producción anual en los países con mayor tradición como México y Brasil— y la disminución de espectadores que, por ejemplo en México significó en los años '80 la caída de 123 a 61 millones de espectadores y en Argentina de 45 a 22 millones, se debate hoy entre una propuesta comercial sólo rentable en la medida en que pueda *superar* el ámbito nacional, y una propuesta cultural sólo viable en la medida en que sea capaz de insertar los temas locales en la sensibilidad y la estética de la cultura-mundo. Lo que obligó al cine a subordinarse al video en cuanto tecnología de distribución, circulación y consumo: ya en 1990 había en América Latina diez millones de videograbadoras, doce mil videoclubes de alquiler de cintas y trescientos cuarenta millones de cintas alquiladas al año. Afortunadamente esa tendencia ha tenido una significativa inflexión en los últimos años¹⁶². Del lado de la producción, como anotábamos, la desaparición del cine nacional que parecía inatajable —la destrucción neoliberal de las instituciones que desde el Estado apoyaban ese cine así lo aseguraba— se ve frenado por la forma explícita o velada, esto es, con menor capacidad económica pero con mayor capacidad de negociación con la industria televisiva e incluso con algunos conglomerados económicos multimediales, en que esas instituciones reaparecen actualmente en Brasil, Argentina o Colombia. Lo anterior está significando para el cine la recuperación de la capacidad de experimentar estéticamente y de expresar culturalmente la

pluralidad de historias y de memorias de que están hechas tanto las naciones como Latinoamérica en su conjunto. Y también del otro lado, el de las formas de consumo, el cine experimenta actualmente cambios importantes. Al cierre acelerado de salas de cine —para dedicarlas en buena parte a templos evangélicos— le ha sucedido la aparición de los conjuntos multisalas, que reducen drásticamente el número de sillas por sala pero multiplican la oferta de filmes. Al mismo tiempo la composición de los públicos habituales de cine también sufre un cambio notable: las generaciones más jóvenes —a la vez que devoran videoclips en la televisión— parecen estarse reencontrando con el cine en su “lugar de origen”: las salas públicas. Ello nos coloca ante una profunda diversificación de los públicos de cine¹⁶³, que reabre las posibilidades a un cine capaz de interpelar culturalmente, esto es de poner a comunicar a las culturas y sus pueblos. Tanto en la producción como en su consumo esos nuevos desarrollos del cine exigen una presencia de los Estados y los organismos internacionales capaz de concertar con las empresas y los grupos independientes unas políticas culturales mínimas de reconstrucción del espacio público y defensa de los intereses colectivos.

En lo que atañe a la televisión, como en ningún otro medio, en ella se hacen presentes las contradicciones de la globalizada modernización latinoamericana: la desproporción del *espacio social* que ese medio ocupa —tanto en el tiempo que las mayorías le dedican como en la importancia que adquiere lo que en él aparece— es sin embargo proporcional a la ausencia de espacios políticos de expresión y negociación de los conflictos y a la no representación, en el discurso de la cultura oficial, de la diversidad de las identidades culturales. Son los largos empantanamientos políticos,

la debilidad de nuestras sociedades civiles, y una profunda esquizofrenia cultural en las elites, los que recargan cotidianamente la desmesurada capacidad de representación que ha adquirido la televisión. Desde México hasta la Patagonia argentina la televisión convoca hoy a las gentes como ningún otro medio, pero el rostro que de nuestros países aparece en la televisión es un rostro contrahecho y deformado por la trama de los intereses económicos y políticos que sostienen y moldean a ese medio. De modo que la capacidad de interpelación que presenta la televisión no puede ser confundida con los ratings de audiencia. No porque la cantidad de tiempo dedicado a la televisión no cuente sino porque el peso político o cultural de la televisión no es medible en el contacto directo e inmediato, sólo puede ser evaluado en términos de la *mediación social que logran sus imágenes*. Y esa capacidad de mediación proviene menos del desarrollo tecnológico del medio, o de la modernización de sus formatos, que de lo que de él espera la gente, y de lo que le pide. Esto significa que es imposible saber lo que la televisión hace con la gente si desconocemos las demandas sociales y culturales que la gente le hace a la televisión. Demandas que se alimentan de, y se proyectan sobre, los dispositivos y modalidades de reconocimiento socio-cultural que la televisión ofrece. Es por eso que en Latinoamérica el género mediático que más densos entrecruces presenta de las matrices culturales populares con los formatos industriales es sin duda la telenovela.

Hasta mediados de los años '70 las series norteamericanas dominaban en forma aplastante la programación de ficción en los canales latinoamericanos de televisión. Lo que, de una parte significaba que el promedio de programas importados de los EE.UU. —en su mayoría comedias y series melodramáticas o policíacas— ocupaba cerca del 40% de la

programación¹⁶⁴; y de otra parte, esos programas ocupaban los horarios más rentables, tanto los nocturnos entre semana como a lo largo de todo el día los fines de semana. A finales de los '70 la situación comienza a cambiar, y durante los años '80 la producción nacional crecerá y entrará a disputar a los seriados norteamericanos los horarios "nobles". En un proceso sumamente rápido la telenovela nacional en varios países —México, Brasil, Venezuela, Colombia, Argentina— y en los otros la telenovela brasileña, mexicana o venezolana, desplazan por completo a la producción norteamericana¹⁶⁵. A partir de ese momento, y hasta inicios de los años '90, no sólo en Brasil, México y Venezuela, principales países exportadores, también en Argentina, Colombia, Chile y Perú la telenovela ocupa un lugar determinante en la *capacidad nacional de producción televisiva*¹⁶⁶, esto es en la consolidación de la industria televisiva, en la modernización de sus procesos e infraestructuras —tanto técnicas como financieras— y en la especialización de sus recursos: libretistas, directores, camarógrafos, sonidistas, escenógrafos, editores. La producción de telenovelas significó a su vez una cierta apropiación del género por cada país: su *nacionalización*. Pues si bien es cierto que el género telenovela implica rígidos estereotipos en su esquema dramático y fuertes condicionantes en su gramática visual —reforzados por la lógica estandarizadora del mercado televisivo— también lo es que cada país ha hecho de la telenovela *un particular lugar de cruces entre la televisión y otros campos culturales* como la literatura, el cine, el teatro. En la mayoría de los países se empezó copiando, en algunos importando incluso los libretos, del mismo modo como había sucedido años atrás con la radionovela cuando los guiones se importaban de Cuba o Argentina. La dependencia del formato radial y de la concepción de la imagen como

mera ilustración de un "drama hablado" se fue rompiendo a medida que la televisión se iba industrializando y los equipos humanos de producción iban "conquistando" el nuevo medio, esto es apropiándose de sus posibilidades expresivas. La telenovela se convirtió entonces en un conflictivo pero fecundo terreno de *redefiniciones político-culturales*: mientras en países como Brasil se incorporaban a la producción de telenovelas valiosos actores de teatro, directores de cine, prestigiosos escritores de izquierda, en otros países la televisión en general y la telenovela en particular eran rechazadas por los artistas y escritores como la más peligrosa de las trampas y el más degradante de los ámbitos profesionales. Poco a poco, sin embargo, la crisis del cine por un lado, y la superación de los extremismos ideológicos por otro, han ido incorporando a la televisión, sobre todo a través de la telenovela, a muchos artistas, escritores, actores que aportan temáticas y estilos por los que pasan dimensiones claves de la vida y las culturas nacionales y locales.

En el momento de su mayor creatividad, la telenovela latinoamericana atestigua las dinámicas internas de una identidad cultural plural¹⁶⁷. Pero será justamente esa heterogeneidad de narraciones, que hacía visible la diversidad cultural de lo latinoamericano, la que la globalización ha ido reduciendo progresivamente. El éxito de la telenovela, que fue el trampolín hacia su internacionalización, y que respondía a un movimiento de activación y reconocimiento de lo latinoamericano en los países de la región, va a marcar también, paradójicamente, el inicio de un movimiento de uniformación de los formatos y borramiento de las señas de aquella identidad plural. Pero ¿hasta qué punto la globalización de los mercados significa la disolución de toda verdadera diferencia cultural o su reducción a recetas de

congelados folclorismos? Ese mismo mercado también está reclamando la puesta en marcha de procesos de experimentación e innovación que permitan insertar en los lenguajes de una tecnicidad mundializada la diversidad de narrativas, gestualidades e imaginarios en que se expresa la riqueza de nuestros pueblos. Es lo que están evidenciando ciertas producciones brasileñas, y lo que acaba de ejemplarizar el éxito mundial de la telenovela colombiana *Café*, y algunas nuevas series latinoamericanas.

Políticas para un espacio audiovisual latinoamericano

El *escenario audiovisual* de los años '90 en América Latina se muestra doblemente cargado de contradicciones: las que se originan en la convergencia de la aceleración de los cambios tecnológicos con la des-regulación de los mercados que, a la vez que despotencian el valor de lo público, comportan serias des-ubicaciones en las formas de la propiedad; y las que se generan en la reconfiguración de la "identidad social" de los medios —especialmente de la televisión y el computador— sobre la que están incidiendo movimientos de conformación de nuevos modos de ciudadanía y nuevos espacios en la esfera pública. La integración cultural latinoamericana pasa decisivamente por las ambigüedades y dinámicas de ese escenario. Y sin embargo la presencia de las industrias audiovisuales en los acuerdos de integración subregional (TLC y Mercosur) es hasta ahora netamente marginal: "objeto de anexos o acuerdos paralelos"¹⁶⁸.

Comencemos por dilucidar esa paradoja. No es por falta de peso económico que se produce esa marginación, pues las industrias del audiovisual —cine, radio, discos, televisión

(que incluye satélites, parabólicas, cable) telemática, video, videojuegos— están creciendo como ninguna otra área del mercado¹⁶⁹. Ello responde más bien a la complejidad de relaciones que el mercado audiovisual plantea entre economía y cultura, entre los engañosos celos de los empresarios por “la” identidad de lo nacional y las heterogeneidades que moviliza lo regional. Como demostró, en la última reunión del GATT —ahora Organización Mundial de Comercio—, el debate entre la Unión Europea y los Estados Unidos sobre la “excepción cultural”, la producción y circulación de las industrias culturales exige una mínima puesta en común de decisiones políticas. En América Latina ese mínimo de políticas culturales comunes ha sido imposible de lograr hasta ahora. En primer lugar por las exigencias y presiones del patrón neoliberal que ha acelerado el proceso de privatización del conjunto de las telecomunicaciones y desmontado las pocas normas que en algún modo regulaban la expansión de la propiedad. A lo que ahora asistimos es a la conformación y reforzamiento de poderosos conglomerados multimediales que manejan a su antojo y conveniencia, en unos casos la defensa interesada del proteccionismo sobre la producción cultural nacional, y en otros la apología de los flujos transnacionales. En el caso de la entrada de México¹⁷⁰ al TLC, entre EE.UU. y Canadá, fuera de unas limitaciones relativas al porcentaje de inversiones extranjeras en el sector audiovisual y una más “simbólica” que real cuota mínima de pantalla, las industrias culturales están excluidas del acuerdo. Tampoco en los acuerdos del Mercosur hay legislación sobre las industrias culturales: en los considerandos del Tratado de Asunción no se hace ninguna mención expresa a la cultura, y posteriormente las declaraciones de intención se han multiplicado —Reunión Técnica en Brasilia,

1992, Especializada en Buenos Aires, 1995— lo que ofrecen es una agenda de políticas culturales¹⁷¹ orientada especialmente a la homologación de legislaciones, a la protección del patrimonio, a la constitución de redes de información y en general a la difusión de la “alta cultura”. Así lo prueba el Protocolo de Integración Cultural firmado en 1996, y el “Sello Mercosur cultural” que facilita los trámites aduaneros para la exhibición de artes plásticas, las ediciones cofinanciadas, las becas para jóvenes artistas o el programa de intercambio de escritores. Las industrias audiovisuales no parecen caber en ese “sello” pero mientras tanto aparece el Grupo Clarín, un conglomerado multimedia que se coloca en un tercer lugar del espacio audiovisual latinoamericano, detrás de Red O’Globo y Televisa. Los objetivos directamente económicos —desarrollo de los mercados, aceleración de los flujos de capital— obturan la posibilidad de plantearse un mínimo de políticas acerca de la concentración financiera y el ahondamiento de la división social entre los inforricos y los infopobres.

La otra razón de fondo que está impidiendo integrar un mínimo las políticas sobre industrias culturales en los acuerdos subregionales de integración latinoamericana, estriba en la esquizofrenia entre una concepción fundamentalista de la identidad nacional asociada a lo étnico y lo patrimonial y el pragmatismo radical que rige la inserción de nuestro países en los procesos de globalización económica y tecnológica¹⁷². Concentradas en preservar patrimonios y promover las artes de elite, las políticas culturales de los Estados han desconocido por completo el papel decisivo de las industrias audiovisuales en la cultura cotidiana de las mayorías. Las grandes industrias culturales, por el contrario, están logrando a través de los medios masivos, penetrar la vida personal y familiar

organizando el tiempo libre mediante la oferta a domicilio de entretenimiento y del manejo estratégico de información. Ancladas en una concepción básicamente preservacionista de la identidad y en una práctica desarticulación con respecto a lo que hacen las empresas y los grupos independientes, —ese “tercer sector” cada día más denso— las políticas públicas están siendo en gran medida responsables de la desigual segmentación de los consumos y del empobrecimiento de la producción endógena. Y ello en momentos en que la heterogeneidad y la multiculturalidad no pueden ser más vistas como un problema sino como la base de la renovación de la democracia. Y cuando el liberalismo al expandir la desregulación hasta el mundo de la cultura, está exigiendo a los Estados y los organismos internacionales la *reconstrucción de la esfera pública*. Lo que no podrá lograrse sin una concertación entre Estados, grandes empresas y grupos independientes —pequeñas empresas mediáticas, ONG's, asociaciones comunitarias— que permita salvaguardar y desarrollar intereses colectivos irremplazables.

Pero si del lado de los Estados la integración cultural sufre de los obstáculos que acabamos de enumerar, existen otras dinámicas que movilizan hacia la integración del escenario audiovisual latinoamericano. En primer lugar el desarrollo de *nuevos actores y formas de comunicación*: las radioemisoras y televisoras regionales (como las colombianas y mexicanas), municipales y comunitarias o los grupos de producción de video popular que constituyen, como afirma Roncagliolo: “un espacio público en gestación” pues “representan un impulso local, hacia arriba, que parece destinado a convivir con los medios globales, tal convivencia constituye quizá la tendencia más clara de las industrias culturales ‘de punta’ en la región”¹⁷³. Sin ser de los más avanzados en

ese terreno, Colombia cuenta ya con más de 500 emisoras de radio comunitarias y con cerca de 400 experiencias de televisión local y comunitaria. Todas ellas hacen parte de esas *redes de iniciativas informales* que, atravesando aldeas y barriadas, ponen en relación las demandas locales con las ofertas globales, vía antenas parabólicas por ejemplo. Y cuya “densidad social y cultural” debería tenerse en cuenta a la hora de pensar las posibilidades de integración regional¹⁷⁴.

Otro ámbito a tener en cuenta son las brechas y contradicciones que fisuran las grandes máquinas de los conglomerados multimedia. Puesto que ya he hablado de la telenovela empezaré por la puesta en escena de lo latinoamericano que, cargada de esquematismos y deformaciones pero también de polifonías, están realizando las subsidiarias latinas de CBS y CNN en unos países con frecuencia inmersos en una muy pobre información internacional y especialmente en lo que atañe a los otros países de Latinoamérica. Las descontextualizaciones y frivolidades de que está hecha buena parte de la información que difunden esas cadenas de televisión no pueden ocultarnos las posibilidades de apertura y contrastación informativas que ellas producen pues en su entrecruce de imágenes y palabras se deshacen y rehacen imaginarios que rebasan lo local y nos sitúan en un cierto espacio globalizado pero latinoamericano.

También entre las grandes industrias del rock pasan hoy movimientos de integración cultural nada despreciables. El movimiento del *rock latino* rompe con la mera escucha juvenil para despertar creativities insospechadas de mestizajes e hibridaciones: tanto de lo cultural con lo político como de las estéticas transnacionales con los sonos y ritmos más locales. De *Botellita de Jerez* a *Maldita Vecindad*, *Caifanes* o *Café Tacuba* en México, *Charly García*, *Fito Páez* o los *Enanitos*

Verdes y Fabulosos Cádillac en Argentina, hasta *Estados Alterados* y *Aterciopelados* en Colombia. "En tanto afirmación de un lugar y un territorio, este rock es a la vez propuesta estética y política. Uno de los 'lugares' donde se construye la unidad simbólica de América Latina, como lo ha hecho la salsa de Rubén Blades, las canciones de Mercedes Sosa y de la Nueva Trova Cubana, lugares desde donde se miran y se construyen los bordes de lo latinoamericano", afirma una joven investigadora colombiana¹⁷⁵. Que se trata no de meros fenómenos locales/nacionales sino de *lo latinoamericano* como un lugar de pertenencia y de enunciación específico, lo prueba la existencia del canal latino de MTV, en el que se hace presente, junto a la musical, la creatividad audiovisual en ese género híbrido, global y *joven* por excelencia que es el videoclip.

Los problemas y las posibilidades de un espacio audiovisual latinoamericano pasan por unas políticas audiovisuales capaces de hacerse cargo de lo que los medios tienen de y hacen con la cultura cotidiana de la gente, y de implicar al sistema educativo en la transformación de las relaciones de la escuela con los nuevos lenguajes, los nuevos saberes y las nuevas escrituras audiovisuales e informáticas. Ello exige que esas políticas partan de y se centren no en declaraciones de intenciones sino en un serio reconocimiento de los problemas y en un análisis preciso de las posibilidades. Unas políticas no generalistas y dirigidas al abstracto público de las declaraciones de intención, sino diversificadas y dirigidas a los gobiernos y a los empresarios del sector audiovisual, a los usuarios y a las organizaciones sociales, a los profesionales del sector y a los investigadores, a los organismos internacionales y a las universidades. Unas políticas capaces de responder a preguntas como éstas, formuladas

ya a comienzos de los '90 en una reunión de consulta de la UNESCO en Ciudad de México: "¿Queremos o no preservar y fortalecer los recursos humanos, tecnológicos y culturales del espacio audiovisual que hemos venido generando desde hace un siglo? ¿Deseamos sostener e incrementar la capacidad productiva de nuestras propias imágenes o aceptamos convertirnos colectivamente en meros transmisores de imágenes ajenas? ¿Intentamos vernos en esos espejos socioculturales que constituyen nuestras pantallas o renunciamos a construir nuestra identidad, nuestra posibilidad de ser colectivo y reconocible?"¹⁷⁶.

NOTAS

1. M. Heidegger, "La pregunta por la técnica" en *Filosofía, ciencia y técnica*, Editorial Universitaria, Santiago de Chile, 1997, pp. 81-110.
2. J. Habermas, *Ciencia y técnica como ideología*, Tecnos, Madrid, 1986, p. 65.
3. M. Serres, *Atlas*, Cátedra, Madrid, 1995, p. 122.
4. M. Tavares d'Amaral, *Contemporaneidade e Novas Tecnologías*, UFRJ-Sette Letras, Río de Janeiro, 1996, p. 22.
5. M. Santos, *A natureza do espaço*, Hucitec, São Paulo, 1996, p. 215.
6. Ph. Quéau, "La potencia de lo virtual" en *Lo virtual*, Paidós, Barcelona, 1995, p. 51 y ss.
7. M. Serres, obra citada, p. 14.
8. E. Manzini, *Artefacts. Vers une nouvelle écologie de l'environnement artificiel*, Centre Pompidou, París, 1991, p. 27 y ss.
9. *Ibid.*, p. 57.
10. X. Rubert de Ventós, *De la modernidad*, Península, Barcelona, 1980, p.12 y ss.
11. M. de Certeau, *L'invention du quotidien*, UGE-10/18, París, 1980, p. 208.
12. D. Harvey, "The experience of space and time" en *The condition of Postmodernity*, Basil Blackwell, Cambridge, 1989, pp. 201-327.
13. *Ibid.*, p. 288.

14. P. Virilio, *Estética de la desaparición*, Anagrama, Madrid, 1988.
15. D. Harvey, obra citada, p. 296.
16. M. Santos, "O retorno do territorio" en M. Santos y otros, *Territorio: globalização e fragmentação*, Hucitec, São Paulo, 1996, p. 15.
17. B. Anderson, *Comunidades imaginadas*, Fondo de Cultura Económica, México, 1993, p. 47.
18. P. Nora, *Les lieux de memoire*, vol. III, Gallimard, París, 1992, p. 1009.
19. O. Monguin, "Una memoria sin historia?", *Punto de vista*, N° 49, Buenos Aires, 1994, p. 26.
20. M. Santos, "A força do lugar", en *A natureza do espaço*; también a ese propósito ver M. Maffesoli, *La contemplation du monde*, Grasset, París, 1993, pp. 250-275.
21. P. Virilio, *La vitesse de liberation*, Galilée, París, 1995, p. 150.
22. M. Santos, "Espaço, mundo globalizado, post-modernidade", *Margen*, N° 1, São Paulo, 1993, p. 11.
23. R. Ortiz, *Mundialização e cultura*, Brasiliense, São Paulo, 1994, p. 87 y ss.
24. G. Vattimo (Comp.), *La secularización de la Filosofía*, Gedisa, Barcelona, 1992.
25. O. Ianni, *Teorías de la globalización*, Siglo XXI, México, 1998, p. 160.
26. L. D'Alessio, "Do mundo como imagen à imagen do mundo", en *Territorio: globalização e fragmentação*, obra citada, p. 48.
27. M. Augé, *Los "no lugares". Espacios de anonimato*, Gedisa, Barcelona, 1993, pp. 81-119.
28. Th. dos Santos, "A globalização reforça as particularidades", en *Territorio: globalização e fragmentação*, obra citada, p. 72.
29. M. Santos, "La aceleración contemporánea: tiempo, mundo y espacio-mundo. Los espacios de la globalización", *Revista de la Universidad del Valle*, N° 10, Cali, 1995, pp. 22-42.
30. R. Sennet, *Carne y piedra. El cuerpo y la ciudad en la civilización occidental*, Alianza, Madrid, 1997.
31. C. Olalquiaga, *Megalópolis*, Monte Ávila, Caracas, 1991; J.G. C. Magnani y L. de Lucca (Orgs.), *Na metrópoli. Textos de antropología urbana*, Usp/Fapesp, São Paulo, 1996.
32. J. Echevarría, *Itinerario y metáforas: Agorazein*, Universidad Nacional, Medellín, 1995.
33. A. Moles / E. Rhomer, *Labyrinthes du vecu. L'espace: matière d'actions*, Meridiens, París, 1982; G. Velho (Org.), *Antropología urbana. Cultura e sociedade no Brasil e Portugal*, Jorge Zahar (Ed.), Río de Janeiro, 1999.
34. M. Canevacci, *A citta polifónica*, Seam, Roma, 1997.

35. M. de Certeau, L. Girard, P. Mayol, *L'invention du quotidien 2: habiter, cuisiner*, Gallimard, París, 1994.

36. R. Reguillo, *La construcción simbólica de la ciudad. Sociedad, desastre y comunicación*, Iteso, Guadalajara, México, 1996; P. Virilio, *L'espace critique*, Christian Bourgeois, París, 1984.

37. José Luis Romero, *Latinoamérica: las ciudades y las ideas*, Siglo XXI, México, 1976, p. 319; del mismo autor a ese propósito: *Las ideologías de la cultura nacional*, CEDAL, Buenos Aires, 1982.

38. Dos balances decisivos de "la Violencia" y sus repercusiones sobre la vida del país: J. Bejarano, FalsBorda y otros, *Once ensayos sobre la violencia*, Cerec, Bogotá, 1985; D. Pecaut, *Orden y violencia. Colombia 1930-1953*, Siglo XXI, Bogotá, 1987.

39. J. Aprile-Gnisset, "La cuestión urbana hoy: balance, tendencias y perspectivas", en VV.AA., *La problemática urbana hoy en Colombia*, Cinep, Bogotá, 1982, p. 118 y ss.

40. J. Gilard, *Veinte y cuarenta años de algo peor que la soledad*, Nueva Época, Bogotá, 1988.

41. A. Saldarriaga, *Arquitectura y cultura en Colombia*, Universidad Nacional, Bogotá, 1986.

42. Citado por F. Viviescas, "La dimensión cultural y simbólica de la ciudad", *Desde la Región*, N° 19, Medellín, 1995, p. 11; y sobre el modernismo arquitectónico en Colombia: F. Viviescas, "La arquitectura moderna: los esguinces a la historia", en *Colombia: el despertar de la modernidad*, Foro, Bogotá, 1991; A. Saldarriaga, *Arquitectura fin de siglo*, EUN, Bogotá, 1994.

43. C. Uribe Celis, *La mentalidad del colombiano: cultura y sociedad en el siglo XX*, Alborada, Bogotá, 1992; R. Morse y J.E. Hardoy (Comps.), *Cultura urbana latinoamericana*, Clacso, Buenos Aires, 1985; R. Ortiz, *Mundialización e cultura*, Brasiliense, São Paulo, 1994.

44. E.P. Thompson, *Tradición, revuelta y conciencia de clase*, Crítica, Barcelona, 1979.

45. La noción de "formación cultural residual" por oposición a las formaciones *arcaica y emergente*: R. Williams, "Teoría cultural", en *Marxismo y Literatura*, Península, Barcelona, 1980, pp. 143 y ss.

46. P. Riaño, *Prácticas culturales y culturas populares*, Cinep, Bogotá, 1986; y sobre otras estrategias y géneros de la cultura oral ver V. Villa Mejía, segunda parte de *Polisin-fonías*, Caribe, Medellín, 1993.

47. J. Echevarría, *Agorazein*, Universidad Nacional, Medellín, 1995, p. 34.

48. F. Giraldo y H.H. López, "La metamorfosis de la modernidad", en *Colombia: el despertar de la modernidad*, Foro, Bogotá, 1991, p. 391.

49. F. Cruz Kronfly, *El intelectual en la nueva Babel colombiana*, p. 391.
50. S. Ramírez y S. Muñoz, *Trayectos del consumo*, Univalle, Cali, 1995, p. 60.
51. Los textos inaugurales de ese paradigma: C.E. Shannon, *Teoría matemática de la comunicación*, University of Illinois Press, 1949, traduc. Forja, Madrid, 1981; N. Wiener, *Cibernética y sociedad*, MIT Press Cambridge, Mass., 1948, traduc. Sudamericana, Buenos Aires, 1969.
52. M. Castells, *La ciudad y las masas*, Alianza, Madrid, 1983; del mismo autor, "El nuevo entorno tecnológico de la vida cotidiana", en *El desafío tecnológico*, Alianza, Madrid, 1986.
53. P. Virilio, *La máquina de visión*, Cátedra, Madrid, 1989; del mismo autor, *Estética de la desaparición*, Anagrama, Barcelona, 1988.
54. G. Vattimo, *La sociedad transparente*, Paidós, Barcelona, 1990.
55. M. Maffesoli, "La hipótesis de la centralidad subterránea", *DIALOGOS de la Comunicación*, N° 23, Lima, 1989; "Identidad e identificación en las sociedades contemporáneas", en *El sujeto europeo*, Ed. Pablo Iglesias, Madrid, 1990.
56. M. Foucault, *Un diálogo sobre el poder*, Alianza, Madrid, 1981.
57. N. García Canclini y M. Piccini, "Culturas de la Ciudad de México: símbolos colectivos y usos del espacio urbano", en *El consumo cultural en México*, CONACULTA, México, 1993, p. 49.
58. A ese propósito ver C. Monsiváis, "La cultura popular en el ámbito urbano", en *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*, Felafacs/Gustavo Gili, México, 1987; también la obra de P. Aramus (Comp.), *Mundo urbano y cultura popular*, Sudamericana, Buenos Aires, 1990.
59. Un pionero intento en Colombia de plantearse esos interrogantes es la investigación de A. Silva, *Imaginario urbano*, Tercer Mundo, Bogotá, 1992.
60. N. García Canclini, obra citada "La cultura popular en el ámbito urbano"; ver también del mismo autor "Del espacio político a la teleparticipación", en *Culturas híbridas*, Grijalbo, México, 1990, p. 49.
61. C. Ferrer, "Taenia saginata o el veneno en la red", *Nueva Sociedad*, N° 140, Caracas, 1995, p. 155.
62. F. Colombo, *Rabia y televisión*, Gustavo Gili, Barcelona, 1983, p. 47.
63. G. Richeri, "Crisis de la sociedad y crisis de la televisión", *Contratexto*, N° 4, Lima, 1989.
64. J. Martín-Barbero, "La ciudad: entre medios y miedos", en *Imágenes y reflexiones de la cultura en Colombia*, Colcultura, Bogotá, 1990.
65. M. Augé, *Los "no lugares". Espacios del anonimato*, Gedisa, Barcelona, 1993; en una perspectiva convergente ver Y. Joseph, *El transeúnte y el*

espacio urbano, Gedisa, Barcelona, 1988; X. Rubert de Ventós, "El desorden espacial", en *Ensayos sobre el desorden*, Kairós, Barcelona, 1976.

66. J. Martín-Barbero, "Prácticas de comunicación en la cultura popular", en M. Simpson (Coord.), *Comunicación alternativa y cambio social en América Latina*, UNAM, México, 1981, p. 244; del mismo autor, "La revoltura de pueblo y masa en lo urbano", en *De los medios a las mediaciones*, Gustavo Gili, Barcelona, 1985.

67. M. Maffesoli, *El tiempo de las tribus: el declive del individualismo en la sociedad de masas*, Icaria, Barcelona, 1990.

68. A. Ulloa, *Culturas juveniles, consumo musical e identidades sociales en Cali*, Univalle, Cali, 1995, p. 16.

69. G. Muñoz (Coord.), *El rock en las culturas juveniles urbanas*, Universidad Central, Bogotá, 1997, p. 89.

70. M. Margulis y otros, *La cultura de la noche. Vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires*, Espasa Hoy, 1994; R.Mª Reguillo, *En la calle otra vez. Las bandas: identidad urbana y usos de la comunicación*, Iteso, Guadalajara, México, 1991; A. Salazar, *No nacimos p'a semilla. La cultura de las bandas juveniles de Medellín*, Cinep, Bogotá, 1990.

71. W. Benjamin, *Discursos interrumpidos*, vol I, Taurus, Madrid, 1982, p. 47.

72. R. Silverston, "De la sociología de la televisión a la sociología de la pantalla", en *Telos*, N° 22, Madrid, 1990; R. Mier y M. Piccini, *El desierto de los espejos: juventud y televisión en México*, Plaza y Valdés, México, 1987.

73. H. Vezzetti, "El sujeto psicológico en el universo massmediático", *Punto de vista*, N° 47, Buenos Aires, 1993; A. Novaes, *Rede imaginaria: televisao e democracia*, C. das Letras, São Paulo, 1991.

74. R. Gubern, *El simio informatizado*, Fundesco, Madrid, 1987; A. Piscitelli, "De las imágenes numéricas a las realidades virtuales", *David y Goliath*, N° 57, Buenos Aires, 1990; del mismo autor: "¿Hay vida después de la televisión?", *Nueva Sociedad*, N° 140, Caracas, 1995.

75. J. Echeverría, *Cosmopolitas domésticos*, Anagrama, Barcelona, 1995, p. 81.

76. J. Echeverría, *Telépolis*, Destino, Barcelona, 1994, p. 72 y ss.

77. C. Catalán y G. Sunkel, *Algunas tendencias en el consumo de bienes culturales en América Latina*, Flacso, Santiago de Chile, 1992; N. García Canclini (Coord.), *El consumo cultural en México*, Conaculta, México, 1993; S. Muñoz, *El ojo, el libro y la pantalla: consumo cultural en Cali*, Univalle, Cali, 1995.

78. Sobre ese crecimiento ver A. Alfonzo, *Televisión de servicio público y televisión lucrativa en América Latina*, Doc. Ministerio de la Cultura, Caracas, 1990.

79. G. Barlozzetti (Ed.), *Il Palinsesto: testo, apparati y géneri della televisione*, Franco Angeli, Milano, 1986.

80. Sobre cómo la lógica del zapping ya estaba inscrita en el flujo del montaje indiferenciador de las imágenes televisivas: B. Sarlo, "Zapping", en *Escenas de la vida postmoderna*, Ariel, Buenos Aires, 1993, p. 57 y ss.

81. L. Gonzaga Motta, "Crítica a las políticas de comunicación", *Comunicación y Cultura*, N° 7, México, 1982.

82. E. Fox (Ed.), *Medios de comunicación y política en América Latina*, Gustavo Gili, Barcelona, 1989.

83. S. Caletti, "Comunicación, cambio social y democracia" en J. Esteinou (Ed.), *Comunicación y democracia*, Coneic, México, 1989.

84. A ese respecto véase: E. Fox y H. Schmucler (Comps.), *Comunicación y democracia en América Latina*, Desco/Clacso, Lima, 1982; H. Muraro y otros, *Medios, transformación y cultura política*, Legasa, Buenos Aires, 1987.

85. Un balance actualizado de esa experiencia en L. R. Beltrán y J. Reyes, "Radio popular en Bolivia: la lucha de obreros y campesinos para democratizar la comunicación", *DIA-LOGOS de la Comunicación*, N° 35, Lima, pp. 14-32.

86. Sobre esos cambios ver M^a C. Mata, "Cuando la comunicación puede ser sentida como propia, una experiencia de radio popular", en *Comunicación y culturas populares*, Gustavo Gili, México, 1987, pp. 216-230; M^a C. Romo, *La otra radio*, Fundación Manuel Buendía, México, 1988; A. R. Tealdo (Ed.), *Radio y democracia en América Latina*, IPAL, Lima, 1989; R.M^a Alfaro y otros, *Cultura de masas y cultura popular en la radio peruana*, Calandria/Tarea, Lima, 1990.

87. R. Festa y L. Fdo. Santoro, "A terceira idade da TV: o local e o internacional", en *Rede imaginaria*, C. das Letras, São Paulo, 1990; D. Portales, "La integración televisiva desde lo global y lo local", en *La integración cultural latinoamericana*, FELAFACS, México, 1990; E. Fox y P. Anzola, "Política y televisión regional en Colombia", en E. Fox, obra citada, pp. 78-90.

88. M. González (Ed.), *Video, tecnología y comunicación popular*, IPAL/CIC, Lima, 1989.

89. S. Miceli, "Estado, mercado y culturas populares", en García Canclini (Ed.), *Políticas culturales en América Latina*, Grijalbo, México, 1987, p. 139.

90. R. S. Caletti, "El nuevo orden informativo: un fantasma del viejo pasado", en *Comunicación y Cultura*, N° 11, México, 1985. Véase también E. Fox: "Comunicación y sociedad civil: un tema incipiente", *Crítica y utopía*, N° 7, Clacso, Buenos Aires, 1982.

91. Sobre ese desplazamiento ver J.J. Brünner, *Notas sobre cultura popular, industria cultural y modernidad*, Flacso, Santiago de Chile, 1985.

92. A ese respecto, véase N. García Canclini, *Cultura transnacional y culturas populares*, Ipal, Lima, 1988.

93. Una reflexión actualizada sobre ese proceso en A. y M. Mattelart, "Le declin des macro-sujets", en *Penser les media*, París, 1986. Traducción al español por Fundesco, 1988.

94. J. L. Piñuel y otros, *El consumo cultural*, Fundamentos, Madrid, 1987.

95. M. Wolf, *Teorie delle comunicazioni di massa*, Bompiani, Milano, 1985; y también V. Fuenzalida, *Ámbitos y posibilidades en la recepción activa*, Santiago de Chile, 1985.

96. J. J. Brünner, *La cultura como objeto de políticas*, Flacso, Santiago de Chile, 1985.

97. M. Castells, *La ciudad y las masas*, Alianza, Madrid, 1983, p. 425.

98. H. Sábato, "Pluralismo y nación", *Punto de vista*, N° 34, Buenos Aires, 1989, p. 2.

99. Textos claves a ese respecto: J.M. Ferry/D. Wolton y otros, *El nuevo espacio público*, Gedisa, Barcelona, 1992; G. Balandier, *El poder en escenas. De la representación del poder al poder de la representación*, Paidós, Barcelona, 1994. En América Latina: N. García Canclini (Comp.), *Cultura y postpolítica*, Conaculta, México, 1991; H. Schmucler y M^aC. Mata (Coords.) *Política y comunicación: ¿hay un lugar para la política en la cultura mediática?*, Catálogos, Córdoba, 1992.

100. G. Richeri, "Crisis de la sociedad y crisis de la televisión", *Contratexto*, N° 4, Lima, 1989, p. 144.

101. P. Barcelona, *Lo spazio della politica. Tecnica e democrazia*, Editori Reuniti, Roma, 1993.

102. G. Sunkel, "Imágenes de la política en televisión", en *La política en pantalla*, Ilet, Santiago de Chile, 1989.

103. J. Baudrillard, *A la sombra de las mayorías silenciosas*, Barcelona, Kairós, 1978.

104. M. Castells, *La sociedad red*, vol. I de *La era de la información*, Alianza, Madrid, 1997; M. Maffesoli, *El tiempo de las tribus*, Icaria, Barcelona, 1990.

105. M. Margulis y otros, *La cultura de la noche. Vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires*, Espasa Hoy, Buenos Aires, 1994; R. Reguillo, *En la calle otra vez. Las bandas: identidad urbana y usos de la comunicación*, Iteso, Gualajara, México, 1991; A. Salazar, *No nacimos p'a semilla. La cultura de las bandas juveniles en Medellín*, Cinep, Bogotá, 1990.

106. P. Sansot, *Les formes sensibles de la vie sociale*, PUF, París, 1986, p. 31.

107. E. Verón, "La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política", en *El discurso político*, Hachette, Buenos Aires, 1987.

108. M. Augé, *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*, Gedisa, Barcelona, 1995, p. 88.

109. N. Lechner, "Un desencanto llamado postmoderno", *Punto de vista*, N° 33, Buenos Aires, 1988, pp. 25 y ss.

110. N. Lechner, "América Latina: la visión de los científicos sociales", en *Nueva Sociedad*, N° 139, Caracas, 1995, p.124.

111. O.Landi, *Crisis y lenguajes políticos*, Cedes, Buenos Aires, 1983, p. 20; del mismo autor, *Reconstrucciones: las nuevas formas de la cultura política*, Punto Sur, Buenos Aires, 1988.

112. O.Landi, "La política en las culturas de la imagen", en *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente, qué hace la gente con la televisión*, Planeta, Buenos Aires, 1992.

113. O.Landi, "Proposiciones sobre la videopolítica", en *Política y comunicación: ¿hay un lugar para la política en la cultura mediática?*, p.42, ya citado.

114. M. Mata, "Entre la plaza y la platea" en *Política y comunicación*, pp. 61-77, ya citado.

115. *Ibíd.*, p. 74.

116. H. Arendt, *La condición humana*, Paidós, Barcelona, 1993.

117. R. Sennet, *Carne y piedra. El cuerpo y la ciudad en la civilización occidental*, Alianza, Madrid, 1997.

118. G. Rey, *Balsas y medusas. Visibilidad comunicativa y narrativas políticas*, Cerec/Fundación social Fescol, Bogotá, 1998.

119. J. Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, Gustavo Gili, Barcelona, 1981.

120. M. Mead, *Cultura y compromiso*, Granica, Barcelona, 1971.

121. J.C. Tedesco, *Educación en la sociedad del conocimiento*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2000.

122. J.J. Brünner, *El nuevo pluralismo educacional en América Latina*, Flacso, Santiago de Chile, 1991.

123. M. McLuhan, *La galaxia Gutenberg*, Planeta/Agostini, Barcelona, 1981.

124. J. Meyrowitz, "La télévision et l'intégration des enfants: la fin du secret des adultes", *Reseaux*, N° 74, París, 1995, pp. 55-88.

125. M. de Certeau, *L'invention du quotidien*, UGE-10/18, París, 1980, p. 289.

126. R. Debray, *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*, Paidós, Barcelona, 1992.

127. J.J. Brünner, "Fin o metamorfosis de la escuela", *David y Goliath*, N° 58, Buenos Aires, 1991, p. 60.

128. J. Martín-Barbero, "Nuevos modos de leer", en *Revista de Crítica Cultural*, N° 7, Santiago de Chile, 1996; A. Piscitelli, "El libro electrónico o el futuro de una ilusión", en *Ciberculturas. En la era de las máquinas inteligentes*, Paidós, Buenos Aires, 1995, pp. 178-186.

129. S. Muñoz, *El ojo, el libro y la pantalla*, Univalle, Cali, 1995.

130. Sobre el sentido de esa categoría ver P. Bourdieu/J.C. Passeron, *La reproduction. Element pour une théorie du système de l'enseignement*, Minuit, París, 1970.

131. A. Sampson y otros, "La lectura", N° 16, monográfico, *Revista Universidad del Valle*, Cali, 1997.

132. A. Giddens, *Consecuencias de la modernidad*, Alianza, Madrid, 1994, p. 32 y ss.

133. J. Meyrowitz, obra citada, p. 62.

134. Ph. Aries, *L'Enfant et la vie familiale sous l'Ancien Régime*, Plon, París, 1960.

135. R. Chartier, "Du Codex à l'Écran: les trajectoires de l'écrit", en *Pour une nouvelle économie du savoir*, Presses Universitaires de Rennes, 1994.

136. A. Renaud, *Videoculturas de fin de siglo*, Cátedra, Madrid, 1990, p. 17.

137. W. Ong, *Oralidad y escritura*, Fondo de Cultura Económica, México, 1987; ver también A. Ford, "Culturas orales, culturas electrónicas, culturas narrativas" en *Navegaciones*, Amorrortu, Buenos Aires, 1995, p. 29 y ss.; M. Zires, "La dimensión oral de las culturas en las sociedades contemporáneas: voz, letra e imagen en interacción", *Estudios de culturas contemporáneas*, N° 18, Colima, México, 1994, pp. 83-98.

138. G. Orozco, "Televisión y educación: lo enseñado, lo aprendido y lo otro", en *Miradas latinoamericanas a la televisión*, Universidad Iberoamericana, México, 1996; A. Piscitelli, "Tecnología, antagonismos sociales y subjetividad", *DIA-LOGOS de la Comunicación*, N° 32, Lima, 1992; "De las imágenes numéricas a las realidades virtuales", *David y Goliath*, N° 57, Buenos Aires, 1990; "Paleo y neo-televisión: Del contrato pedagógico a la interactividad generalizada", en C. Gómez Mont (Coord.), *La metamorfosis de la TV*, Universidad Iberoamericana, México, 1996.

139. M. Hoppenhayn, "La enciclopedia vacía: desafíos del aprendizaje en tiempo y espacio multimedia", *Nómadas*, N° 9, Bogotá, 1998.

140. F. Calderón y otros, "Esa esquivada modernidad: desarrollo, ciudadanía y cultura en América Latina y el Caribe", *Nueva Sociedad*, Caracas, 1996, p. 34. Son claves en esa línea los aportes de A. Touraine, *Critique de*

la modernité, Fayard, París, 1992. Traducido por el Fondo de Cultura Económica, México, 1994; la 5ª edición es de 1999.

141. J. J. Brünner, *Bienvenidos a la modernidad*, Planeta, Santiago de Chile, 1994, p. 37.

142. G. Giménez, y R. Pozas (Coords.), *Modernización e identidades sociales*, UNAM, México, 1994; W. Rowe/V. Scheling, *Memory and Modernity. Popular culture in Latin America*, Verso, Londres, 1991.

143. N. García Canclini, *Las culturas populares en el capitalismo*, Nueva Imagen, México, 1982, p. 104; del mismo autor "Las identidades como espectáculo multimedia", en *Consumidores y ciudadanos*, Grijalbo, México, 1995, p. 107 y ss.; ver también A.G. Quintero Rivera, *Salsa, sabor y control*, Siglo XXI, México, 1998.

144. Una buena muestra de esa jurisprudencia en E. Sánchez Botero, *Justicia y pueblos indígenas de Colombia*, Universidad Nacional/Unijus, Bogotá, 1998.

145. R.Mª Alfaro y otros, *Redes solidarias, culturas y multimedialidad*, Ocic-AL/Uclap, Quito, 1998.

146. S. Rojo Arias, "La historia, la memoria y la identidad en los comunicados del EZLN", "Identidades", número especial de *Debate feminista*, México, 1996.

147. UNESCO, *Industrias culturales*, Fondo de Cultura Económica, México, 1982.

148. M. Piccini, *La imagen del tejedor. Lenguajes y políticas de la comunicación*, Gustavo Gili, México, 1988, pp. 40-41.

149. E. Laclau y Ch. Mouffe, *Hegemonía y estrategia socialista*, Siglo XXI, Madrid, 1998.

150. N. Lechner, *Los patios interiores de la democracia*, Fondo de Cultura Económica, Santiago de Chile, 1990, p. 99.

151. A ese respecto ver A. Flisfisch y otros, *Problemas de la democracia y la política en América Latina*, Flacso, Santiago de Chile, 1988.

152. O.Ianni, *A era do globalismo*, Civilização brasileira, Río de Janeiro, 1997, p. 74.

153. A ese respecto, W. Kymlicka, *Ciudadanía multicultural*, Paidós, Barcelona, 1996; A. Cortina, *Ciudadanos del mundo*, Alianza, Madrid, 1997.

154. N. Lechner, "La democratización en el contexto de una cultura postmoderna", en *Cultura política y democratización*, Flacso, Santiago de Chile, 1987, p. 253 y ss.

155. J. Saxe-Fernández, "Poder y desigualdad en la economía internacional", en *Nueva Sociedad*, Caracas, 1996, p. 62 y ss.; también M. Castells

y R. Laserna, "La nueva dependencia: cambio tecnológico y reestructuración socioeconómica", *David y Goliath*, N° 55, Buenos Aires, 1989.

156. M. Bassand y otros, *Culturas y regiones en Europa*, Ecos-Tau, Barcelona, 1990; Ph. Schlesinger, "La europeidad: un nuevo campo de batalla", en *Estudios de culturas contemporáneas*, N° 16/17, México, 1994, pp. 121-140; M. de Moragas, "Identitat cultural, espais de comunicació y participació democrática. Una perspectiva des de Catalunya y Europa" en *Comunicació social e Identitat cultural*, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 1988, pp. 59-82; "FR3 regions: du local o transfrontier" en *Dossiers de l'audiovisuel*, N° 33, París, 1990.

157. R. Ortiz, *Mundialização e cultura*, Brasiliense, São Paulo, 1994, p. 32.

158. *Ibid.*, p. 68.

159. J. Shutz, "Ciencia, tecnología e integración latinoamericana: un paso más allá del lugar común", *David y Goliath*, N° 56, Buenos Aires, 1990.

160. 7. M. Castells y R. Laserna, "La nueva dependencia: cambio tecnológico y reestructuración socioeconómica en América Latina", *David y Goliath*, N° 55, Buenos Aires, 1989.

161. O. Getino (Comp.), *Cine latinoamericano, economía y nuevas tecnologías*, Legasa, Buenos Aires, 1989.

162. O. Getino, *El impacto del video en el espacio latinoamericano*, IPAL, Lima, 1990.

163. N. García Canclini (Coord.), *Los nuevos espectadores: cine, televisión y video en México*, Conaculta/Imcine, México, 1994.

164. T. Varis, *International inventory of television programmes structure and the flow of the programmes between nations*, University of Tampere, 1973.

165. G. Schneider-Madanes (Dir.), *L'Amérique Latine et ses télévisions. Du local au mondial*, Anthropos/Ina, París, 1995.

166. D. Portales, *La dificultad de innovar. Un estudio sobre las empresas de televisión en América Latina*, Ilet, Santiago de Chile, 1988; R. Ortiz y otros, *Telenovela: historia e produção*, Brasiliense, São Paulo, 1985; J. González, *Las vetas del encanto. Por los veneros de la producción mexicana de telenovelas*, Universidad de Colima, México, 1990; M. Coccato, "Apuntes para una historia de la telenovela venezolana", *Videoforum*, N°s 1, 2 y 3, Caracas, 1985.

167. J. Martín-Barbero y S. Muñoz, *Televisión y melodrama*, Tercer Mundo, Bogotá, 1992; N. Mazziotti, *La industria de la telenovela*, Paidós, Buenos Aires, 1996.

168. H. Galpering, "Las industrias culturales en los acuerdos de integración regional", *Comunicación y sociedad*, N° 31, Guadalajara, México, p. 12.

169. O. Getino, *La tercera mirada: panorama del audiovisual latinoamericano*, Paidós, Buenos Aires, 1996; VV. AA., "Industria audiovisual", N° 22

de *Comunicação e Sociedade*, São Paulo, 1994; A. Entel y otros, *Las industrias culturales*, Felafacs/Opción; O. Getino, *El impacto del video en el espacio latinoamericano*, IPAL, Lima, 1990.

170. G. Guevara y N. García Canclini, *La educación y la cultura ante el Tratado de Libre Comercio*, Nueva Imagen, México, 1992; N. García Canclini, "Políticas e integración norteamericana: una perspectiva desde México" y G. Yúdice, "El impacto cultural del Tratado de Libre Comercio norteamericano" en N. García Canclini (Coord.), *Culturas en globalización. América Latina-Europa-Estados Unidos*, Nueva Sociedad, Caracas, 1996.

171. G. Recondo (Comp.), *Mercosur: La dimensión cultural de la integración*, Ciccus, Buenos Aires, 1997; H. Achugar/F. Bustamante, "Mercosur: intercambio cultural y perfiles de un imaginario", en *Culturas en globalización*, ya citado

172. N. García Canclini, "Políticas culturales: de las identidades nacionales en el espacio latinoamericano", en N. García Canclini y C. Moneta, *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, UNESCO-Grijalbo, México, 1999.

173. R. Roncagliolo, "La integración audiovisual en América Latina: Estados, empresas y productores independientes", en *Culturas en globalización*, ya citado, p. 53.

174. G. Rey, "Integración y reacomodamientos de las industrias culturales", en N. García Canclini y C. Moneta, *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, obra citada, pp. 375-398.

175. A. Rueda, *Representaciones de lo latinoamericano: memoria, territorio y transnacionalidad en el videoclip del rock latino*, Univalle, Cali, 1998.

176. UNESCO, Encuentro Regional sobre Políticas Audiovisuales en América Latina y el Caribe, México, 1991.

III. OFICIOS DE LECTOR

El Sur también existe, canta Serrat

En los países *del Sur* el oficio de cartógrafo se desdobra: además de mapas que dibujen la tierra descubierta se necesitan *cartas de mar*, o sea, de navegación por mundos aún ignotos. En el campo intelectual —incluyendo ahí el académico— esa tarea halla una de sus figuras claves en el oficio de lector, el de un lector que, sin menospreciar el placer de la lectura, apuesta hacia una lectura-trabajo de *reconocimiento cultural*. Pues resulta que la investigación social padece aún, en nuestros sureños países, de un fortísimo tropismo que la tuerce a mirar hacia *el norte* impidiéndola verse en lo que por aquí se investiga y se escribe. Claro que ese tropismo tiene un gran aliado en la difícil, tortuosa y minoritaria circulación de lo escrito —libros y revistas— en y entre nuestros países. De manera que en gran medida la forma como se conoce y difunde nuestra producción escrita es por circulación oral: ya sea intercambiando textos en los pasillos de congresos y seminarios o mediante esa otra oralidad que conservan las cartas que acompañan el envío personal de libros que hacen los propios autores. Así reuní la extensa y rica bibliografía latinoamericana de la que dio fe, ya en los '80, *De los medios a las mediaciones*. Hasta un día en que empezaron a llegarme por correo libros no publicados en busca de una lectura crítica y/o de aval para su publicación. Y fue así como me convertí en escritor de

prólogos. De dos tipos de prólogos: unos para el primer libro de investigadores desconocidos, en su mayoría jóvenes, y otros que buscan apoyar libros que abren brecha. *Reconocer y alentar voces nuevas* recoge una muestra de prólogos para libros que aún no habían visto la luz pública y que buscan abrirse camino en las aún más procelosas formas de acceso a la publicación en nuestros países. Recojo también una muestra del segundo tipo de prólogos bajo el subtítulo de *Empujar la apertura de brechas* ya que son libros que o van contracorriente o abren debate entre posiciones que se ignoraban entre sí. En mi experiencia de lector-que-escribe hacer prólogos ha resultado una de las formas más intensas de buceo intelectual a la vez uno de los modos más gratificantes de compromiso con lo nuestro, por lo tanto no quise dejar fuera de este libro, que hace memoria de las aventuras de un cartógrafo, esa nerviosa carta de navegación que han ido dibujando mis lecturas *de oficio* (en el mejor sentido).

1. RECONOCER Y ALENTAR VOCES NUEVAS

*Razón y pasión en la prensa popular**

De los medios de comunicación, la prensa es el que cuenta con más historia escrita, pero no sólo por ser el medio más viejo sino por ser aquel en que se reconocen culturalmente los que escriben historia. Historias de la prensa que obviamente

*Guillermo Sunkel, Ilet, Santiago de Chile, 1985.

sólo estudian la "prensa seria", y que cuando se asoman a la otra, la amarilla o sensacionalista, lo hacen en términos casi exclusivamente económicos, en términos de crecimiento de las tiradas y de expansión publicitaria. ¿Cómo se va a hablar de políticas, y menos aún de cultura, a propósito de periódicos que —según esas historias— no son más que negocio y escándalo, aprovechamiento de la ignorancia y las bajas pasiones de las masas?

Frente a esa reducción, que vacía de sentido político a la prensa popular, y a la cultura de masas en general, se ha iniciado en los últimos años un replanteamiento que parte de la reubicación de lo masivo en el espacio de las diferencias y los conflictos que articula la cultura. Uno de los trabajos que en América Latina se ha atrevido a abrir brecha en esa dirección "que se abre a partir del quiebre de la oposición tajante entre cultura popular y cultura de masas" es el que estamos prologando, y cuyo subtítulo hace explícito el desplazamiento: un estudio sobre las relaciones entre cultura popular, cultura de masas y cultura política. Desplazamiento que aunque metodológicamente nos sitúe más cerca de un análisis de ciencia política o de sociología de la cultura ha sido hecho posible por una nueva lectura del proceso histórico que arranca de los años '30: la inserción de los modos de vida y de lucha de las clases populares en las condiciones de existencia de la "sociedad de masas" desarticulando el mundo de lo popular en cuanto "espacio de lo otro, de las formas de negación del modo de producción capitalista" y constituyendo a lo masivo en un nuevo modo de existencia de lo popular. Modo configurado por nuevos espacios de conflicto —el barrio urbano y la casa, la salud, las relaciones de la pareja, la seguridad social, la religiosidad, etc.— por nuevos actores sociales como las mujeres, los jóvenes, los

jubilados, y por la emergencia de subculturas urbanas desde la prostitución y el alcoholismo, la homosexualidad y la drogadicción, la delincuencia, etc.

La aparición de los diarios populares de masas ha sido normalmente "explicada" tanto en los Estados Unidos como en Europa, en función del desarrollo de las tecnologías de impresión y de la competencia entre las grandes empresas periodísticas. En América Latina cuando la prensa sensacionalista es estudiada lo es para presentarla como ejemplo palpable de la penetración de los modelos norteamericanos que, poniendo el negocio por encima de todo otro criterio, vinieron a corromper las serias tradiciones del periodismo político autóctono. Sunkel, por el contrario, mira esa prensa desde lo popular, y encuentra en el propio Chile, en la tradición y evolución de las "liras populares" desde comienzos de siglo, los antecedentes temáticos y expresivos de un discurso de prensa que viene a romper el tono solemne y la ampulosidad de la prensa seria introduciendo una serie de elementos que la conectan con los modos de expresión populares que desarrollaran los diarios sensacionalistas.

Lo que desde ahí se nos propone es la construcción de una perspectiva histórica que articula las prácticas de comunicación a los movimientos sociales y a los modos de existencia y supervivencia de las diferentes matrices culturales en lucha. Pero lo que ha hecho posible esa nueva lectura de la historia es un cuestionamiento en profundidad de la representación de lo popular en la cultura política de la izquierda marxista. Una representación que ha estado y sigue estando lastrada por una idea de lo político en la que no caben más actores que la clase obrera, ni más conflictos que los que vienen de la producción —del choque entre el capital y el trabajo—, ni más espacios que los de la fábrica o el sindicato. Una visión *heroica*

de la política que deja fuera el mundo de la cotidianidad, de la subjetividad y la sexualidad, como también el de las prácticas culturales del pueblo: narrativas, religiosas, o de conocimiento. Quedarán fuera o, lo que es peor, quedarán estigmatizadas como espacios de alienación y obstáculos a la toma de conciencia y la lucha política.

Pero el cuestionamiento efectuado por Sunkel no se agota en la crítica. Porque de lo que se trata en verdad es de hacer pensable lo que nos ha estado impidiendo percibir la vigencia y el sentido de una matriz cultural diferente a la *racional-iluminista* dominante. Una matriz *simbólico-dramática* que no opera por conceptos y generalizaciones sino por imágenes y situaciones, y que rechazada de la educación oficial y la política sobrevive en el mundo de la industria cultural desde el que sigue siendo un dispositivo poderoso de interpelación y constitución de lo popular. Lo que nos conduce a preguntarnos si la vigencia hoy de esa matriz es únicamente el signo de una manipulación y de un atraso o si en ella perviven y se expresan otras dimensiones de la realidad humana que la racionalista elimina y descarta mutilándola.

Para los que en América Latina trabajamos por hacer de los estudios de comunicación y cultura de masas una investigación no sólo de los medios sino de las mediaciones, esto es de las instituciones, las organizaciones y los sujetos, de las diversas temporalidades sociales y la pluralidad de matrices culturales, el aporte del trabajo de Sunkel es decisivo. En el plano teórico al hacer pensable, desde la izquierda, lo que ha estado impidiendo percibir la relación histórica entre lo popular y lo masivo. En lo metodológico al operativizar el redescubrimiento de las matrices culturales mediante una propuesta de investigación que sitúa su análisis en la relación de los modos de representación de lo popular a las

organizaciones políticas, de un lado, y de otro a la construcción discursiva de las identidades, esto es la *referencia efectiva* de los discursos masivos a los sujetos sociales.

Y más allá de los aportes explícitos, la investigación de Sunkel estimula el relevamiento de otras cuestiones claves. Así, la necesidad de estudiar esos otros discursos de izquierda en los que, como en los movimientos anarco-libertarios, se hizo explícita una continuidad con las "viejas" luchas populares que permitió asumir y dar cabida a una buena parte de lo no representado y aun de lo reprimido en el discurso político dominante, tanto en lo concerniente a los actores —las mujeres, los niños, los ancianos— como en lo referente a los conflictos que se producen en el espacio del consumo, de lo cotidiano, y aun de las prácticas y expresiones culturales del pueblo a las que prestaron una importante validez política. Así también la cuestión del papel jugado por los medios de comunicación en la nacionalización de las grandes masas, es decir en la nacionalización del territorio y la formación de las culturas nacionales transmutando la idea política de nación en vivencia, en sentimiento y cotidianidad. Por último, y ya en el filo y la juntura del análisis con la praxis, la cuestión de las brechas: de los conflictos que atraviesan la cultura de masas y la convierten en espacio de resistencia y lucha de las clases subalternas por su reconocimiento social.

*De la conquista de la ciudad a la apropiación de la palabra**

Este libro hace el relato de una experiencia que es a su vez la de la puesta en relato de otra: la de un grupo de mujeres migrantes de la sierra en su conquista de la ciudad capital. Una larga investigación sobre procesos y prácticas de comunicación/cultura nos es contada a través de un texto que articula la reflexión, el debate teórico y político, a la narración que rescata la palabra y el ritmo de sus protagonistas. Frente a la propagación del “conocimiento instrumental” que amenaza cada día más y con especial fuerza los estudios de comunicación, este trabajo de Rosa María Alfaro busca ante todo *comprender*, indagar en el movimiento de lo social el sentido de los bloqueos y de las brechas que lo abren. Y ello sin ceder un ápice al marginalismo de lo alternativo que permea no poco de lo que se tiene por y de lo que se piensa como “comunicación popular”. Aquí se trata de otra cosa: de poner a flote *la carga de cultura* que entrañan los modos de comunicación en las clases populares cuando son abordados como constitutivos del vivir cotidiano y no meramente expresivos de la dominación y sus “efectos”. Es por eso que este relato habla poco de comunicación y mucho de trabajo y vecindario, de identidades y de culturas.

El lugar secreto desde donde se habla se halla sin embargo en otro lado que no hemos siquiera nombrado aún: en la mediación instituida —construida y representada— por *las mujeres del pueblo* para hacer posible un modo nuevo de

* Rosa María Alfaro, Tarea, Lima, 1987.

habitar la ciudad, la búsqueda de una identidad no basada en el repliegue sobre lo que se pierde, de una integración sin perderse. El eje de ese "proyecto femenino" se halla en la peculiar relación que hacen esas mujeres entre *pueblo y familia*, ya que para ellas abandonar el pueblo fue "romper la familia", y establecerse en la ciudad es integrar una "nueva familia". La permanencia de ese eje hace de trama oculta en la conquista de la ciudad dando continuidad entre las etapas de sumisión y de ruptura, y transformando las oposiciones —volverse o quedarse, aislarse o integrarse— en dimensiones de la vida. Y ello mediante una "extraña" articulación del espacio —simbólico y no sólo económico— del trabajo con el de la maternidad. El trabajo como espacio de un *aprendizaje* que va del "servilismo" del trabajo doméstico (de empleadas domésticas) y su ruptura mediante transgresiones, regresos y solidaridades, al "puesto fijo" como etapa-pivote de integración/liberación. El develamiento y la protesta contra el servilismo es algo que las mujeres del pueblo realizan desde *su maternidad*: pues el conflicto que ella plantea se constituye en punto de arranque de la conciencia de pertenencia a un mundo propio y de la fuerza que ella entraña. Frente al vacío afectivo y el desconcierto social que la emigración trae consigo las mujeres del pueblo "proyectan" sobre el barrio una *maternidad social*, que en lugar de encerrarlas sobre su familia hace del barrio todo su espacio de despliegue. A través de esa maternidad —que es "símbolo explicativo y proyectivo de la conciencia popular, trama simbólica que permite leer la penetración de lo personal por lo colectivo en la textura de la vida popular"— la mujer se constituye en recreadora de una *socialidad primordial*: una socialidad más acá y más allá de lo que el feminismo, y el machismo que con frecuencia y paradójicamente aquél

recubre, son capaces de atisbar, una socialidad integradora de lo político desde lo cotidiano, de las tramas sociales y las afectivas.

Ese “proyecto femenino” es dicho en relatos con los que un grupo de mujeres de un pueblo joven cuenta la historia de su vida. Relatos que grabados y oídos, primero, a través de los parlantes de un mercado de barrio, y transmitidos después semanalmente por una emisora de barrio, nos permiten acceder a los modos de uso, a los modos como las mujeres de un barrio popular *se apropian* de los medios de comunicación y se sirven de los géneros masivos para *hacer pública* esa palabra femenina condenada a la doble desvalorización de lo oral y lo privado. Es por eso que conquistar la palabra significa para ellas *hacerse con* la ciudad. Pues el paso por el imaginario de la ficción narrativa en lugar de conducir a la evasión, media y convoca hacia una cotidianidad enriquecida. Esa que en la multiplicidad de trayectos y voces que tejen este texto Rosa María Alfaro ha logrado poner a hablar.

Para quienes el estudio y la producción de comunicación ha dejado de ser una “pura” cuestión de medios y mensajes para empezar a ser espacio clave y preciso de articulación de las dinámicas culturales con los movimientos sociales, este libro viene a reubicarnos en la cuestión de fondo: la del *reencuentro del método con la situación* a través de un saber que en lugar de la lógica de la acumulación de conocimientos moviliza aquella otra lógica de la diferencia y el re-conocimiento que nos abre a la pluralidad de los sujetos sociales y las identidades culturales. Elaborada desde una experiencia, que aparece vivida día a día, la reflexión de Rosa María Alfaro viene a iluminarnos el mapa de trabajo y a renovarnos las ganas de caminar.

Todas las voces.
*Educación y comunicación en el Perú**

La preocupación por las relaciones entre comunicación y educación tiene en América Latina un largo y fecundo recorrido desde la pionera tematización por P. Freire de las dimensiones comunicativas de una pedagogía liberadora hasta las más recientes propuestas de lectura crítica y recepción activa de los medios. Cargado sin embargo de profundos malentendidos el campo de la comunicación/educación sigue aún hoy hegemonizado por concepciones instrumentales de los medios y por ideas ilustradas de educación. Lo que en la práctica se traduce en el hecho de que nuestros países sigan manteniendo al margen, por fuera del sistema y las prácticas educativas, las culturas que se gestan o se expresan en los medios de comunicación. Mientras el divorcio entre la cultura desde la que piensan y hablan los maestros y aquella otra desde la que perciben y sienten los más jóvenes es mayor cada día, la escuela sigue intentando tapar su crisis de comunicación con rituales de modernización tecnológica y reduciendo su conflicto con la cultura audiovisual e informática a un discurso de lamentaciones morales.

De ahí la importancia de rastrear y evaluar a la vez el lastre y la renovación que presentan las concepciones tanto como los impases y las pistas que entrelazan las prácticas. Ese es el horizonte y el propósito de este libro: una mirada desde dentro a las teorías, los procesos y las propuestas en

* María Teresa Quiroz, Universidad de Lima, Lima, 1993.

que se hacen y se dicen los cambios en la comunicación/educación.

En el ámbito teórico el balance realizado por la autora apunta ante todo a reubicar el debate; ni los medios son el enemigo (o lo contrario) de la educación, ni están destruyendo o sustituyendo a la escuela, lo que los medios hacen es desorganizar la hegemonía de la escuela desafiando su pretensión de seguir siendo el único espacio legítimo de organización y transmisión de los saberes. Lo que obliga a situar la relación escuela/medios más allá del debate sobre los efectos morales o ideológicos, esto es en el ámbito de los cambios en la cultura y en la sociedad, en los cambios que conectan las nuevas condiciones del saber con las nuevas formas del sentir y las nuevas figuras de la socialidad.

Mirando desde ahí, desde los procesos de cambio socio-cultural, Teresa Quiroz encuentra que lo que de verdad está en crisis más que la escuela son "las instituciones de formación de la conciencia de peruanos". Crisis que se manifiesta en los impases de la racionalidad modernizadora y en el reflatamiento de miedos profundos, y que tiene su fondo en la dislocación que produce el que teniendo menos de 18 años el 48 por ciento de la población, el 70 por ciento de ellos se halle en situación de pobreza absoluta. El poder socializador de los medios, y especialmente de la televisión, se apoya ahí, en su capacidad de constituirse —por el desquicio de la vida social que acarrea la crisis económica y la inseguridad que se vive en la calle— en "alternativa cultural". No sólo en el sentido de entretenimiento sino en el sentido fuerte de "modelos de identidad", pues desde sus imágenes los adolescentes y los jóvenes aprenden a ver y sentir el Perú. Un país en el que la educación obtiene su legitimidad de una flagrante y dolorosa contradicción: la escuela encarna

la modernidad en lo que tiene de saberes y derechos civiles sólo a costa de sancionar la muerte de lo indígena, pues sólo puede incorporarse a los sectores populares "como algo propio" instaurando y reforzando cotidianamente la negación y el desprecio por lo andino. La más densa expresión de esto es sin duda la enseñanza de esa comunicación primordial que es la lengua: la escuela "institucionaliza el abismo" entre lo escrito y lo oral, entre las lenguas y los modos de hablar, hasta la literatura enseñable, que será siempre la "de autor" y no la oral.

La pregunta de fondo, la que implica el sentido de la comunicación en el proceso educativo, exige preguntar entrelazadamente ¿para qué tipo de sociedad educa la escuela? y ¿cómo cambiar la escuela en estos países sin asumir la complicidad —la complejidad de relaciones— entre la oralidad que perdura como experiencia cultural primaria y esa otra "oralidad secundaria" que tejen y organizan las gramáticas tecnoperceptivas de la radio, el cine y la televisión? A abrirle campo a esas preguntas indagando el sentido de la relación de los escolares con los medios está dedicada la segunda parte del libro, que recoge no solamente el resultado sino el proceso de dos investigaciones, una en la provincia, en la norteña ciudad de Huaraz y la otra en Lima. De lo que ambas investigaciones dan cuenta es del modo en que los medios de comunicación se hacen presentes en la vida de los jóvenes tanto cuantitativa como cualitativamente. Y ello no tratando de aislar artificiosamente sus efectos sino al revés, indagando sus modos de inserción en los mundos de vida y en las rutinas cotidianas. Es la única manera como puede escaparse a las peligrosas generalizaciones del conductismo y a las apocalípticas proyecciones del iluminismo, y descubrir que la relación de los jóvenes con los

medios atraviesa etapas que se hallan a su vez atravesadas por los cambios que se producen en la relación social con la familia, los amigos, el trabajo, la escuela. Y de ese modo la televisión que los jóvenes ven depende más de esa trama de relaciones que de lo que proporciona en sí misma la TV. Por ejemplo, hay un tiempo en el que la baja en la frecuentación de la TV se halla ligada a la necesidad de *tomar distancia* de la vida familiar, que el joven experimenta como condición de su propia identidad, distancia que no resulta sin embargo incompatible con la radio: ese medio que le permite a la gente joven juntarse y marcar, con la estridencia de sus gustos musicales, esa distancia. O la importancia que gana la radio justo por su capacidad de *hacer participar*, de permitir a los jóvenes ser escuchados y reconocidos por sus amigos del barrio. Y la enorme diferencia ahí de los estratos sociales de la escucha: entre las clases altas la complicidad con el locutor, la identificación y el reconocimiento no cuentan o son reemplazados por fórmulas de saludo.

La tercera y última parte hace explícita una propuesta de metodología para talleres de recepción activa, a la que se llega desde un balance de lo logrado en el CENECA de Chile y en México por M. Charles y G. Orozco, y de la que quiero relevar dos aportes. Primero, la afirmación de que cualquier relación de la gente con los medios no es nunca puramente racional sino que se halla cargada de afectos, de miedos y deseos que ponen en juego dimensiones lúdicas y estéticas. En segundo lugar, la convicción de que no puede pretenderse que los jóvenes escolares desarrollen actitudes críticas con los medios si tanto el sistema escolar como los maestros “no mantienen permanentemente esas actitudes y por el contrario se les encasilla en la repetición y se les impide experimentar”.

He ahí una buena clave para penetrar el alcance del planteamiento y el aporte que este libro nos hace a los que seguimos creyendo, en estos tiempos de descreída postmodernidad, que lo que pasa en y con los medios tiene que ver no sólo con la tecnología y sus maravillas o sus pesadillas, sino con los modos de juntarse la gente y de rehacer la sociedad.

*La construcción simbólica de la ciudad**

Se ha puesto tan de moda el *tema ciudad* que ya se oyen voces que sospechan del interés que actualmente suscita en todas las disciplinas sociales y nos alertan sobre las "ondas" teóricas y las inercias académicas, sobre la banalidad de la mayoría de lo que se escribe y los empobrecimientos semánticos que lastran de entrada el tema. Pero el libro que estoy prologando nada tiene que ver con esas ondas y esas inercias, se inscribe por el contrario en la dinámica renovadora de unas ciencias sociales que, luchando tanto contra su difuminación postmoderna como contra su instrumentalización pragmática, asumen los desafíos que les plantea la ambigua complejidad de la sociedad que vivimos sin renunciar a su inserción en el diseño de proyectos colectivos. Y de modo especial este libro se inscribe en un doble movimiento. El que, de una parte, implica juntar en el *objeto* ciudad datos macizos de pauperización, violencia, corrupción, represión y marginación con una experiencia de opacidad y enigma que convocan a un pensar menos monoteísta y omnicomprensivo y por lo tanto más plural y nómada, capaz de burlar los

* Rossana Reguillo, Iteso, Guadalajara, 1996.

compartimentos y las aduanas de las disciplinas. Y, de otra, el ensanchamiento que ha producido en los estudios de comunicación la inclusión en su agenda de la envergadura antropológica de los cambios en los “modos de estar juntos”, esto es, las nuevas formas de socialidad que empatan/conectan con los nuevos escenarios urbanos de comunicación.

La autora tiene ya una clara trayectoria recorrida en esa doble dirección que arrancó con un libro pionero sobre la ciudad de los jóvenes marginales, de los chavos banda: *En la calle otra vez. Las bandas: identidad urbana y usos de la comunicación*; y siguió con una multiplicidad de artículos sobre modernidad y comunicación en la cultura urbana, movimientos sociales y políticas culturales, y en especial el texto *Pensar la ciudad desde la comunicación*, en el que se traza un estado de la cuestión que sirvió de punto de partida para la conformación de un grupo de trabajo sobre el tema al interior de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), grupo que la autora coordina.

Inserto en esa línea, y a la vez rehaciéndola, este libro aborda la ciudad desde un *acontecimiento* —las explosiones que destruyeron varios barrios de Guadalajara en la mañana del 22 de abril de 1992— que trastorna la fragilidad del moderno orden urbano poniendo al descubierto las redes *subterráneas* de corrupción, ineficiencia y negligencia que conectan las *redes* del alcantarillado, los ductos, los drenajes y las fugas de gas con aquellas otras que sostienen los dispositivos de poder también subterráneos, no directamente visibles. La *ciudad acontecimiento* hace visible el desorden que subyace al orden social, generando una incertidumbre que hace saltar en pedazos el mundo de la cotidianidad, llenando de zozobra la vida de los damnificados, pero al

mismo tiempo abre el acceso a una visión *global* del mundo urbano, vuelve cuestionable lo *normalmente* indiscutible y hace posible imaginar un futuro otro.

En un primer acercamiento a lo que *sobre* la ciudad produjeron las explosiones, R. Reguillo coordinó (junto con C. Padilla) *Quien nos hubiera dicho*, un libro en que se recogieron multitud de voces, crónicas, testimonios y análisis de los hechos, de los procesos de organización ciudadana, de los discursos y contradicciones del poder, de las iglesias, de los medios masivos, crónicas y análisis hechos sobre la marcha misma de los acontecimientos y al calor de los debates vividos. En el libro que prologamos el propósito es otro: se trata de una inmersión en profundidad que paradójicamente se nutre de un distanciamiento, y con él de una puesta en perspectiva. Perspectiva no sólo teórica sino política. Pues la complejidad que adquiere la comprensión del acontecimiento en su capacidad de develar las contradicciones de lo social desborda lo académicamente considerado como *marco* conceptual para introducirse en el *cuadro*, o mejor —saltando de la homofonía verbal a la metáfora visual— en el *cuadrilátero* en que se enfrentan los diversos actores y discursos en lucha por dotar de sentido al acontecimiento. Es lo que moviliza la densa reflexión de este libro: su permanente preocupación por articular la dimensión objetiva que da origen al desastre con la dimensión subjetiva que da forma a la percepción de los diferentes actores; y lo que le permite tener en escena todo el tiempo las figuras en que se hacen visibles las estructuras y estrategias del poder, y las representaciones que del acontecimiento se hacen los damnificados y los gobernantes, los ciudadanos del común y los técnicos, los ancianos y los niños.

Tanto en el plano teórico como metodológico este libro abre brechas, arriesga, nos cuestiona. Pero su aporte capital

se halla, a mi ver, en el replanteamiento que opera sobre las relaciones entre ciencias sociales y estudios de comunicación. A los *estudios de comunicación* la perspectiva socio-etnográfica asumida por R. Reguillo le plantea un doble desafío. Primero, la necesidad de introducir, como ingrediente constitutivo en la comprensión de los procesos comunicacionales, el estudio del espesor espacial y temporal de esos procesos, con sus continuidades y rupturas, sus ambigüedades y contradicciones. Pues si el barrio es aún, entre los sectores populares, el *lugar* desde el que se percibe la ciudad, y el *tiempo* en que se deposita la experiencia de las generaciones, también el barrio está sufriendo a su manera la devaluación del cuerpo-espacio de la ciudad en función del nuevo valor que adquiere su tiempo, ese "régimen general de la velocidad" (Virilio), que es a su vez acelerada obturación de sus memorias. Segundo, la reubicación de la mirada sobre los medios, que viene exigida por la "batalla discursiva" que los atraviesa cuando el acontecimiento los convierte en "espacio público de la comunicación". Lo que significa descubrir la densidad política de lo que hacen los medios más allá y más acá de los discursos en que se habla de o hablan los políticos. Densidad que constituye a los medios en escenarios claves de la lucha por el reconocimiento ciudadano de los grupos marginados, del derecho a la diferencia de los excluidos, y de la negociación sobre los temas que debe contener la agenda pública.

Del otro lado, este libro desafía abiertamente las inercias y los compartimentos de las ciencias sociales desde las perspectivas abiertas estos últimos años en los estudios de comunicación. A la sociología, planteándole la imposibilidad de comprender el sentido de la *acción colectiva* por fuera del proceso de constitución de los sujetos sociales, esto es de la

construcción de identidades. Lo que implica romperle las costuras a esa disciplina para que quepan en ella, como "objetos" propios, los relatos en que se teje el mito que funda, que sustenta al nosotros, y los discursos en que se materializa la lucha por la hegemonía del sentido, incluyendo no sólo los discursos de clase sino también los de género o los de edad. A la ciencia política le corre el piso al emborronar los linderos que separan lo público de lo privado afirmando la existencia de un *privado colectivo* que en el mundo de la vida popular se despliega en los modos como la familia, y las "estructuras del sentimiento" (R. Willians), atraviesan e impregnan, en positivo y negativo, la organización ciudadana. Y de otra parte sugiriendo la presencia de un espacio *público particular* que es el modo de existencia y operación de los medios masivos al excluir *normalmente* la heterogeneidad de voces que entran en colisión con los intereses que el medio verdaderamente representa y la diversidad de agendas que harían estallar los criterios que delimitan lo noticiable. A la antropología, en fin, esta investigación la enfrenta a la necesidad ineludible de superar el populismo indigenista para que se haga cargo de las hibridaciones y los destiempos de la modernidad urbana. Porque es ahí, en la opacidad de los intercambios y las reapropiaciones desde donde nos es paradójicamente posible atisbar la fragilidad del orden urbano, y la tramposa modernidad en que se asienta, sin que ello nos encierre en el pesimismo culturalista que ahistóricamente opone a la "mentira" de lo moderno la verdad de nuestra perdida identidad.

La inmersión en la ciudad del acontecimiento no ha sido en ningún momento obstáculo para que la investigación establezca una perspectiva sobre la contradicciones que dinamizaron el proceso, las ambigüedades que lo lastraron

y la vulnerabilidad del proyecto ético-político al que el movimiento ciudadano apuntaba. Vulnerabilidad que arranca de la fragilidad de lo local en su dependencia de un aparato centralista que controla toda decisión estratégica, que se verá reforzada por la complicidad de los técnicos y el despliegue paternalista o represivo de las tecnologías del poder, vulnerabilidad en fin del propio movimiento ciudadano en su carencia de una cultura política de la participación, que lo llevó a la división, al enfrentamiento, hasta su desactivación. Pero el balance sabe leer por detrás de esa vulnerabilidad otros dos discursos escondidos. El de la *fragilidad de una modernidad técnica* que emerge flagrante en el desastre y se traduce en la indefensión de unos ciudadanos mantenidos al margen de las decisiones que los conciernen, impedidos así de alcanzar una verdadera modernidad política. Y aun así, segundo discurso rescatado, el acontecimiento desató una multiplicidad de dinámicas sociales que hicieron emerger el conflicto entre la política formal y la que tejen las demandas y los proyectos ciudadanos, la conquista de espacios de enunciación y configuración de grupalidades nuevas, que si aparecen como “políticamente irrelevantes” constituyen sin embargo la red de socialidades que mantiene viva la sociedad.

Por debajo del denso trabajo de elaboración teórica y de experimentación metodológica hay en este libro una mapa secreto de preguntas vitales y de mestizajes estratatégicos, de arriesgadas rupturas y de iluminadoras metáforas cuya clave se halla en la propias palabras de Rossana Reguillo: “La zanja de 14 metros de profundidad puso a la vista los cimientos de un orden social construido y sostenido por acumulación histórica de los relatos dominantes, por los cuentos fantásticos que legitiman la exclusión, por los monstruos

que atemorizan obstaculizando el cambio...". Al fondo de la zanja está la posibilidad de un nuevo comienzo. Ese que en alguna forma se deja vislumbrar en la ciudad que este libro nos descubre construyéndose simbólicamente desde la *hondura* y la riqueza de sus dolores y sus risas, de sus miedos y sus esperanzas, de sus memorias y sus pasiones.

*Relatos de la diferencia y la igualdad.
Los bolivianos en Buenos Aires**

Este libro rema contracorriente. Cuando lo que se lleva hoy es hacer de la comunicación lo que hay que mirar, "el objeto" de estudio —y no ver ahí sino un asunto de medios y tecnologías—, Grimson tiene la osadía de hacer de la comunicación un *lugar desde el que se mira* para ponernos a mirar la vida de los migrantes bolivianos en Buenos Aires, la densidad sociocultural de sus conflictos y sus intercambios. Lo de contracorriente se hace aún más visible cuando lo que *se enfoca* es la migración en un tiempo en que ésta ha perdido todo su encanto y, frente al relato nacional-popular —que vio en las migraciones procedentes de Europa hasta los años treinta una influencia civilizatoria—, el relato neoliberal asocia la migración actual, proveniente de los países fronterizos, al aumento de la tensión social y la inseguridad urbana. Ese doble desplazamiento no dejará de remover las tranquilas —¿o estancadas?— aguas del mundo académico que se ocupa del espacio comunicacional. A los que, en la comunicación, nos importa tanto o más lo que en ésta hay de

* Alejandro Grimson, Eudeba, Buenos Aires, 1999.

prácticas sociales y procesos culturales que de desarrollo tecnológico de los medios, este libro nos propone un precioso conjunto de pistas para seguir indagando en la trama comunicativa de la vida y los muy diversos modos en que ella interactúa con el entorno tecnológico. Estas son algunas de esas pistas.

Siguiendo la distinción de *espacios de comunicación* propuesta por el propio autor, voy a referirme primero al espacio de la *interculturalidad* y después al de la *intraculturalidad*. Ese espacio primero se halla configurado por los conflictos y negociaciones identitarias que entretejen el vivir de los bolivianos en Buenos Aires, sus relaciones con la “gran ciudad”, el des-hacerse y re-hacerse de sus identidades: bolivianos, extranjeros, ilegales, campesinos, obreros, creyentes, paisanos, compadres, etcétera. El acercamiento que Grimson nos propone para abordarlo está conformado por la indagación de lo que sucede en los espacios públicos —el transporte, la fábrica, la esquina, la policía—, y el análisis de los procesos de reelaboración de las relaciones culturales. Quizá sea en el relato analítico del estigma que los migrantes bolivianos portan consigo cotidianamente al viajar en el transporte público donde mejor pueda apreciarse lo que nos descubre la mirada *desde la comunicación*. Portada socialmente en el propio cuerpo, la diferencia —la otredad— que una boliviana introduce en el autobús es traducida por la porteñas en términos de amenaza y, por lo tanto, en el gesto de aferrar el bolso. Vivida cotidianamente, esa escena muda es transformada, por la mujer migrante, desde la percepción de una identidad nueva en un *juego de inversión de sentido*: ella aferra a la vez su propio bolso devolviendo contra las porteñas la desconfianza y desconcertando su mirada impugnadora. La densidad comunicativa de la experiencia

urbana es desplegada por Grimson en el análisis de todo lo que —sin palabras— se dicen los cuerpos: la ambigüedad corporal estableciendo vínculos de los que el sujeto no puede hacerse cargo del todo. Y ello tanto en el idioma del estigma con que los porteños cargan al otro como en el de la réplica con que la migrante boliviana reasume su alteridad y se afirma, transformando el anonimato del autobús en un espacio de interlocución de identidades, y aun de emergencia de la subjetividad en el espacio de su negación: si es en cuanto *otra* que la migrante es estigmatizada, es en la asunción de *sí misma* que la boliviana interpela a las porteñas. Las estrategias de comunicación hacen parte constitutiva de la afirmación identitaria, tanto étnica como de clase, pues en la negación a “seguir agachando la cabeza” se reafirma a la vez la identidad obrera y la bolivianidad.

Segundo espacio de comunicación, el de la *intraculturalidad*: remite a la multiplicidad de procesos y prácticas mediante los cuales sobrevive, transformándose, una “cultura de origen” en otro país y en la gran ciudad. No puede, entonces, resultar extraño que la mirada *desde la comunicación* enfoque dos principales tipos de prácticas: las fiestas y las apropiaciones de los medios. *Fuera de su lugar*, la fiesta de los migrantes resulta ser, en el análisis de Grimson, menos una evocación del pasado que la construcción de la relación de la historia con el presente de la migración, lo que implica la puesta en comunicación de tiempos muy distintos: el inmemorial de la tierra, la memoria del barrio en que se vive, y el del presente en el que se hibridan las culturas y se rehacen las identidades —bolivianos, católicos, indígenas— que entran en pugna peleándose el sentido de la fiesta. Distante del nacionalismo estatal elaborado por las elites para el carnaval boliviano de Oruro, la fiesta de Nuestra

Señora de Copacabana, en el barrio Charrúa de Buenos Aires, reelabora tanto el sentido de la nacionalidad como el de la religiosidad, al fundirlas en la creación del "nuevo relato étnico" de la bolivianidad migrante.

En el análisis de la apropiación de los medios masivos por los migrantes bolivianos, Grimson avizora las distintas funciones que los medios cumplen en las diversas etapas por las que atraviesa la migración. Y si en ese análisis la radio ocupa un lugar central, ello no remite únicamente a la matriz oral y popular del medio —y a sus más accesibles costos— sino a la pionera tradición de los mineros bolivianos convirtiendo la radio, ya desde los años cincuenta, en un medio de construcción de comunidad. Lo que desde los modos de apropiación de la radio por los migrantes interesa en este libro es, ante todo, la perspectiva de las "negociaciones de identidad". Negociación especialmente entre las músicas —folklórica boliviana, regional, bolichera, etcétera— con las que los bolivianos se hacen re-conocer por los porteños, se comunican entre paisanos de la misma región, se afirman como migrantes, se abren al mundo argentino globalizado. La negociación de las músicas desborda el espacio de la radio para dar lugar a pequeñas industrias culturales —locales de baile, firmas discográficas, presencia en ferias—, desde las que entran en disputa los diversos modos de ser bolivianos: indígena, rural, urbano, y los diversos modos de relacionarse con los procesos de modernización. Es, también, el caso del video, en su capacidad de captar y poder trasladar al país de origen las fiestas de los migrantes; la extensión al video del compadrazgo no puede ser más expresiva: no hay fiesta en la que falte el "padrino de video" responsable del registro del acontecimiento.

Mirada ya no desde la producción sino desde la recep-

ción, la televisión introduce en el análisis de la vida de los migrantes el tema de los *usos*: la televisión convertida en el medio que les permite conocer el mundo al que han llegado, al que se enfrentan y con el que deben convivir. De ahí que la televisión sea percibida como medio del que pueden aprender saberes para desenvolverse en la racionalidad y complejidad de la gran ciudad. Y la televisión también como espacio en el que se escenifican los conflictos intergeneracionales sobre la nacionalidad: entre el querer “ser como los argentinos” (de los padres) y el querer “ser argentinos” (de los hijos). Alternativa que atraviesa los conflictos en que se dirime el sentido de una “bolivianidad desde abajo”, que no es pragmática ni instrumental, sino constitutiva de la vida migrante y, por lo tanto, hecha ante todo de comunicación y solidaridad. Sacar a flote esa relación —y sus tensiones, ambigüedades y conflictividad— es el mayor aporte de este libro.

*Los niños como audiencias**

1. Buena parte de la investigación sobre la influencia de la televisión en los niños encubre una doble paradoja. De un lado, los investigadores se dicen preocupados por los niños, pero en la mayoría de lo que se publica a ese respecto, lo que ocupa el centro no es el mundo infantil sino el dañino mundo de la televisión; obsesionados con su poder maléfico los investigadores acaban olvidándose de los niños o, lo que es lo mismo, reduciéndolos a su condición de espectadores de

* Maritza López, A. Rueda, S. Valencia, CBF, Bogotá, 2000.

televisión. De otro, muchos de los estudios sobre *recepción* de televisión han estado, y están aún, dirigidos a *corregir el ver* de los telespectadores partiendo de las concepciones y prejuicios de quienes no ocultan su receloso desprecio hacia ese medio, es decir de quienes no miran la televisión sino para *estudiarla*, y así poder “educar” el ver y el gusto de los que gozan viéndola. Es contra esa doble trampa que proponemos una investigación en la que caracterizar a los niños *como audiencias* significa asumirlos a la vez como consumidores y como ciudadanos, como sujetos que dedican muchas horas a ver programas de televisión, y como actores sociales que elaboran con ellos representaciones de sí mismos y sobre los demás. De ahí que el objetivo explícito y crucial de este estudio sea la exploración de los imaginarios que, sobre *la familia, el barrio, la ciudad, el país y el mundo*, se hacen los niños, y del complejo y ambiguo papel que la televisión juega ahí, en el hacerse y desahacerse de las imágenes desde y con las que nuestros niños sueñan el país, sufren y aman la familia, disfrutan y recrean el barrio, temen y habitan la ciudad.

Una investigación así no busca escamotear el debate sobre la acción que la televisión ejerce en nuestra sociedad, por el contrario, lo que intenta es sacar ese debate de los ámbitos académicos —de sus inercias ideológicas y sus modas teóricas, de sus circuitos de prestigio y de sus narcisismos— para interpelar directa y especialmente a los educadores, a los creadores de televisión y a los que trazan sus políticas. A los primeros porque la escuela no puede seguir desconociendo el *reto cultural* que le plantea la brecha cada día más ancha que los medios —y en especial la televisión— introducen entre la sensibilidad, la cultura, desde la que enseñan los maestros y aquella otra desde la que los alumnos

aprenden. Pues sólo asumiendo a los medios como dimensión estratégica de la cultura hoy podrá la escuela interactuar con el país: con los *nuevos campos de experiencia* —reorganización de los saberes, flujos de información y redes de intercambios, hibridaciones de la ciencia, el arte, del trabajo y el ocio— con el *horizonte laboral* de las nuevas figuras profesionales, y con los *nuevos modos de representación y acción ciudadanas*.

A los creadores de televisión este estudio les hace un llamado a pensar una televisión para niños que no los infantilice sino que los asuma como sujetos y ciudadanos en construcción, dotados de una especial sensibilidad hacia el juego de las imágenes y los sonidos, y por lo tanto hacia la multiplicidad de narrativas y escrituras que posibilitan las nuevas tecnologías audiovisuales e informáticas. Lo que en modo alguno significa que los niños no puedan pensar o analizar sino que lo hacen de otras formas y con otros discursos, que los creadores deben aprender para poder interesarlos verdaderamente. ¿Por qué si hoy tenemos una espléndida y creciente literatura escrita para niños no podemos contar con una literatura televisiva para ellos? La respuesta a esa pregunta se halla básicamente en la ausencia de unas políticas de televisión que estimulen esa literatura.

Es por ello que a los que trazan las políticas de televisión, en un momento en que ese medio atraviesa en Colombia su más compleja y contradictoria transformación, la investigación que presentamos les plantea la responsabilidad ineludible de abrir para los niños y adolescentes un lugar tanto en la televisión pública como en la privada o la mixta. Un lugar digno de lo que nuestra sociedad se juega en ellos, esto es no en el tiempo más barato, ni en los géneros más facilones sino en horas y géneros que exijan tanto o más creatividad que aquellos que resultan más rentables. El Estado

no puede dimitir de su obligación constitucional de tutelar los derechos de las colectividades, como lo son los de los niños, lo que decididamente implica abrir la televisión pública a una investigación y experimentación estética y pedagógica que ponga en juego, que active la propia creatividad narrativa y analítica de los niños. Y también el Estado puede y debe exigirles a los nuevos canales privados un mínimo de inversión social en el desarrollo de una programación familiar que se haga cargo, no moralista sino culturalmente, de la profunda relación entre una crisis de sociedad que afecta a todas sus instituciones y organizaciones, y una crisis de familia que tiene en la relación de los niños con la televisión uno de sus momentos más delicados y a la vez promisorios. Josua Meyrowitz ha comprendido como pocos lo que hay de verdaderamente revolucionario en la televisión cuando afirma: “Al autorizar a los niños a asistir a las guerras, a los entierros, a los juegos de seducción, los interludios sexuales y las intrigas criminales, la pequeña pantalla les expone a los temas y los comportamientos que los adultos se esforzaron por ocultarles durante siglos”.

Que no se nos malinterprete: lo que esta investigación busca plantearle a la Comisión Nacional de Televisión, al Ministerio de Comunicaciones, a Inravisión, y al Ministerio de Cultura —que es el llamado en adelante a trazar las políticas estratégicas que articulen la cultura, la comunicación y la educación— es que si los niños dedican en promedio sólo el 25% de sus preferencias a la programación infantil y el resto a la de adultos, ello obedece a que al no depender su uso de algún complejo código de acceso la televisión ha transformado radicalmente los seculares modos de circulación de la información en el hogar. Estamos ante un desafío que pone al descubierto no sólo el desconcierto de nuestra

sociedad ante la profunda reorganización que hoy atraviesan los modelos de socialización —pues ni los padres constituyen ya el patron-eje de las conductas, ni la escuela es el único lugar legitimado del saber, ni el libro es el centro que articula la cultura—, sino también lo que implica de perversión social que el escenario de los nuevos modelos sean unos medios de comunicación sometidos cada día más descaradamente a la misma lógica, del negocio, que rige a los conglomerados económicos, y a los ritmos de obsolescencia de cualquier otro producto mercantil.

2. Tanto en sus hipótesis, como en sus estrategias metodológicas, la investigación que recoge este libro busca romper al mismo tiempo con el análisis behaviorista que torna protagónicos los efectos de la televisión sobre los comportamientos del niño, y con el análisis contenidista que se agota en el moralismo o en el ideologismo denunciante. Frente a ese doble reduccionismo proponemos una investigación que *explora el universo de los imaginarios infantiles desde dos tipos de ámbitos sociales*: uno, el que implican las "relaciones de proximidad", de identificación y pertenencia, que en la realidad cotidiana de los niños configuran la familia y el barrio; otro, el que sólo es percibido por los niños como objeto de proyección más que de vivencia, de ensoñaciones más que de experiencia, que es el conformado por la ciudad, el país y el mundo. En el primero sólo la *familia* aparece implicando a los niños de todos los estratos sociales, a diferencia del *barrio* que, en la presencia/ausencia de su implicación real, marca una clara diferencia de culturas de clase: mientras para los niños de sectores populares el barrio constituye 'su mundo', para los estratos medios y altos o no existe o el barrio juega las veces del conjunto cerrado. En el segundo tipo de ámbitos

tanto la *ciudad*, como el *país* y el *mundo* se revelan para los niños como ámbitos sobre los que proyectan sus frustraciones o sus expectativas, territorios cuya *realidad* está hecha de sueños y de pesadillas. Pero aun así la ciudad configura un ámbito especial, pues a la vez que configura un *lugar mediador* entre la pertenencia y la proyección, lo que más fuertemente marca su imaginario es también la diferencia de culturas de clase.

Es esa densa gama de *relaciones sociales*, de implicaciones identitarias y proyecciones deslocalizantes, la que permite a la investigación escapar a la mirada especular que reduce el ver de los niños a lo que con él hace la televisión y asimila ésta al oficio maléfico de seducirlos y atontarlos. Y nos posibilita poner al descubierto la compleja red de interacciones que los niños mantienen con la televisión. Pues si en una primera aproximación pareciera que la televisión resulta mucho más protagónica en los imaginarios marcados por la proyección —el país y el mundo, a los que la mayoría de los niños accedería sólo imaginariamente— una segunda mirada descubre que la interacción de los niños con la televisión es mucho más activa, estrecha y rica, fuente a la vez de asombro y cuestionamiento, al examinar las imágenes que moldean la percepción de la familia del barrio. Lo que conduce la investigación hacia un serio esfuerzo metodológico que permita deshacer la confusión entre la imaginación de los niños y las imágenes de la televisión, ya que lo que ahí está en juego es nada menos que la posibilidad de desentrañar y descifrar la percepción que los niños tienen de su entorno vital y los modos y grados en que esa percepción se halla moldeada, menos por los contenidos y las imágenes que brinda el medio, que por una nueva sensibilidad en la que *trabajan* no sólo la televisión sino el conjunto de los

medios audiovisuales: videoclips, videojuegos, cinevideo, etc. Esfuerzo metodológico que se ha visto recompensado, por ejemplo, al permitir contrastar las *positivas* y hasta idílicas imágenes de la familia que los niños exponen en un taller en que se les invita a hablar directamente de la familia de cada uno, de las críticas y dolorosas imágenes que aparecen en los psicodramas mediante los cuales los niños relatan y escenifican su vida cotidiana. O, caso contrario, la intrincada mezcla de experiencia e imágenes, de percepción cotidiana y lenguaje televisivo con que los niños construyen los noticieros en los que escenifican la vida del país y del mundo, frente a las borrosas y evasivas imágenes que de ese mismo mundo y del país expresaron especialmente los niños de sectores populares al construir mapas, gráficos y relatos con dibujos y fotografías tomadas de periódicos y revistas.

Investigar la relación de los niños con la televisión es algo muy distinto a contar el número de escenas de violencia que contiene un programa, o a observar —como en ratitas de laboratorio— las reacciones de los niños, incluidas las que contienen sus propios relatos. Investigar las interacciones obliga a desmontar las versiones aparentemente más espontáneas y realistas multiplicando los contrastes que hoy posibilita la etnografía, la discusión en grupo, las encuestas o los diferentes tipos de relatos y escenificaciones. Sólo así se hace posible escapar a los clichés y los estereotipos que tenazmente siguen simplificando y deformando la relación de los niños con la televisión.

3. Resulta indispensable explicitar el hecho de que haya sido el Ministerio de Comunicaciones, a través de su División de Comunicación Social, el que ha patrocinado y financiado esta investigación. Afortunadamente en los últimos años se

ha ido abriendo campo a la investigación entre las actividades de ese Ministerio. Pero se trata aún de una actividad esporádica, lo que está impidiendo avanzar verdaderamente en un tipo de investigación como el que proponemos, esto es ligado más que al circuito académico a las demandas de los educadores, de los creadores en medios y de los que trazan sus políticas. El esfuerzo que representan las nuevas pistas de indagación abiertas por esta investigación necesita de una continuidad sin la cual resulta imposible valorar lo que realmente hay en ellas de aporte a la comprensión de lo que lo que nuestros niños hacen con lo que ven en televisión y de la construcción de una televisión que ayude a transformar el país. Un país que sigue atrapado en la flagrante contradicción entre la continua modernización de los medios y tecnologías mientras la incomunicación entre gobernantes y gobernados, entre campo y ciudad, entre centro y regiones marginadas, entre actores sociales, económicos y políticos crece cada día. Y más hoy cuando, de un lado, los acontecimientos que ha vivido el país en los últimos años han hecho evidente el papel estratégico de la televisión en la vida política y en la renovación de su democracia. Y de otro, cuando el sistema nacional de televisión está atravesando la enorme y contradictoria transformación que implica la aparición de los canales privados, de los canales locales y los comunitarios; al mismo tiempo que los sistemas vía satélite y cable replantean radicalmente la relación de la televisión con lo nacional y con lo regional latinoamericano.

Sin investigación de lo que esos cambios están produciendo culturalmente en el país, —y especialmente en lo que atañe a la relación de los niños y los jóvenes con los medios y las tecnologías audiovisuales— las políticas de comunicación, y particularmente las de televisión, seguirán atrapadas

en la impotencia y la retórica a la que las reducen los intereses cruzados de los conglomerados económicos y los grupos políticos, o limitadas a seguir normativamente a la zaga de los incesantes y cada día más acelerados cambios tecnológicos. En adelante será aún más difícil que el país pueda aprovechar el aporte que los medios de comunicación podrían brindarle a sus procesos de paz, de reconstrucción del tejido social y de renovación política si las instituciones que tienen que ver con los procesos de comunicación y las dinámicas del cambio cultural —Ministerios de Comunicación, de Cultura y Educación, y Comisión Nacional de Televisión— no aúnan esfuerzos para hacer de la investigación uno de los elementos constitutivos del mapa que requieren las políticas de comunicación y de cultura. Y si no logran movilizar a las universidades para que inserten su investigación en ese empeño.

2. EMPUJAR LA APERTURA DE BRECHAS

*La comunidad desapercibida**

El título nos señala certeramente lo que este libro intenta: ir más allá del balance bibliográfico, de líneas, de corrientes y de temas para empezar a pensar la investigación de comunicación como campo y comunidad. Los balances ya fueron hechos por el propio autor en *La investigación de comunicación en México, sistematización documental 1956-1986* y por la IV reunión nacional de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), *La investigación de la*

* Raúl Fuentes, Iteso/Coneic, Guadalajara, 1991.

comunicación en México. Logros, retos y perspectivas, publicado bajo la coordinación de Enrique Sánchez Ruiz. Lo que Raúl Fuentes se plantea ahora es una lectura del proceso de desarrollo de la investigación en México, guiado, a mi ver, por estas preguntas: ¿cuál es el peso social que ha alcanzado esa investigación en México, cuál es el estatuto del investigador de este campo tanto en relación con la academia como con la sociedad, cuál es el grado de coherencia y competencia, de reconocimiento interno y externo que ha logrado en el país el conjunto de investigadores de la comunicación?

La respuesta a esas preguntas es elaborada desde dentro, pero sin anteojeras. Pues un campo es “un espacio de relación de fuerzas” (Bourdieu) y no sólo de objetos y corrientes teóricas, ya que toda producción de conocimientos pone en juego un capital y la lucha por su apropiación. De ahí que el esbozo que se traza —pues se trata de una comunidad en gestación, aún *desapercibida*— busque leer las etapas de ese proceso en claves cruzadas: la comunidad va ganando respeto y peso social en la medida en que afirma su coherencia y su competencia; la interpelación y vinculación a la vida nacional dinamiza el desarrollo interno del campo liberándolo del formalismo y la especulación estéril.

La reflexión que recoge este libro se halla permanentemente atenta a todo lo que densifica el espesor del campo —la llegada de estudiosos latinoamericanos exilados de Argentina, de Chile, de Brasil, la proliferación de las escuelas y el surgimiento de los posgrados, la apertura de centros de investigación (el Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, el Centro de Estudios Económicos y Sociales del Tercer Mundo), el nacimiento y avatares de las asociaciones (Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, AMIC)— y

también a aquello que histórica y socialmente lo mueve y lo moldea: el debate nacional sobre la reglamentación del derecho a la información, la crisis económica y política, la reconversión industrial y tecnológica. La dispersión de enfoques, el maniqueísmo metodológico, el denunciismo, son leídos a la vez como "problema" teórico y como indicador cultural y político. La evolución, la asimilación y las reformulaciones son ligadas al proceso de descentralización del campo —por la apertura a y la potencialidad de los trabajos en las ciudades de provincia—, al fortalecimiento institucional de las asociaciones y a la organización y circulación de la documentación.

En esta época del desencanto, en la que abundan los balances des-ilusionadores y las reformulaciones "realistas" este libro sabe leer, por debajo de la dispersión y la fragmentación visibles del campo, el lento madurar de una comunidad y a grandes trazos esclarece —y en ello es sin duda pionero— cómo la comunicación se constituye en campo intelectual en la medida en que sus actores forman comunidad, hecha no sólo de conocimientos sino también de re-conocimientos, no sólo de paradigmas sino de posiciones teóricas y de interpelaciones sociales.

Imaginario urbanos.

*Bogotá y São Paulo: comunicación y cultura en Latinoamérica**

Cotidianamente las gentes experimentan la expropiación de su ciudad en la destrucción de sus señas, la expoliación de su memoria, la reconversión de lo público en privado y la

* Armando Silva, Tercer Mundo, Bogotá, 1992.

transformación de la comunicación en flujos de tráfico. Este libro explora esa experiencia pero desde su revés: desde los imaginarios con que las gentes construyen y re-apropian la ciudad. Una ciudad que así mirada nos descubre las diversas ciudades que la conforman: no sólo las que demarcan las topografías de los planificadores y urbanizadores sino aquellas otras que produce/revela la topología simbólica y sus territorios imaginarios. Se trata de una ciudad desconocida porque es la ciudad vivida, pero también porque los estudios urbanos en Colombia siguen mayoritariamente anclados en una tan disciplinada segmentación de las disciplinas y de sus territorios —tradicional/moderno, rural/urbano, popular/culto— que hace imposible abordar ese extraño objeto, opaco y polimorfo, que es la ciudad.

Desde hace años, y en forma pionera, A. Silva viene trazando pistas de lectura, de comprensión de la ciudad, pistas que son recogidas ahora y puestas en contexto mediante una investigación que busca elaborar un cuadro conceptual y metodológico tanto para el desarrollo teórico como para el trabajo empírico. Desde la semiótica, pero menos como disciplina que como lugar de articulación con la investigación antropológica y sociológica, este libro aborda el estudio de los escenarios urbanos entendidos como “lugares” de constitución de lo simbólico y puesta en escena de la ritualidad ciudadana, producción y recreación de una cultura en la que participan los grupos y los individuos como “actores” mediante su actividad de selección y reconocimiento. Indagar la presencia de las marcas simbólicas en la experiencia colectiva requerirá de una doble estrategia para acceder a los símbolos de pertinencia que los ciudadanos tienen de y hacen con su ciudad: evocar y usar. Evocar la ciudad en sus acontecimientos, sus personajes y sus mitos,

en los lugares, olores y colores que la identifican y segmentan, y en las fabulaciones (historias, leyendas y rumores) que los narran. Usar la ciudad: los recorridos y "rutas" que tejen los reconocimientos, los lugares de cita, de encuentro y de juego, las fronteras y ejes que dividen, ordenan y excluyen.

Un acercamiento así —multidimensional— le permite al autor no quedarse en el análisis particularizado de los territorios y las prácticas, los escenarios y los relatos sino proponer algunas hipótesis globales sobre los imaginarios en que se proyectan las ciudades de América Latina, como aquella que piensa juntas las sobrecargas representativas —modos vistosos de la decoración urbana y del vestir, retóricas del lenguaje político, dramáticas televisivas, narrativas radiales del deporte— en lo que tienen de afirmación del tercer mundo y a la vez de simulacro trabajado por la modernización/imitación del primero. Y su relación con aquella otra que sataniza la inseguridad, la violencia, la droga y las mafias de nuestras ciudades confundiendo las condenas éticas con juicios estéticos.

A la vez punto de llegada y de partida hacia una propuesta nueva de comprensión de la ciudad, este libro avanza claramente en dos sentidos. En la propuesta de una idea de cultura definida por la trama de sus usos más que por la puerza de sus orígenes, y por la riqueza de sus mezclas e intercambios más que por la autenticidad de sus materiales. En la desterritorialización de los saberes disciplinarios y las estrategias metodológicas que el abordaje de la ciudad requiere. Son avances iniciadores y por lo tanto pueden resultar desconcertantes. Libro de elaboración teórica, de análisis particularizados hasta el detalle y de relatos sobre el cómo se investiga, representa a la vez un radical rebasamiento de

las inercias académicas pues nos convoca a un debate sobre la ciudad de los ciudadanos del que este país se halla bien necesitado.

*Miradas latinoamericanas a la televisión**

¿En qué está la investigación y la reflexión latinoamericana sobre la televisión?, ¿desde dónde la miran los que la estudian?, ¿qué preguntas catalizan sus preocupaciones? Si nos atenemos a lo que plantea este libro, que creo representativo de la diversidad de corrientes de pensamiento, de las posiciones ideológicas y los ámbitos disciplinarios, se configuran dos ejes de mirada. El de los procesos sociales que la configuran y que la televisión media: globalización económica, transformaciones de la política y la cultura, crecimiento e impregnación de la violencia; y el de los modos y dimensiones que entretejen la relación de la gente con la televisión: envergadura cultural y modalidades de la recepción, educación que pasa por la TV y educación para la TV, planos y exigencias éticas que entraña esa relación.

En el primero, las preguntas claves desde una economía globalizada son: ¿qué tipo de intercambio —más igualitario o más desigual— produce la globalización que hoy rige la internacionalización de la televisión?, ¿cuáles son las “ventajas competitivas” de nuestros países frente a las de Estados Unidos?, ¿a dónde nos llevan las transformaciones culturales que siguen una dinámica globalizadora? A través del examen de las implicaciones del Tratado de Libre Comercio

* Guillermo Orozco (Coord.), Universidad Iberoamericana, México, 1996.

(TLC) entre Canadá, Estados Unidos y México, en la reorganización del "espacio audiovisual" mexicano, se avizoran algunas tendencias y modalidades de la creciente *interdependencia desigual*. En México la presencia transnacional en el ámbito del cine, la radio y la televisión, viene de lejos, mediante la asociación de esas industrias con contrapartes norteamericanas en todos los niveles de la producción, de la distribución, de la publicidad. De otra parte, México ha sido el principal exportador latinoamericano de cine y lo es de televisión, lo que —unido a su presencia en el mercado norteamericano de habla hispana y a su temprana industria de doblaje al castellano de programas de televisión norteamericanos— lo convierte en una "potencia intermedia" del flujo internacional de mercancías audiovisuales. Y aún así la desigualdad del intercambio es enorme: en la televisión abierta aunque, como en la mayoría de países latinoamericanos, ha disminuido en los últimos años la cantidad de programas importados de EE.UU., la proporción de los programas importados por los EE.UU. sigue siendo mínima, en la televisión por cable y vía satélite la programación estadounidense domina por completo y aún más en el mercado de los videoclubes, en el que 80% son films norteamericanos. Todo lo cual conduce a dos grandes cuestiones: ¿qué papel va a jugar nuestra mayor ventaja competitiva, la "afinidad cultural" latinoamericana —que hoy domina con la telenovela el campo de los dramatizados— cuando los procesos de interconexión tecnológica aceleren y expandan la globalización económica? Y ¿cómo contrapesar, sin encerrarnos, el imperativo económico neoliberal con el irrenunciable imperativo político-cultural de defender y recrear nuestras identidades colectivas?

Desde la política, la televisión aparece como un ingrediente clave de su constitución cultural. Mirada desde países

que, como Argentina, vivieron en los años '80 la experiencia de reconstrucción democrática, la entrada de la televisión en la política afectó poderosamente los lenguajes políticos de antes de los "golpes". Y no sólo en el sentido de la espectacularización de su discurso vaciándolo de ideas y llenándolo de imágenes y adhesiones primarias. Estamos ya en posición de des-generalizar la crítica de la videopolítica y entrar a diferenciar y matizar las consecuencias de su mediación. No es cierto que la mediación televisiva disuelva o desnaturalice una política que viniera de épocas de esplendor, más bien la televisión intensifica y hace visibles tendencias de autodisolución producidas por la incapacidad de la política para dar forma a las nuevas demandas sociales y por su desconexión de la trama de los problemas cotidianos, que han llevado a los partidos a convertirse en mera "maquinaria política" movilizadora sólo en tiempos de elecciones e incorporada al aparato de gobierno. La acción de la televisión no afecta de la misma manera a la política en países con partidos de raigambre profunda en el tejido de la sociedad civil que en aquellos dominados por burocracias electoreras y clientelistas. Lo que sí es común es la desubicación del político tradicional al perder el control de la configuración simbólica de la representación, pues el reciclaje de caudillo oral en líder audiovisual no es fácil, y ello hace que en buena parte el discurso de la representación pase a estar en manos de los *comunicadores*. Como también la transformación de los modos de acceso a la escena política que la televisión posibilita: frente al tradicional control ejercido por el centro, gentes de la provincia, de la periferia de la nación —como Menem o Collor— llegan a la presidencia, o como Fujimori, encuentran en la TV el medio expresivo de un liderazgo carismático. Más que de efectos de la televisión, los cambios en la política nos

hablan de cambios en la sociedad: de la reducción de la interacción social y de la pérdida en los partidos de sus modos de anclaje en la trama social.

Desde la cultura es justamente desde donde puede y debe repensarse hoy el sentido de la *televisión pública*. Esa que hasta ahora ha sido fagocitada por el Estado, por los clientelistas intereses de los partidos, o por proyectos de índole elitistamente minoritaria. En todas esas modalidades lo que menos ha sido la televisión es "del público" en cuanto actor-vocero de la diversidad de instituciones, asociaciones de base, y organizaciones de que está hecha la sociedad civil. Pero la desestatización de la televisión pública —tanto en Europa como en nuestros países— no apunta precisamente a su democratización sino a su privatización, que confunde falazmente pluralismo con diversificación de canales, a la vez que mediante estratagemas "legales" acrecienta el proceso de su monopolización. Rescatar la televisión para el "servicio público" implicará primordialmente redefinir su relación con la cultura: esto es sacarla definitivamente del tramposo dilema entre paternalismo ilustrado y populismo mercantil, replantear los interlocutores llamados a intervenir decisoriamente en el debate y construir un imaginativo proyecto cultural que supere tanto la reducción de la cultura a *contenido* de algunos programas como la reducción de la comunicación televisiva a *difusión* de una cultura ya hecha y legitimada... dejando así por fuera la cultura que desde el mundo joven y sus modos de ver se está creando hoy. Sólo una televisión-proyecto cultural podrá hacerse cargo de las nuevas modalidades de lo público y de las posibilidades de fortalecimiento de su competencia comunicativa.

En los últimos años la violencia ha dejado de ser "un tema" para constituirse en uno de los ingredientes más

fuertemente configuradores de nuestras sociedades fin de siglo, y especialmente de las latinoamericanas. No es extraño entonces que, de un lado, la televisión se vea repotenciada en su capacidad de catalizar nuestros miedos, y de otro, la televisión se vea convertida en chivo expiatorio al cual cargarle las cuentas de la violencia para exorcizar de alguna manera la pesadilla cotidiana. El ya viejo debate sobre los efectos de la violencia televisiva se ve así profundamente replanteado a partir de lo que en este libro se denomina lúcidamente la "violencia de la vida" y de los *diversos* modos de relación de las gentes con la "violencia mediada". Desde esa mirada la causalidad no es lineal en ninguno de los sentidos, sino *circular* —las violencias de la vida alimentan las televisivas que a su vez recargan aquellas— de manera que los efectos acumulativos, que son los decisivos, resultan los más difíciles de investigar. Porque son los que ubican la cuestión de la violencia en la dimensión cultural a largo plazo de la televisión, en cuya comprensión ha avanzado bien poco. Tan importante como denunciar la espectacularización de la violencia en lo que tiene de morboso acostumbramiento insensibilizador, o de su sórdido aprovechamiento como gancho de venta de los programas, resulta entonces hacer visibles sus lazos con el crecimiento de la incomunicación social, y con la simulación de democracia en que se disfraza el proceso de privatización y concentración de la televisión.

El segundo eje de las miradas aquí delineadas focaliza especialmente el proceso de *recepción*. Y éste aparece pensado desde una comunicación constitutiva de las dinámicas culturales más que desde la instrumentalidad comunicativa de la transmisión. Lo que sin embargo da lugar a dos enfoques bien distintos. Uno, hace balance de lo que en América

Latina y particularmente en Brasil marca la trayectoria del estudio de la recepción y sus intrínsecas conexiones con los estudios culturales del *consumo*. A partir de lo cual se plantea la imposibilidad de comprender el proceso de recepción sin involucrar ahí la transformación de las identidades colectivas —regional, local, nacional, campesina, urbana— y viceversa la necesidad de estudiar la recepción/consumo para entender lo que está pasando con las identidades. El otro, hace también balance pero de las peligrosas trampas en que parece haber caído mayoritariamente el estudio de la recepción en América Latina, al que se identifica con el *paradigma gratificacionista*. A partir de lo cual se propone distinguir en la recepción las actividades *significativas* —esto es en las que se produce significación y que serían las menos— de las actividades o modalidades de recepción *sin significación*, configuradas en dos *zonas*: la *blanca* y la *gris*. A la primera pertenecen los usos de la televisión como telón de fodo, somnífero, compañía vicaria, paliativo de la fealdad ambiente; a la segunda, sus usos como caleidoscopio (síndrome del zapping), ansiolítico, desenchufe-evasión, profilaxis del alcoholismo masculino y preventivo del hambre cuando no se tiene con qué satisfacerlo. Lo que no queda tan claro es qué se quiere decir cuando se afirma que la compañía vicaria, el paliativo a la fealdad de la miseria o el uso como ansiolítico son, en cuanto modalidades de recepción televisiva, actividades desprovistas de significación.

La relación *televisión/educación* preocupa cada vez más a los investigadores de comunicación justamente en la medida de lo poco que, en América Latina, ella parece preocupar a los educadores. Pues mientras éstos siguen en su mayoría aferrados a una visión moralista condenatoria —que incluye su falta de legitimidad o de “licencia para enseñar” — desde

la que se legitima un uso escolar puramente instrumental, la mirada desde la comunicación es cada día más abarcante y matizada. Que empiece por diferenciar los dos regímenes desde los que la televisión educa. El de *lo enseñado* o la "televisión educativa", que comenzó siendo una clase filmada con objetivos extensionistas o difusivos, después se completizó con "Plaza Sésamo" al investigar las posibilidades de comunicar destrezas cognoscitivas, y llega hasta las "telenovelas con mensaje" en las que se busca afianzar valores y actitudes. El segundo registro es el de *lo aprendido* al ver TV, y que va desde la devaluación de la lectura y el desplazamiento de las actividades formalmente educativas hasta la estimulación informativa y conceptual, imaginativa y afectiva, la provisión de *temas* para la interacción social y una amplia gama de conocimientos paralelos. Lo que de esa matizada visión se desprende es que la televisión es no sólo un *medio* con posibilidades y límites que aún están en gran parte por explorar, sino una *institución* estratégica en el proceso de socialización cotidiano. La otra vertiente recoge una preocupación mucho menos sentida aún en las instituciones que rigen la educación o en los ámbitos escolares: cómo *enseñar a ver televisión*, esto es cómo aprender a tomar distancia crítica y cómo aprovecharla creativamente. Ligada en un primer momento al cruce de la teoría crítica con la educación popular, entendida a lo Freire, la "educación para la televisión" converge en una segunda etapa, a mediados de los '80, con el rescate de la actividad del receptor, la inserción del ver TV en las rutinas y rituales de la vida cotidiana y la valoración de la dimensión lúdica del ver televisión. Los nuevos retos que esa compleja mirada plantean posibilitan a su vez una decisiva apertura de los horizontes políticos y culturales de esa educación: además de promover la

apropiación crítica de los mensajes de los medios, se trata de potenciar la competencia comunicativa de la gente valorizando los procesos comunicacionales de la vida cotidiana, la apropiación por parte de individuos y grupos de los principales géneros y técnicas de producción posibilitando que más voces accedan a los medios y surjan propuestas alternativas de televisión.

Entreviendo convergencias entre un "nuevo talante ético", desconfiado de las grandes ideologías, valorador de la pluralidad y la sensibilidad más que de una racionalidad pretendidamente universal, con la "cultura de la imagen" que alimenta la televisión —emocionalidad, fragmentación, elasticidad— se propone un análisis ético más vinculado a la defensa y promoción de los derechos humanos que una moral en particular. De ahí que lo que es valorado negativamente en primer lugar sea la concentración del poder mediático y la mercantilización que hace de la televisión el mayor impulsor de la mentalidad consumista y conformista. Y lo que aparece como éticamente positivo sean las posibilidades de información, de apertura a la diversidad del mundo y el autorreconocimiento cultural. La gran responsabilidad de la televisión reside entonces en ser "servicio público", esto es en servir de espacio de expresión a las demandas y experiencias colectivas y de ejercicio del derecho a la información y la comunicación.

*Comunicação e linguagem**

1. Lo que dota de una actualísima pertinencia a este libro de la profesora Baccega, es que se ubica de frente al debate sobre *la constitución científica y académica del campo de la comunicación*. Y poniendo desde el primer momento las cartas bocarriba, se da como objetivo central reinsertar el estudio de la comunicación en el ámbito de las ciencias del lenguaje en cuanto parte de las ciencias sociales. Ello le plantea, de entrada, una relectura de los avatares sufridos por la relación entre el marxismo y los estudios del lenguaje. Del limbo de la superestructura la lengua “desciende” al territorio de la vida y la experiencia, pasando a ubicarse en *el proceso mismo de producción de sentido*, pues la lengua trabaja y es trabajada por la historia, a la vez que es fuente de “competencia social”, lingüística e ideológica. Lo que implica asumir el “retorno del sujeto” impensable en aquella reductora concepción del lenguaje como mero instrumento ideológico de clase. Del lenguaje instrumento pasamos así a un lenguaje constitutivo de la experiencia humana y por tanto de la riqueza y complejidad de las relaciones sociales.

A partir de esas líneas de fuerza que, aunque con una cierta anacronía de lenguaje, organizan el mapa de la reflexión, la profesora Baccega elabora una heterodoxa y original propuesta de construir la especificidad del *Discurso de la Comunicación* a partir de los discursos de la *Historia* y la *Literatura*. Frente a la dependencia teórica que el campo de la comunicación ha sufrido por relación a los modelos

* M. Aparecida Baccega, Editora Moderna, Sao Paulo, 1998.

propuestos desde el Norte, bienvenida la osadía de romper la rutinaria hegemonía de los paradigmas teóricos consagrados para replantear las coordenadas que delimitan el campo. Y ello no en un gesto voluntarista sino en un serio ejercicio de desplazamiento conceptual.

2. Del *discurso de la historia* el estudio de la comunicación asumiría tres ingredientes básicos: la superación de la concepción determinista cuya base se halla en la creencia de la accesibilidad directa al “hecho en sí” ahorrándose tanto la mediación del documento —de la crónica, del archivo, que es lo que tienen por *fuerza* los historiadores— como la mediación que introduce la *enunciación* de que está hecho el discurso narrativo/interpretativo. Lo que sigue siendo crucial para un discurso de la comunicación aún atrapado frecuentemente en el idealismo de una objetividad de la información, que no es sino *pretensión de un discurso sin sujeto*. Que es la clave del segundo ingrediente: no es que entre los hechos históricos no haya relaciones, sino que su construcción supone opciones que corren a cargo de los sujetos de la enunciación, lo que plantea la imposibilidad de *una* verdad de la historia y la necesidad de aceptar la multiplicidad de verdades parciales de que está hecha. Multiplicidad que tiene no poco que ver con la multidisciplinariedad de que está hecho el propio discurso histórico —desde qué intertextualidad disciplinar se leen los hechos: ¿economía con antropología?, ¿sociología con semiótica y psicoanálisis? Tampoco el discurso de la comunicación puede escapar a esas intertextualidades disciplinares, intentar ahorrárselas identificando la comunicación con UNA disciplina es reducir el *campo* a una *parcela*, que por más rica que sea no podrá nunca dejar de ser un empobrecimiento deformante y una usurpación...

de las que en cierta forma se alimentan y viven los prestigios del mundillo académico, y de las que muere justamente la investigación.

A través del *discurso de la literatura* se hacen explícitos los dispositivos estéticos del discurso de la comunicación. Se dirá que esa relación hace tiempo que forma parte del campo comunicativo, pero casi siempre sólo en sus dimensiones prácticas, es decir homologando el periodismo a un género literario o, bajo la etiqueta del “nuevo periodismo” que de T. Capote y S. Sontag a N. Mailer o Tom Wolf lleva a cabo el proceso de *secularización* de una literatura vuelta periodismo o viceversa: la “consagración” del periodismo que se quiere y se hace literatura. Lo que propone la profesora Baccega es de otro orden. Primero rescatando el estatuto del arte como modo de conocimiento, no homologable al que producen las ciencias ya que el conocimiento que posibilita el arte lo es de la subjetividad en cuanto campo de posibilidades humanas, esto es de creación de otro tipo de verdad al que busca y construye la historia. Mirado desde el discurso de la literatura, el de comunicación revela su imposibilidad de ser reducido a puro *código*, hecho de canales, señales y ruido. Por el discurso de la comunicación, incluida la de los grandes medios, pasa la constitución del sentido del mundo. Proceso que ese mismo discurso enmascara al negarse como construcción —selección, combinación, temporalización, etc.— o al confundir la objetividad con la mera pluralidad de voces, soslayando la presencia inevitable de la hegemonía de alguna o algunas voces en su estratégica relación al poder.

Y es a partir de esa imbricación profunda entre estética y comunicación que emergen sus dimensiones *prácticas*: el comunicador como *mediador* entre el trabajo del historiador

y del escritor. Nutriéndose de la puesta en perspectiva de un presente al que la aceleración de la obsolescencia de los productos mediáticos tiende a volver autista, y enriqueciendo su lenguaje con la expresividad de las diferentes narrativas, pasando de burócrata de la redacción a investigador del espesor histórico que yace en la cotidianidad del presente y de una información plana y funcional a un "periodismo de autor". Aunque de "vida breve" la escritura del comunicador debe experimentar con el lenguaje, del mismo modo que el mayor o menor valor *social* de la noticia no puede ahorrarse la búsqueda del rigor.

3. En una segunda parte, el libro que presentamos se plantea el alcance y el sentido científico del estudio de la comunicación. Pueden rastrearse ahí ciertas trazas de voluntarismo cientificista, que es la paradójica huella que el positivismo dejó en su más fiero contrincante, el marxismo, y su coyuntural aliado, el estructuralismo. Pero justamente el trayecto que diseña la profesora Baccega es el que partiendo del paradigma estructuralista conduce a su *superación* en el Análisis del discurso. Ese nuevo paradigma se configura para la autora básicamente a partir de los trabajos de M. Bajtin que replantea tanto la concepción del signo como del lenguaje. Puesto en historia el signo aparece menos ligado a la idea de sistema que a la de *enunciación* o *interacción verbal*, con las que Bajtin designa la naturaleza *dialogal* de los discursos que tejen la sociedad. Se produce así un fuerte desplazamiento de la obsesión estructuralista sobre el *texto* hacia la *praxis* cotidiana como "lugar" en que el lenguaje se hace y deshace, se gasta y se recrea. Rescate de la vida cotidiana del lenguaje que encuentra un eco cada día más largo y ancho en el discurso de la historia desde la Escuela

de Anales a la “nueva historia” con J. Le Goff y M. de Certeau.

Es el proceso de *comunicación social* en su más hondo y ancho sentido el que aparece elucidado ahí, en cuanto interacción de discursos y praxis cotidiana. Y también en cuanto “formación discursiva”, concepto mediante el cual M. Pecheux religa el poder del lenguaje al lenguaje del poder, esto es al poder que entraña el derecho a decir, ese tejido ideológico que designa en la cotidianidad social aquello de lo que cada cual puede hablar. Con lo que el nuevo paradigma viene a iluminar no sólo el objeto de estudio sino las condiciones mismas de producción de conocimiento en el ámbito académico, las luchas por la hegemonía en la constitución del *campo*. Bourdieu nos ha ayudado a entender las tensiones y la lucha de posiciones en que se deciden cuáles son las disciplinas “propias” al campo. En el de la comunicación nos encontramos aún dominados por una *jer-ga* que encubre frecuentemente la ausencia de una verdadera competencia investigativa, y ello se halla ligado al hecho de que las ciencias sociales no han podido pasar de una presencia mayoritariamente exterior al campo de la comunicación —introducción a la sociología, fundamentos de economía, elementos de antropología, etc., etc.— a una otra en la que la antropología o la economía hagan parte constitutiva del campo. Un campo que se ha convertido en estratégico en esta tardomodernidad que atraviesa nuestras sociedades: tanto por lo que sucede en el plano de las prácticas —fragmentación de la información, hegemonía de la imagen, espectacularización y estetización aun de las realidades más dolorosas y estremecedoras— como en el plano de la investigación: necesaria reubicación de la cuestión del poder en un escenario de discontinuidad histórica, de

destiempos entre política y tecnología, entre economía y cultura. Situaciones nuevas que han encontrado su expresión teórica más avanzada en una comprensión de la *cultura como configuración histórica de los procesos y las prácticas comunicativas*. Esas que necesitan más que nunca articular los saberes cuantitativos a un conocimiento cualitativo capaz de descifrar la producción comunicativa del sentido, toda la trama de discursos que ella moviliza, de subjetividades y de contextos, en un mundo de tecnologías mediáticas cada día más densamente incorporadas a la cotidianidad de los sujetos, y cada día más descaradamente excluyentes del derecho de las mayorías a la voz y al grito, a la palabra y la canción.

Balsas y medusas.

*Visibilidad comunicativa y narrativas políticas**

Pionero, en el más ancho y cierto sentido del término, este libro inaugura en Colombia un campo de estudios estratégico: el de la massmediación de la política, o la constitución de los medios masivos en escena crucial de la vida pública. Y no es extraño que su autor no sea ni un politólogo ni un sociólogo, pues esas disciplinas en este país parecerían apenas haberse enterado del papel constitutivo de los medios en la política con el Proceso 8000. Pero sólo en el terreno del análisis periodístico. Los medios de comunicación, y en especial los audiovisuales, no cuentan aún en Colombia con el mínimo de legitimidad académica entre las ciencias sociales. De ahí que sólo las dimensiones económicas y legales hayan sido estudiadas con alguna seriedad, el resto esporádicas

* Germán Rey, Fescol/Cerec, Bogotá, 1998.

denuncias de la manipulación política y, últimamente, de su concentración económica. Pero ¿dónde está la investigación social que conduzca el indispensable debate nacional acerca de una política cultural democrática sobre los medios de comunicación? Y ¿dónde su aporte a la elaboración del proyecto educativo capaz de hacerse cargo de lo que los medios audiovisuales y las tecnologías informáticas plantean hoy en la formación de nuevas sensibilidades y la gestación de nuevos lenguajes, escrituras y saberes? Es justamente desde esa encrucijada de cuestiones que Germán Rey ha escrito este libro, sin ocultar las huellas de las situaciones y tensiones que vive el país, de la porosidad de la escritura a sus conflictos y dolores, pero también a las rutas del diálogo y la esperanza.

El tejido comunicativo de la política

Lo que llama la atención de entrada es la densidad de la red conceptual desde la que se abordan las relaciones entre política y medios. Lejos de la anacrónica pero persistente idea de los *efectos* o la *influencia* inmediata de los medios —de la brevedad y frivolidad, la espectacularidad y amarillismo de su discurso— vaciando la política de sentido, este libro propone insertar esas relaciones en un mapa cruzado por tres ejes: el de la construcción de *lo público*, la constitución de los *medios* y las *imágenes* en espacio de *reconocimiento social*, y las nuevas formas de existencia y ejercicio de la *ciudadanía*. Fagocitado durante mucho tiempo por *lo estatal*, sólo en los últimos años *lo público* empieza a ser percibido en las peculiaridades de su autonomía, sustentada en su doble relación con los ámbitos de la “sociedad civil” y de la

comunicación. Articulando el pensamiento de H. Arendt y el de R. Sennet, el autor propone entender lo público como “lo común, el mundo propio a todos”, lo que implica que —como la misma Arendt ya afirmaba— ello sea al mismo tiempo “lo difundido, lo ‘publicitado’ entre la mayoría”. Que es en lo que hace hincapié Sennet cuando refiere lo público a aquel *espacio de la ciudad* (desde el *ágora* griega) en el que la gente se junta para intercambiar informaciones y opiniones, para deambular escuchando y entretenerse controvertiendo. Germán Rey explicita y desarrolla, a lo largo del libro, esta articulación fundante de lo público entre el *interés común*, el *espacio ciudadano* y la *interacción comunicativa*: circulación de intereses y discursos que lo que tienen de *común* no niega en modo alguno lo que tienen de heterogéneos, ello es más bien lo que permite el reconocimiento de la diversidad haciendo posible su contrastación. Pues es lo propio de la *ciudadanía* hoy el estar asociada al “reconocimiento recíproco”, esto es al derecho a informar y ser informado, a hablar y ser escuchado, imprescindible para poder participar en las decisiones que conciernen a la colectividad. Una de las formas hoy más flagrantes de exclusión ciudadana se sitúa justamente ahí, en la desposesión del *derecho a ser visto y oído*, que equivale al de existir/contar socialmente, tanto en el terreno individual como el colectivo, en el de las mayorías como de las minorías. Derecho que nada tiene que ver con el exhibicionismo vedetista de nuestros políticos en su perverso afán por sustituir su perdida capacidad de representar lo común por la cantidad de tiempo en pantalla.

La cada vez más estrecha relación entre lo público y lo comunicable —ya presente en el sentido inicial del concepto político de *publicidad*, cuya historia ha sido trazada por Habermas— pasa hoy decisivamente por la ambigua, y muy

cuestionada, *mediación de las imágenes*, a la que este libro dedica gran parte de su reflexión e investigación. Pues la centralidad ocupada por el discurso de las imágenes —de las vallas a la televisión pasando por las mil formas de afiches, graffitis, etc.— es casi siempre asociada, o llanamente reducida, a un mal inevitable, a una incurable enfermedad de la política moderna, a un vicio proveniente de la decadente democracia norteamericana, o a una concesión a la barbarie de estos tiempos que tapan con imágenes su falta de ideas. Y no es que en el uso que de la imágenes hace la sociedad actual y la política haya no poco de todo eso, pero lo que en este libro nos propone su autor es la necesidad de ir más allá de la denuncia, hacia una comprensión de lo que esa mediación de las imágenes produce socialmente, único modo de poder intervenir sobre ese proceso. Y lo que en las imágenes se produce es, en primer lugar, la salida a flote, la emergencia de la crisis que sufre, desde su interior mismo, el *discurso de la representación*. Pues si es cierto que la creciente presencia de las imágenes en el debate, las campañas y aun en la acción política, espectaculariza ese mundo hasta confundirlo con el de la farándula, los reinados de belleza o las iglesias electrónicas, también es cierto que por las imágenes pasa una *construcción visual de lo social*, en la que esa visibilidad recoge el desplazamiento de la lucha por la *representación* a la demanda de *reconocimiento*. Lo que los nuevos movimientos sociales y las minorías —como las mujeres, los jóvenes o los homosexuales— demandan no es ser representados sino reconocidos: *hacerse visibles socialmente, en su diferencia*. Lo que da lugar a un modo nuevo de ejercer políticamente sus derechos. Y, en segundo lugar, en las imágenes se produce un profundo *des-centramiento* de la política tanto sobre el sentido de la militancia como del

discurso partidista. Del fundamentalismo sectario que acompañó, desde el siglo pasado hasta bien entrado el actual, el ejercicio de la militancia en las derechas como en las izquierdas, las imágenes dan cuenta de lo que Norbert Lechner denomina el "enfriamiento de la política", esto es la desactivación de la rigidez en las pertenencias posibilitando fidelidades más móviles y colectividades más abiertas. Y en lo que al *discurso* respecta, la nueva visibilidad social de la política cataliza el desplazamiento del discurso doctrinario, de carácter abiertamente autoritario, a una *discursividad* si no claramente democrática hecha al menos de ciertos tipos de interacciones e intercambios con otros actores sociales. De ello son evidencia tanto las consultas o sondeos masivos de opinión realizados desde el campo de la política como la proliferación creciente de observatorios y veedurías ciudadanas. Resulta bien significativo esta, más que cercanía fonética, articulación semántica entre la *visibilidad* de lo social que posibilita la constitutiva presencia de las imágenes en la vida pública y las *veedurías* como forma actual de fiscalización e intervención de parte de la ciudadanía.

Transformaciones en la actuación de los medios

Una de las innovaciones más fecundas introducidas por la reflexión de Germán Rey en el campo de estudios de la comunicación pública es la peculiaridad de la perspectiva histórica desde la que examina los cambios que atraviesan los medios. Esa peculiaridad consiste en indagar cómo los medios han ido dando cuenta, no tanto en sus contenidos sino en su función, o como gusta denominarlo el autor, en su *identidad social*, de los cambios que ha atravesado la

sociedad colombiana en los últimos cuarenta años. Comparando el famoso “golpe de opinión”, que ayudó a derrocar la dictadura de Rojas Pinilla, con el papel jugado por los medios en el Proceso 8000, Rey traza en primer lugar la diferencia entre una “sociedad de parroquia” —en la que las lógicas de funcionamiento del poder pasaban únicamente por acuerdos entre las elites, sin el menor esfuerzo de concertación con el resto de la sociedad— y la secularizada, urbanizada, socialmente compleja y segmentada sociedad colombiana de hoy, en la que cualquier actor social por poderoso que sea necesita de la complementariedad con otros actores. Y es sobre ese fondo de cambios que este libro ubica la diversidad de la oferta informativa y las nuevas alianzas de los medios con actores sociales distintos a los políticos, que fueron los tradicionales y permanentes aliados de los medios. Ello significa que, sin restar importancia a la revolución tecnológica que atraviesan los medios, ni a los movimientos de la propiedad que han conducido a su actual concentración, la matriz de los cambios más profundos que presentan los medios se halla en las reconfiguraciones del Estado y en la contradictoria dinámica de las transformaciones políticas y culturales. Esos cambios en la *identidad de los medios* se sitúan, según el autor, en tres planos: el del paso de su función de meros intermediarios al de mediadores, esto es de verdaderos actores sociales; el de los nuevos modos de construcción del discurso público; y el de las estructuras de propiedad y las modalidades de gestión.

Con diversos niveles de desarrollo tanto en lo conceptual como en el análisis de los procesos que involucran esos diversos planos, este libro alcanza a plantear al menos algunas pistas básicas de intelección y comprensión. En lo que respecta al cambio de la función de intermediarios a la de

actores sociales se trata de la diversificación de los modos de acción de los medios, ligada a la diversificación de sus alianzas y a las nuevas tensiones estratégicas que los movilizan. De meros transmisores de información o de doctrina y consignas, los medios han empezado a *actuar* en la política —aunque en ello se disfracen también otras intenciones e intereses— como fiscalizadores de la acción del gobierno y de la corrupción en las distintas instituciones del Estado. Actúan también como promotores de la apertura política del régimen al estimular y apoyar la presencia de candidatos independientes o cívicos a las corporaciones públicas, y al facilitar la interlocución entre Estado y organizaciones de la sociedad civil. Actúan, pese a la confusión que con frecuencia producen, haciendo parte activa de los escenarios más conflictivos del país, particularmente los de la guerra. Esas nuevas *actuaciones* buscan a su manera responder a las nuevas demandas sociales y las nuevas figuras de lo político, y en esa búsqueda los medios se ven obligados a desbordar los intereses de sus aliados tradicionales para abrirse a la interlocución con organizaciones nacionales y locales de tipo cívico, ecológico, educativo, dándose así mismo interlocutores cada día más numerosos provenientes del ámbito de las ciencias sociales y las transformaciones culturales. De otro lado las nuevas tensiones estratégicas que fuerzan a los medios a cambiar se ubican entre su predominante carácter comercial, el reordenamiento de sus relaciones con el Estado y el surgimiento de nuevas figuras y expresiones de la libertad, entre su búsqueda de independencia y las condiciones que crean los procesos de globalización, entre sus tendencias a la inercia y las transformaciones que imponen los cambios tecnológicos y las nuevas demandas de los públicos.

Los nuevos modos de construcción del discurso público

se hacen presentes en el emborronamiento de los viejos linderos —discurso partidista nacional, clientelista en el ámbito regional, eminentemente populista en el local— y la búsqueda de discursos que permitan la expresión de nuevas sensibilidades y culturas políticas que se esbozan en las ONGs, las agrupaciones ciudadanas, los movimientos cívicos, incluso en las nuevas “tribus urbanas” con sus duros lenguajes musicales (rock, rapp) y graffiteros. Se hacen visibles también en una nueva *agenda social* —que empieza a limitar el espacio/tiempo dedicado a la política que protagonizan los políticos para incluir temas estratégicos como la educación, la salud, la ecología, la informática, etc.— y en la *construcción de nuevos públicos* que, a la vez que juega un innegable rol democratizador por el acceso que abre a las mayorías de bienes informativos y culturales reservados hasta hace poco a ciertos públicos, presenta aún grandes limitaciones provenientes de su sometimiento al logro de objetivos eminentemente comerciales.

Uno de los planteamientos más polémicos que se hacen en este libro es el que concierne al análisis de los movimientos en la propiedad y gestión de los medios, que se sitúa en dos niveles. Uno, el de las tendencias a la *corporación multimedia* y la cada vez más notoria y decisiva presencia de *los conglomerados económicos en las telecomunicaciones*; otro, el *desordenamiento de la propiedad* de los medios. El primero no parecería presentar ningún desafío conceptual: estamos ante un proceso que combina un rapidísimo proceso de concentración del poder mediático con una amplia descentralización de los modos de operación y gestión. Es lo que demuestra el paso de la propiedad y la gestión familiar de la prensa —caso de “El Tiempo”— a una moderna y gran empresa multimedial con intereses en la telefonía celular, en TV cable,

en el campo editorial de libros y revistas, y últimamente en la propiedad del canal local privado para Bogotá y en el negocio de los centros multicines. Al mismo tiempo la compra de medios por los conglomerados económicos —como la de “El Espectador” por el Grupo Santodomingo— a la vez que hace parte de la reorientación de los conglomerados hacia el terreno estratégico, en lo económico y lo político, de las telecomunicaciones, está implicando el ajuste de las empresas de comunicación a las lógicas de cualquier empresa comercial. Pero donde las concepciones acostumbradas experimentan una fuerte conmoción es ante la idea de la *des-ubicación y re-ubicación de la propiedad*, con la que Germán Rey confronta tanto la miopía de una izquierda, aferrada a la visión conspirativa de “unas relaciones perfectamente cohesionadas y prácticamente monolíticas entre propiedad, poder económico e intereses políticos”, como la creencia ciega de la derecha en la racionalidad intrínseca del mercado como única capaz de asegurar los ordenamientos necesarios. La “des-ubicación de la propiedad” señala cambios en la concepción y la práctica de una propiedad pensada como algo sustancialmente estático y acumulativo, que nos estaría impidiendo percibir la emergencia en el mundo de las industrias culturales y comunicacionales de una propiedad que funciona más por “fusiones y alianzas móviles” que por acumulación propietaria, esto es por vínculos operativos de relativa estabilidad, y cuya unidad provendría entonces de la “oferta integral de productos individualizados”, de la “creación artificial de nichos de mercado” y de una nueva “cultura organizacional” que pone el énfasis en la originalidad de los diseños, la diversificación de las unidades de negocio y en un cierto fortalecimiento de los derechos de los consumidores, que correspondería a los nuevos usos de los flujos

informativos de parte y parte, a la participación creciente de la ciudadanía en el campo de las industrias comunicacionales —emisoras radiales y televisivas locales, comunitarias— y la presencia creciente en la escena social de foros, ligas y asociaciones de usuarios y consumidores. He ahí un planteamiento que no sólo habla de des-ubicaciones sino que las produce en el terreno de las ideas y en el del análisis de los procesos, abriendo un debate estratégico.

Un análisis no coyuntural de la coyuntura

La urgencia y el desborde que producen la rapidez y brutalidad con las que suceden los hechos y cambian las situaciones en este país están agravando la esquizofrenia entre lo que pasa en la vida y lo que piensa la academia. Por eso es tan valioso un pensamiento que se arriesga a seguirle el pulso a la vida sin renunciar al espesor de la reflexión, y de ahí también la necesaria pluralidad de discursos de que está hecho este libro. De ahí que, atravesando los ejes y los planos estructurales del tema de fondo, aparezcan análisis precisos sobre las promesas, más que incumplidas, secuestradas, de la Constitución del 91 en lo concerniente a la televisión, o sobre la visibilidad —más cercana a la lógica de la publicidad que a la de lo público— pero aún así indispensable, con la que los medios apoyaron el Proceso 8000. Y haya también análisis preciosos sobre las relaciones de los jóvenes con la televisión, a partir del Festival de Cometas en Villa de Leyva y las imágenes de violencia —desviación social, vandalismo, anarquía— con que los adultos cargan su mirada sobre los jóvenes, entre los rituales de iniciación que en ese festival celebran las juventudes y los muy diversos modos de

relación de los jóvenes con la violencia que escenifica la televisión, desde la identificación con el humor barroco y burlón de la serie "Los Simpson" al rechazo del montaje de muertes que exhiben los noticieros. O sobre la visibilidad narrativa de la guerra que produjo la liberación por la guerrilla de los soldados en "Las Delicias", esa "conversión de la información en relato" que articuló la lenta duración del proceso —conflicto, negociaciones, resolución— a la velocidad fragmentadora de la información, que articuló también el ocultar al dar a ver, que nos mostró una nueva forma de relación de las FARC —la guerrilla hasta ahora más esquivada y hosca— con la mediación de las imágenes, y que convirtió a los medios en actores del drama vivido, experimentado, por los familiares de los retenidos y en (torpes cuando no cínicos) protagonistas de la escena pública nacional. Lo que muestran finalmente estos análisis no coyunturales de la coyuntura es que, aliada a la poética, la potencialidad del pensamiento es aún más productiva socialmente a la hora de dar cuenta, y de contar, la compleja massmediación de la política.

*Cultura escolar, cultura mediática: Intersecciones**

Bienvenido este libro que cruzando los Andes, desde Argentina donde se escribió hasta Colombia donde se publica, traza caminos nuevos en un campo de estudios que apenas comienza a consolidarse en nuestros países, develando las

* Jorge Huergo, M. Belén Fernández, Universidad Pedagógica, Bogotá, 1999.

secretas vecindades entre dos áreas estratégicas de la investigación social y la política cultural hoy: las de la comunicación y la educación.

El más crucial aporte de este libro es el *ensanchamiento de los territorios* en y desde los cuales se ha venido pensando esa relación. Y el primer ensanchamiento es el que viene de las tradiciones político-culturales latinoamericanas, como la de Sarmiento ligando la educación más al movimiento de *emancipación* que al de la *ilustración*, pues para él la escuela configura el eje central del proceso civilizatorio en cuanto proceso formador de los trabajadores como agentes de cambio y en cuanto cultura que los transforme de súbditos en ciudadanos. En su *Educación popular*, Sarmiento ve en la educación la posibilidad de *moralizar* a los sectores populares habilitándolos para el trabajo, estableciendo así una fuerte conexión entre disciplinamiento y civilidad. La otra tradición, de la que poco tuvimos en Colombia, pero que fue decisiva en Argentina y otros países de América Latina como Brasil o México, es la del *positivismo* y su socialización de una idea de progreso que, empezando por los hábitos de la higiene como régimen de los cuerpos, y pasando por el ordenamiento del espacio como expresión de la nueva polis (ciudad/ciudadanía), promovió al conocimiento como la condición del paso del "estar" al "ser alguien". Otra sería la relación entre comunicación y educación si empezáramos a ponerle historia a sus "modelos", esto es a mirarlos encarnados en proyectos de sociedad desde los que pensar el espesor laboral y cultural de la escolarización o las razones de la relegación en nuestras escuelas de la técnica a un "afuera de la cultura".

Y lo mismo pasa con las tradiciones *pedagógicas*. Huergo y Fernández rastrean esas tradiciones, desde la que encarnó

el movimiento de reformas universitarias (de Córdoba y otras ciudades pioneras) volcadas hacia una "pedagogía comunal" que ligaba estrechamente educación con sociedad y cultura, al tiempo que buscaba las raíces de lo político más allá de los partidos, en matrices de lo comunitario. O la propuesta pedagógica de Freinet que desde los años '30 replantea el sentido y la función de la *memoria* en la escuela, separándola de la repetición e integrándola a la experimentación, y al uso pionero de una imprenta que permitiera a los alumnos un "periódico escolar" insertado en el centro mismo de la transformación de la cotidianidad de la escuela, o mejor de su relación con la vida cotidiana de la sociedad. Y especialmente la "educación liberadora" de Paulo Freire, adelantándose a pensar una alfabetización de adultos en la que el aprendizaje de la lengua se convirtiera en proceso de liberación de la palabra propia, en pregunta que invirtiendo el proceso alienador de la palabra cosificada instaurara el espacio de las palabras *generadoras*, posibilitadoras del encuentro del hombre con su mundo y con el de los otros.

Lo que verdaderamente está en juego en esa puesta en historia de las tradiciones culturales y pedagógicas es tanto la visibilización de los *procesos* en un campo actualmente tan marcado por el fetichismo modernizador de las "tecnologías educativas" (en sus diversos sentidos), como la explicitación de los modelos de comunicación que subyacen a las diversas matrices culturales y pedagógicas, único modo de empezar a mirar la comunicación *desde dentro* de los procesos y prácticas educativas, y no como mera estrategia exterior (de "ayuda", modernización o adorno) a lo pedagógico.

El segundo territorio explorado por este libro es el de los avatares de la *escolarización*. Primero desentrañando sus componentes y después analizando los principales rasgos de su

crisis. La escolarización despliega su densidad comunicativa (o in comunicadora) al ser interrogada desde una arqueología foucaultiana que saca a la superficie la *racionalización disciplinante* que opera separando tajantemente los saberes —las *disciplinas*— las edades, el pensar del sentir, el trabajo del ocio, y convirtiendo el saber en *poder* que atraviesa, conectándolos, los cuerpos, los espíritus, los deseos. Esa arqueología devela también las sinuosas o descaradas formas en que la escolarización remedia o contrarresta “el *hedor* de las culturas populares” oponiendo resueltamente los vicios de éstas a las virtudes de la cultura letrada: la incontrollada y vulgar espontaneidad, la densidad corporal o la irrefrenable mezcla de aquéllas, frente a la capacidad de control, la dignidad de modales y el orden mental de éstas. Todo lo cual se resume en la identificación de la oralidad con el analfabetismo y por lo tanto con la in-cultura, frente a la cultura con que se identifica la escolarización. Pero la crisis que corroe a la razón moderna des-arregla las disciplinas atomizando los cuerpos desde los nuevos regímenes de la visualidad y la visibilidad cultural, instaurando una cultura de la obscenidad y la impunidad, de la disolución del valor regulador de las normas. En nuestras periféricas modernidades nacionales la supervivencia de lo premoderno, que no llegó nunca a ser racionalizado —o al menos no del todo— se enlaza hoy con las nuevas *irracionalidades* que fomenta el pluralismo relativista o el eclecticismo diferencialista, revolviendo resistencias con resentimientos juveniles que hallan complicidades impensadas en algunos productos de la tecnociencia como los videojuegos, el hipertexto o el zapping. El estatuto segregador —y moralizante— de la infancia es cortocircuitado por una televisión que obscenamente exhibe ante la mirada infantil el conjunto de *secretos*

con que Occidente cuidó durante siglos la supuesta inocencia de los niños, ya sean violencias, erotismos o hipocresías de los adultos, al mismo tiempo que los lenguajes y escrituras audiovisuales e informáticos devalúan la preeminencia del libro introduciendo nuevas oralidades y alfabetizaciones que devalúan aceleradamente la legitimidad de un maestro reducido "en la práctica" a mero repetidor de saberes recalentados. Mientras desde el emborronamiento de las fronteras entre los espacios público y privado emergen nuevas ciudadanías —comunicativas, culturales— y nuevas subjetividades que desdibujan el carácter *formador* de la escuela.

Finalmente, el tercer territorio explorado por este libro, y en el que emerge el espesor comunicativo de la educación, es el de las "tradicionales" arquitecturas escolares y las nuevas cartografías culturales. Pocos ámbitos tan reveladores de los *modelos de comunicación* que han orientado el sentido y las prácticas educativas como el diseño arquitectónico del espacio escolar: sus locales de clase, sus pasillos, sus baños, sus rincones —o la falta de ellos—, sus patios de recreo, sus oficinas de dirección o trabajo de los profesores, escenificando la verticalidad del saber, la secuencialidad estática de las edades, la proxemia de los distanciamientos con sus rígidos umbrales, las iconografías del premio o el castigo, las estrategias de alejamiento del mundo y sus "ruidos", de encerramiento y hasta de enclaustramiento. Toda una larga historia que, desde la arquitectura colonial a la postmoderna, monumentaliza la escuela a la vez que la dispone como sistema de vigilancia y control, de racionalización de espacios y tiempos, de estimulación y funcionalización del intercambio tanto entre alumnos como entre maestros y alumnos, entre el adentro y el afuera.

Este libro explora varias otras modalidades de relación

entre el mundo de la educación y el de la comunicación, pero me ha parecido que su mayor innovación reside en *hablar desde el modelo de comunicación que moldea la institución, la figura y los discursos escolares*. Pues el hecho de que la iniciativa de conformación de este campo haya provenido en América Latina especialmente del ámbito de los estudios de Comunicación ha comportado una rápida movilización del campo por las dinámicas que atraviesan esos estudios pero también lo ha lastrado con la falta de sentido histórico que los caracterizan. De ahí que sea de los estudios de Educación de donde pueda venir el sentido de los tiempos largos, sin cuya perspectiva los proyectos de cambio se agotarán en la rápida obsolescencia de las modas o los eslogans.

Lo viejo y lo nuevo.

*Investigar la comunicación en el siglo XXI**

Prologar el libro de *un autor* es tarea relativamente clara: avalarlo ante el lector destacando lo que tiene de originalidad y aporte al campo de conocimiento respectivo. Prologar un libro de *varios autores sobre un mismo tema* se presta sobre todo a analizar y resaltar los puntos de avance que el libro recoge sobre el estado de la cuestión. Pero ¿qué hacer cuando un libro es de *varios autores* y trata sobre lo que cada uno de ellos reflexiona e investiga? La tarea se desdibuja y complica seriamente, obligando a hacernos una pregunta insoslayable: si no es el tema, ¿qué es lo que justifica la puesta en común de esos textos?, ¿cuál es la razón de su "estar juntos"? En el caso de este libro hay una razón obvia y otra

* Guillermo Orozco (Coord.), Ediciones De la Torre, Madrid, 1999.

menos obvia. La obvia es que todos los autores trabajan en el Departamento de Estudios de Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara. La menos obvia es que ese Departamento está en camino de dejar de ser una "comunidad desapercibida" —como certeramente tituló Raúl Fuentes, en 1990, el libro en que empezaba a tomarle el pulso al campo y la comunidad de investigación de la comunicación en México— para convertirse en una *comunidad autopercebida y reconocida*. Pues, como escribí, prologando aquel libro: una comunidad intelectual se constituye no sólo en base a tener en común conocimientos —un capital en lucha por su apropiación— sino también al *reconocimiento* de unas posiciones teóricas y de unas interpelaciones sociales. Y eso es lo que, más allá de la diversidad de temas y de enfoques, y aun de los muy diferentes niveles de la reflexión y elaboración que manifiestan los textos, revela este libro: la formación en Guadalajara de una verdadera comunidad de investigación en Comunicación. La prueba de esto se halla, de una parte, en la *profundidad del debate* que sostiene cada texto con las corrientes de pensamiento que hegemonizan el ámbito peculiar de investigación en que se inscribe, haciendo explícitas las claves de su apropiación; y de otra en la *red de conversaciones* que entrelaza unos textos con otros, red quizá no visible a la primera lectura pero reconocible en la *con-textura* que emerge de las preguntas de fondo sobre las que convergen, amarrándolos, la mayoría de los textos.

Lo primero, la *profundidad del debate* en que se inscribe cada texto, podrá constatarse a través de algunos ejemplos. Así, el que sostiene el trabajo de Cecilia Cervantes tanto con los modelos teórico-metodológicos como con las metáforas epistemológicas desde las que viene siendo construida la sociología del periodismo o de la producción de noticias. Y

ello en un esfuerzo por dar cuenta no sólo de la evolución de las corrientes hegemónicas —que en éste como en otros de los “sub”-campos de la comunicación, legitimados académicamente, se sitúan en los EE.UU.— sino también de los modos de apropiación crítica de esas corrientes entre los investigadores mexicanos, señalando a la vez las mistificaciones que encubren las metáforas de la “información-espejo” de la realidad o la de la “producción” fabril de las noticias, así como las pseudo generalizaciones que introduce la falta de conocimiento empírico acerca de cómo operan internamente las empresas informativas más allá de su funcionamiento puramente organizacional. Así también, el debate de Sara Corona con los modelos de análisis que han impedido o posibilitado la emergencia cognoscitiva de los *sujetos-actores de la comunicación*: desde el reconocimiento de alguna actividad de parte del sujeto receptor al reconocimiento —frente al racionalismo ambiente que domina la mayoría de los estudios sobre recepción— del *sujeto lúdico* como figura de los modos de apropiación de lo que se oye o se ve en los medios, hasta el *sujeto enunciador* en la diversidad de las “competencias comunicativas” que hacen visibles los entrecruces de la producción discursiva de los diversos grupos sociales y culturales. O el debate abiertamente polémico y ajustador de cuentas que, desde la sociología, sostiene Enrique Sánchez con el culturalismo-moda académica y su tendencia a desvalorizar otros enfoques, empobreciendo y debilitando el campo en un tiempo en el que las transformaciones de la economía y la política, al adquirir un carácter cada día más protagónico en el mundo tecno-mediático hacen más necesario el análisis estructural de los procesos y los fenómenos comunicativos. O el debate que plantea Martha Renero al interrogar críticamente la práctica misma

de la investigación *en comunicación*, esto es la trama de poderes, prejuicios y mistificaciones que cargan la comunicación del investigador con los *informantes nativos* de las diversas comunidades hermenéuticas y sociales, a partir de la cual se genera el conocimiento.

Que en todos los textos que recoge este libro haya una apuesta por elucidar el "lugar" teórico y metodológico desde el que cada autor está haciendo investigación, y que estos textos refieran a investigaciones ya hechas, o en proceso, de todos y cada uno de los autores, es algo que prueba la existencia de esa comunidad *autopercebida* a la que aludía antes. Pero esa comunidad se hace aún más manifiesta en el segundo plano que enunciaba, esto es, el de la *red de conversaciones* que entrelaza los textos por debajo: la trama de preguntas que configuran los *nudos* de ese tejido cuando se lo mira por su *revés*.

Dado el carácter sintético de un prólogo me voy a referir únicamente al nudo más complejo, el que se sitúa en el plano de la reflexión epistemológico-metodológica, que es el que trenzan los textos de Raúl Fuentes, Rossana Reguillo y Guillermo Orozco. La pregunta de fondo podría formularse en estos términos: ¿qué constituye la especificidad cognitiva de *lo comunicativo* —qué plano o dimensión de lo real social emerge en la investigación de la comunicación— entendido no como un saber que se autoconstituye sino como *un campo de conocimiento —de problemas/objeto de conocimiento— construido en el espacio/encrucijada de las ciencias humanas y/o sociales?* Para situar en su verdadero plano lo que aquí está en juego necesito de un pequeño rodeo. Pues *encrucijada* nombra no sólo el carácter *transdisciplinario* del conocimiento acerca de lo comunicativo sino algo más de fondo: su estatuto *paradigmático*, tal y como lo han enunciado, N. Wiener

en los inicios de construcción de ese saber a fines de los años '40, y J. Habermas a finales de los años '80. Wiener ubica el estudio de la comunicación en el ámbito de las "regiones fronterizas", tanto de las ciencias sociales como de las naturales, aún más entre unas y otras, lo que implicaba que más que de una nueva disciplina, de otro saber especializado, se trataba de un nuevo modo de saber: aquel que posibilitaba *pensar comunicativamente* los comportamientos, esto es alumbrar un nuevo paradigma, semejante a la "mathesis universalis" con que Galileo buscó pensar *matemáticamente* los fenómenos. Esa fue en verdad la apuesta de Wiener, otra cosa es lo que hizo con ella su discípulo C.E. Shannon al suplantarlo la complejidad de una concepción, que ubicaba la comunicación *entre* la *comprensión* de los comportamientos y el *dominio* de los aparatos, por la eficacia operativa de una disciplina: la ciencia matemática de la información. Apuntando en la dirección trazada por Wiener —por más blasfema que pueda sonar esa asociación— Habermas busca reorientar el sentido del conocer en las ciencias sociales con otra apuesta de similar calado: su desplazamiento del paradigma de la *producción* al de la *comunicación*. Pues la sociedad *descentrada* por la desconexión entre "sistema" y "modo de vida", no es ya pensable ni *desde* la reificación del trabajo industrial alienado ni desde una "razón instrumental" en la que parecieran converger el crecimiento de la riqueza con el movimiento de la emancipación. La renovación de la teoría crítica pasa entonces por nuevos modelos de análisis de la acción social capaces de reformularla epistemológica y políticamente. Y es en esa renovación/reformulación donde el paradigma de la comunicación revela su real envergadura cognitiva.

Raúl Fuentes nos aboca explícitamente a la creciente insatisfacción que producen los, hasta ahora, infructuosos

esfuerzos por "reformular desde sus cimientos conceptuales la búsqueda de producción de conocimiento sobre la comunicación". Y coloca como clave de comprensión la pista habermasiana: "la *producción en común de sentido*, mecanismo fundamental de la socialidad humana, se ve forzada a operar instrumentalmente". A la que añade con justeza aquello que, en modo imperdonable, ha dejado por fuera Habermas: la cada día más compleja mediación de la tecnología comunicativa en las interacciones sociales. Con lo que Fuentes está haciéndose cargo de la *cuestión de fondo* a la que remite la insatisfacción de los estudiosos e investigadores del campo comunicativo: la *construcción teórica* de la comunicación se torna más compleja "conforme avanzan y se diversifican los fenómenos a explicar". De ahí la tentación acuciante de disolver esa compleja diversidad mediante su *organización* en una multiplicidad de *saberes especialistas*, con la que neutralizar lo que en la comunicación desborda el saber disciplinar/disciplinado, al que Fuentes llama *postdisciplinar*, a la vez que aquella disolución en falso de la complejidad está condenando a las Escuelas de Comunicación a confundir la comunicación en cuanto *campo de conocimiento* con el *mercado laboral-profesional* de los comunicadores. La argumentación de Fuentes es decisiva: si la comunicación *social* se diferencia de la información en su imposible reducción al intercambio de mensajes, pues lo que constituye su especificidad *socio-cognitiva* es la *producción en común de sentido*, entonces necesitamos desplazar "epistemológica y metodológicamente el foco del análisis comunicativo":

a) Hacia la *institucionalización discursiva, político-económica y legal* de la interacción social, que corresponde a la dimensión *agencial* en la teoría de la *constitución de lo social* según A. Giddens.

b) Hacia la *construcción de las identidades sociales de los sujetos* en cuanto “agentes” de las interacciones comunicativas. De ahí que para Fuentes no sea posible investigar la comunicación separando el análisis de la producción (objetiva) de información del análisis de la significación (subjetiva) de la comunicación, lo que a todas luces resulta incompatible con el afán de *disciplinar* el estudio de los procesos de comunicación.

En el texto de Rossana Reguillo nos encontramos con una preocupación epistemológica convergente con la de Fuentes, al mismo tiempo que se diferencia de aquélla en su hallarse ligada a un espacio/tiempo, el urbano, y en su traducirse a —¿efectos del género sobre la práctica discursiva?— una detallada propuesta de reestructuración de lo que implica pensar la comunicación como ámbito de *cambios en la socialidad*. La creciente investigación de la comunicación *desde la ciudad* significa para Reguillo una búsqueda estratégica de recuperar para los estudios de comunicación “la dimensión social de los medios” esto es su capacidad de “gestión de las creencias y la política, no sólo al instaurar un régimen de verosimilitud sino al operar como verdaderos dispositivos de representación social para los ciudadanos”. La creciente visibilidad de “lo urbano” apunta entonces a “la transformación en los modos de pensar y enseñar la comunicación”, transformación que pasa a su vez por el replanteamiento de “muchas de las preguntas que se daban por respondidas”. Es desde esa recuperación de la dimensión social, y ese desplazamiento de las preguntas, que es hoy posible trazar una nueva agenda teórico-metodológica de investigación de la comunicación en la que quepan:

a) La reconfiguración *antropológica de los usos del espacio* a partir del evidente repliegue de la ciudadanía hacia lo

privado como resultado de la transformación del espacio público —esto es de comunicación: “espacio de la palabra colectiva y el encuentro”— en espacio *instrumental*, de mera circulación o conexión.

b) La reorganización *política de los discursos sociales* a partir, por un lado, de la proliferación de discursos totalitarios e intolerantes, centrados “en la recuperación de lo perdido: la familia, los valores religiosos, el nacionalismo” y agenciadores de prácticas cotidianas de “cerramiento del sentido y exclusión de la diversidad” , y de otro, la emergencia de discursos y prácticas horizontales que buscan “nuevos acuerdos intersubjetivos, la negociación frente a la confrontación”; la comunicabilidad urbana se torna así incomprendible por fuera de los proyectos —excluyentes/inclusivos— en disputa, por fuera de la instrumentalización política de los imaginarios del miedo movilizados por la tensión entre inseguridad o vulnerabilidad/confiabilidad, y de esa otra tensión entre la levedad de la *telépolis*, la ciudad de los circuitos y redes informáticas, y el espesor de la *sociópolis*, la ciudad a la que dan vida, cuerpo y forma, los cientos de pequeñas agrupaciones ciudadanas que, activando sus precarias pero eficientes redes de comunicación, hacen contrapeso a las pesadas burocracias estatales y su ejercicio excluyente del poder.

c) La densificación *cotidiana de la comunicabilidad mediática* —mezcla de la comunicación posible y la incomunicación real— operando en cuanto conjunto de dispositivos de visibilización de ciertos temas-problemas (una agenda) e invisibilización de otros, pero también en cuanto ágora contemporánea de debate colectivo, y en cuanto mecanismo reductor de la complejidad de lo social, pero también en cuanto dispositivo dinamizador de la acción y la gestión colectivas.

d) El desencantamiento *simbólico de la política* alimentando el reencantamiento de las religiosidades salvíficas tanto para el otro mundo como para éste, “la explosión de ofertas de salvación” rentabilizando la obsesión con, y la proliferación de, las “narrativas del miedo y la incertidumbre”, a la vez que legitiman la estigmatización social y moral de los pobres, los indígenas, los jóvenes, los homosexuales, etc.

Guillermo Orozco introduce un replanteamiento radical del concepto de *recepción*, de su “insuficiencia epistemológica” a la hora de dar cuenta de la complejidad que presenta la *televidencia*, esto es la multidimensionalidad de las interacciones que movilizan las diversas espacialidades y temporalidades desde las que el sujeto individual y colectivo procesa los discursos y las narrativas, las mitologías y los imaginarios del telever. Y la necesidad entonces de replantear el sentido que adquiere la búsqueda del rigor metodológico, la consecución de “la evidencia empírica adecuada” cuando ella no opera sobre un solo nivel de pertinencia cognitiva sino sobre una multiplicidad de niveles de los cuales debe hacerse cargo el análisis. Para lo cual, al ya reconocido mapa de *mediaciones* propuesto desde los inicios de los años noventa —tecnológica, cognoscitiva, situacional, institucional, de referencia— y reelaborado sucesivamente, Orozco añade ahora una conceptualización de la *televidencia* en tres planos: el de la *institucionalidad* televisiva en cuanto agenciadora de mediaciones cognitivo-ideológicas, el de la *mediacidad* entendida como el conjunto de géneros y formatos desde los que cada medio interpela a la audiencia, y el de la *tecnicidad* en cuanto conjunto de pautas y “guiones” que delimitan la competencia comunicativa de cada medio. La propuesta tanto teórica como metodológica de Orozco es

en verdad una apuesta por *des-localizar* la interacción de los sujetos, individuales y colectivos, del espacio pensable tanto desde la categoría de "efecto" como de "contacto" para *re-ubicar* esa interacción en la multidimensionalidad de territorios y temporalidades físicos y simbólicos, de racionalidades y emocionalidades, actitudes y expectativas por los que atraviesa el procesamiento cotidiano del telever. Lo que la *apuesta de complejización*, elaborada por Orozco, saca a flote —apelando explícitamente al conocimiento *abductivo*— es la inconmensurable estrechez de la concepción racionalista que está en el fondo de los modelos legitimados por la academia tanto del norte como del sur, y contra la que se viene luchando desde la apuesta de G. Bateson por "pensar el doble vínculo" a la de E. Morin por el "pensamiento complejo" o la de Maturana por un "conocimiento sensorial".

Leído desde el doble registro que propongo —y desde el que me aproximo sólo a algunos de los textos que recoge este libro recortando así parte de su riqueza— lo que es innegable es que *investigar la comunicación* se ha convertido en un "lugar" estratégico de re-imaginación del sentido y el alcance del *pensar crítico* tanto en su relación epistemológica como en su inserción política en nuestras sociedades. Pues no es sólo la velocidad de los cambios tecnológicos la que nos mueve constantemente el terreno en que se apoyan nuestras certezas y búsquedas teóricas, es también mucho de lo que, en la incertidumbre que acarrea la mutación de época que experimentamos, pasa por el des-ordenamiento cultural y el des-moronamiento moral que produce la *racionalidad comunicacional* en su mediar estructuralmente el devenir mercado de lo social. Todo ello hace evidente la imposibilidad de tomar en serio los desafíos que implica hoy *investigar la comunicación* por fuera de vivas y arriesgadas comunidades de

investigadores capaces de articular, contra el inmediatismo y la prisa de "lo actual", memorias largas e imaginación creativa.

Contra el abaratamiento intelectual y las inercias que aplanan mucha de la vida académica de nuestras Escuelas de Comunicación, cooptadas cada día más imperiosa y sagazmente por las lógicas del mercado, el "Grupo de Guadalajara" está logrando comunicar, *poner en común*, la producción de conocimiento y de sentido sin las que no hay investigación, y es por eso que está emergiendo como una de las pocas comunidades investigativas de Latinoamérica en el campo de la comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- Achugar H. y F. Bustamante, "Mercosur: intercambio cultural y perfiles de un imaginario", en N. García Canclini (Coord.), *Culturas en globalización. América Latina-Europa-Estados Unidos*, Nueva Sociedad, Caracas, 1996.
- Adorno T., *Teoría estética*, Taurus Madrid, 1980.
- Adorno T.W., y M. Horkheimer, *Dialéctica del iluminismo*, Sur, Buenos Aires, 1971.
- Alfaro R.M^a, "Modelos radiales y procesos de popularización de la radio", *Contratexto*, N° 1, Lima, 1985.
- , *De la conquista de la ciudad a la apropiación de la palabra*, Tarea, Lima, 1987.
- Alfaro R.M^a y otros, *Cultura de masas y cultura popular en la radio peruana*, Calandria/Tarea, Lima, 1990.
- Alfaro R.M^a y otros, *Los medios, nuevas plazas para la democracia*, Calandria, Lima, 1995.
- Alfaro R.M^a y otros, *Redes solidarias, culturas y multimedialidad*, OCIC-AL/Uclap, Quito, 1998.
- Alfonzo A., *Televisión de servicio público y televisión lucrativa en América Latina*, Doc. Ministerio de la Cultura, Caracas, 1990.
- Anderson B., *Comunidades imaginadas*, Fondo de Cultura Económica, México, 1993.
- Aprile-Gniset J., "La cuestión urbana hoy: balance, tendencias y perspectivas", en VV.AA., *La problemática urbana hoy en Colombia*, Cinep, Bogotá, 1982.
- Aramus P., (Comp.), *Mundo urbano y cultura popular*, Sudamericana, Buenos Aires, 1990.
- Arendt H., *La condición humana*, Paidós, Barcelona, 1993.
- Arguedas J.M., *Formación de una cultura nacional indoamericana*, Siglo XXI, México, 1977.
- Aries Ph., *L'Enfant et la vie familiale sous l'Ancien Régime*, Plon, París, 1960.

- Augé M., *Los "no lugares". Espacios de anonimato*, Gedisa, Barcelona, 1993.
- Augé M., *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*, Gedisa, Barcelona, 1995.
- Bajtín M., *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento*, Seix Barral, Barcelona, 1974.
- Balandier G., *El poder en escenas. De la representación del poder al poder de la representación*, Paidós, Barcelona, 1994.
- Barcelona P., *Lo spazio della politica. Tecnica e democrazia*, Editori Reuniti, Roma, 1993.
- Barlozzetti G., (Ed.), *Il Palinsesto: testo, apparati y generi della televisione*, Franco Angeli, Milano, 1986.
- Barthes R., *Lección inaugural*, *College de France*, fragmentos publicados en *Le Monde*, París, enero 10 de 1977.
- Barthes R., "Estructura del suceso", en *Ensayos críticos*, Seix Barral, España, 1983.
- Bassand M. y otros, *Culturas y regiones en Europa*, Ecos-Tau, Barcelona, 1990.
- Baudrillard J., en VV.AA., *Los objetos*, Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1971.
- , *La société de consommation*, Gallimard, París, 1974.
- , *A la sombra de las mayorías silenciosas*, Barcelona, Kairós, 1978.
- Bauman Z., *Legisladores e intérpretes. Sobre la modernidad, la postmodernidad y los intelectuales*, Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, 1997.
- Bejarano J., Fals Borda y otros, *Once ensayos sobre la violencia*, Cerec, Bogotá, 1985.
- Beltrán L.R., *La investigación en comunicación en Latinoamérica: ¿indagación con anteojeas?*, Caracas, 1976.
- , *Premisas y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en Latinoamérica*, mimeo, Caracas, 1976.
- Beltrán L.R. y J. Reyes, "Radio popular en Bolivia: la lucha de obreros y campesinos para democratizar la comunicación", *DÍA-LOGOS de la Comunicación*, N° 35, Lima.
- Benjamin W., *Discursos interrumpidos*, Taurus, Madrid, 1982, vol I.
- Bhabha H., *Nation and narration*, Routledge, London, 1990.
- Bory J.L., *Eugene Sue, dandy mais socialiste*, París, 1973.
- Bosco Pinto J., *La comunicación participatoria como pedagogía del cambio: fundamentos epistemológicos*, CIESPAL, Quito, 1998.

- Bourdieu P., *La distinción. Critique social du jugement*, Minit, París, 1979. Traducido al español por Taurus, Madrid, 1998.
- Bourdieu P. y J.C. Passeron, *La reproducción. Element pour une théorie du système de l'enseignement*, Minit, París, 1970. Traducido al español por Laya, Barcelona, 1977.
- Brünner J.J., *La cultura como objeto de políticas*, Flacso, Santiago de Chile, 1985.
- , *Notas sobre cultura popular, industria cultural y modernidad*, Flacso, Santiago de Chile, 1985.
- , "Existe o no la modernidad en América Latina", *Punto de vista*, N° 31, Buenos Aires, 1987.
- , *El nuevo pluralismo educacional en América Latina*, Flacso, Santiago de Chile, 1991.
- , "Fin o metamorfosis de la escuela", *David y Goliath*, N° 58, Buenos Aires, 1991.
- , *Bienvenidos a la modernidad*, Planeta, Santiago de Chile, 1994.
- , *Cartografías de la modernidad*, Dolmen, Santiago de Chile, 1995.
- Brünner J.J., C. Catalán y A. Barrios, *Chile: transformaciones culturales y conflictos de la modernidad*, Flacso, Santiago de Chile, 1989.
- Brünner J.J. y G. Sunkel, *Conocimiento, sociedad y política*, Flacso, Santiago de Chile, 1993.
- Brunori V., *Sueños y mitos en la literatura de masas*, Gustavo Gili, Barcelona, 1980.
- Brzezinski Z., *La era tecnocrática*, Sudamericana, Buenos Aires, 1972.
- Burgelin O., *La communication de masse*, SGPP, París, 1970.
- Cacciari M., *Geofilosofía de Europa*, Adelphi, Milano, 1994.
- Cacciari M., *El archipiélago. Figuras del otro en Occidente*, Eudeba, Buenos Aires, 1999.
- Calderón F. y otros, "Esa esquivada modernidad: desarrollo, ciudadanía y cultura en América Latina y el Caribe", *Nueva Sociedad*, Caracas, 1996.
- Caletti R.S., "El nuevo orden informativo: un fantasma del viejo pasado", en *Comunicación y Cultura*, N° 11, México, 1985.
- , "Comunicación, cambio social y democracia" en J. Esteinou (Ed.), *Comunicación y democracia*, Coneic, México, 1989.
- Canevacci M., *La città polifónica. Saggio sull'antropologia della comunicazione urbana*, Seam, Roma, 1997.

- Cantor Magnani J.G., *A festa no pedaço. Cultura popular e lazer na cidade*, Brasiliense, São Paulo, 1984.
- Castells M., "El nuevo entorno tecnológico de la vida cotidiana", en *El desafío tecnológico*, Alianza, Madrid, 1986.
- , *La ciudad y las masas: sociología de los movimientos sociales urbanos*, Alianza, Madrid, 1986.
- , *La era de la información*, Alianza, Madrid, 1997, vol. I.
- Castells M. y R. Laserna, "La nueva dependencia: cambio tecnológico y reestructuración socioeconómica", *David y Goliath*, N° 55, Buenos Aires, 1989.
- Castoriadis C., *La experiencia del movimiento obrero*, Tusquets, Barcelona, 1979, 2 vols.
- Castro S., O. Guardiola y C. Millán, (Eds.), *Pensar en los intersticios*, Instituto Pensar, Bogotá, 1999.
- Casullo N., "Reflexiones sobre la transnacionalización de la cultura" en *Comunicación transnacional: conflicto político y cultural*, Desco, Lima, 1982.
- , "Argentina: el rock en la sociedad política", *Comunicación y Cultura*, N° 12, México, 1984.
- Casullo N. y otros, *Comunicación: la democracia difícil*, Ilet, Buenos Aires, 1986.
- Catalán C. y G. Sunkel, *Algunas tendencias en el consumo de bienes culturales en América Latina*, Flacso, Santiago de Chile, 1992.
- Cazeneuve J., *Sociología del rito*, Amorrortu, Buenos Aires, 1972.
- Cervantes C. y E. Sánchez Ruiz, (Coords.), *Investigar la comunicación. Propuestas latinoamericanas*, Alaic/Universidad de Guadalajara, México, 1994.
- Chambers I., *Migración, cultura e identidad*, Amorrortu, Buenos Aires, 1995.
- Chamley M.V., *Periodismo informativo*, Troquel, Buenos Aires, 1976.
- Chartier R., *Lectures et lecteurs dans la France de l'Ancien Régime*, Du Seuil, París, 1987.
- , *Les usages de l'imprimé (XV-XIX siècles)*, Fayard, París, 1987.
- , "Du Codex à l'Écran: les trajectoires de l'écrit", en *Pour une nouvelle économie du savoir*, Presses Universitaires de Rennes, 1994.
- , *Culture écrite et société. L'ordre des livres*, Albin Michel, París, 1996.
- Chartron G., (Dir.), *Pour une nouvelle économie du savoir*, Presses Universitaires de Rennes, 1994.

- Cirese A.M., "Intelectuales, folklores e instinto de clase", en *Ensayos sobre las culturas subalternas*, Cuadernos de la Casa Chata, México, 1980.
- Coccatto M., "Apuntes para una historia de la telenovela venezolana", *Videoforum*, Nº 1, 2 y 3, Caracas, 1985.
- Colombo F., *Televisión: La realidad como espectáculo*, Gustavo Gili, Barcelona, 1976.
- , *Rabia y televisión*, Gustavo Gili, Barcelona, 1983.
- Cortina A., *Ciudadanos del mundo*, Alianza, Madrid, 1997.
- Cruces F., *Las transformaciones de lo público: Imágenes de protesta en la Ciudad de México*, UAM Iztapalapa, México, 1995.
- D'Alessio L., "Desin/Re-sing", en *Através*, São Paulo, 1982.
- , "Do mundo como imagen à imagen do mundo", en M. Santos y otros, *Territorio: globalização e fragmentação*, Huicitec, São Paulo, 1996.
- Da Matta R., *Carnavais, malandros, herois*, Zahar, Río de Janeiro, 1981.
- , *A casa e a rua: Espaço cidadania, mulher e morte no Brasil*, Brasiliense, São Paulo, 1985.
- Darmon J.J., "Lecture rurale et lecture urbaine", en *Le roman Feuilleton*, Revue Europe, París, 1974.
- Davignaud J., *Spectacle et société*, Denoel, París, 1970.
- Debord, G., *La société du spectacle*, Champ Libre, París, 1971.
- Debray R., *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*, Paidós, Barcelona, 1992.
- De Certeau M., *L'invention du quotidien-Arts de faire*, UGE, París, 1980.
- De Certeau M., L. Girard y P. Mayol, *L'invention du quotidien 2: habiter, cuisiner*, Gallimard, París, 1994.
- De Ipola E., *Ideología y discurso populista*, Folio, Buenos Aires, 1982.
- Deleuze G. y F. Guatari, *Anti-Edipo: capitalismo y esquizofrenia*, Seix Barral, Barcelona, 1974.
- De Moragas M., "Perspectiva semiótica de la comunicación radiofónica" en *Semiótica y comunicación de masas*, Ediciones 62, Barcelona, 1976.
- , *Opinión pública y transformaciones en el uso de los medios, mimeo*, Barcelona, 1984.
- , (Ed.), *Sociología de la comunicación de masas*, Gustavo Gili, Barcelona, 1985, 4 vols.
- , "Identitat cultural, espais de comunicació y participació democrática. Una perspectiva desde Catalunya y Europa" en

- Comunicació social e Identitat cultural*, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 1988.
- , "FR3 regions: du local o transfrontier" en *Dossiers de l'audiovisuel*, N° 33, París, 1990.
- Derrida J., *De la Grammatología*, Siglo XXI, Buenos Aires, 1971.
- DÍA-LOGOS de la Comunicación. Proyecto que se elaboró a partir del texto "La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana" *DÍA-LOGOS de la Comunicación*, N° 17, Lima, 1987.
- DÍA-LOGOS de la Comunicación. "Teoría/investigación/producción en la enseñanza de la comunicación", *DÍA-LOGOS de la Comunicación*, N° 28, Lima, 1989.
- Documento *Fundamentación teórica de la carrera de comunicación social*, UAM-Xochimilco, México, 1979.
- Dos Santos Th., "A globalizaçao reforça as particularidades", en Th. dos Santos y otros, *Territorio: globalizaçao e fragmentaçao*, Huicitec, São Paulo, 1996.
- Dufrenne M., *L'Art de masse n' existe pas*, UGE, París, 1974.
- Durham E., "A pesquisa antropológica con populações urbanas: problemas e perspectivas", en *A aventura antropológica*, Paz e Terra, São Paulo, 1986.
- Echeverría J., *Telópolis*, Destino, Barcelona, 1994.
- , *Cosmopolitas domésticos*, Anagrama, Barcelona, 1995.
- , *Itinerario y metáforas: Agorazein*, Universidad Nacional, Medellín, 1995.
- Eco U., *Socialismo y consolación*, Tusquets, Barcelona, 1970.
- , "La multiplicación de los media", en *Cultura y nuevas tecnologías*, Procesos, Madrid, 1986.
- Entel A., (Dir.), *Constelaciones de la Comunicación*, N° 1, año 1, Fundación Walter Benjamin, Buenos Aires, 2000.
- Entel A. y otros, *Las industrias culturales*, Felafacs/Opción.
- Fabri P., "La comunicazioni di massa in Italia: sguardo semiótico e malocchio de la sociologia", *Versus*, N° 5, Milano, 1973.
- , *Poétique*, N° 19, 1974, monográfico.
- Faletto E., "Estilos alternativos de desarrollo y opciones políticas", en *América Latina: desarrollo y perspectivas democráticas*, Flacso, Costa Rica, 1982.
- Faye J.P., *Théorie du récit*, Herman, París, 1972.
- Ferrer C., "Taenia saginata o el veneno en la red", *Nueva Sociedad*, N° 140, Caracas, 1995.

- Ferry J.M., D. Wolton y otros, *El nuevo espacio público*, Gedisa, Barcelona, 1992.
- Festa R. y L.F. Santoro, "A terceira idade da TV: o local e o internacional", en *Rede imaginaria*, C. das Letras, São Paulo, 1990.
- Filums D., (Comp.), *Los noventa: política, sociedad y cultura en América Latina*, Flacso/Eudeba, Buenos Aires, 1999.
- Findji M.T., *Relación de la sociedad colombiana con las sociedades indígenas*, Medellín, 1980.
- Flisfisch A. y otros, *Problemas de la democracia y la política en América Latina*, Flacso, Santiago de Chile, 1988.
- Ford A., *Navegaciones: comunicación, cultura y crisis*, Amorrortu, Buenos Aires, 1994.
- Foucault M., *El orden del discurso*, Tusquets, Barcelona, 1970.
- , *Nietzsche, Freud, Marx*, Anagrama, Madrid, 1971.
- , *Un diálogo sobre el poder*, Alianza, Madrid, 1981.
- Fox E., "Comunicación y sociedad civil: un tema incipiente", *Crítica y utopía*, N° 7, Clacso, Buenos Aires, 1982.
- , (Ed.), *Medios de comunicación y política en América Latina*, Gustavo Gili, Barcelona, 1989.
- Fox E. y H. Schmucler, (Comps.), *Comunicación y democracia en América Latina*, Desco/Clacso, Lima, 1982.
- Fuentes R., *La comunidad desapercibida. Investigación e investigadores de la comunicación en México*, Coneic/Iteso, México, 1991.
- , *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina*, Felafacs/Coneic, México, 1992.
- , "La investigación de la comunicación: ¿hacia una postdisciplinarietà en las ciencias sociales?", en J. Lameiras y J. Galindo (Eds.), Iteso, Guadalajara, México, 1994.
- Fuenzalida V., *Ámbitos y posibilidades en la recepción activa*, Santiago de Chile, 1985.
- Galpering H., "Las industrias culturales en los acuerdos de integración regional", *Comunicación y sociedad*, N° 31, Guadalajara, México.
- García A., "¿Puede existir una ciencia social latinoamericana?", revista *Chasqui*, N° 1, Quito.
- García Canclini N., *Las culturas populares en el capitalismo*, Nueva Imagen, México, 1982.
- , "Lo nacional y lo popular en las políticas culturales", *Chasqui*, N° 7, Quito, 1983.
- , *Cultura y poder: ¿dónde está la investigación?*, ENAH, México, 1985.

- , (Edit.), *Políticas culturales en América Latina*, Grijalbo, México, 1987.
- , *Cultura transnacional y culturales populares*, Ipal, Lima, 1988.
- , *Culturas híbridas*, Grijalbo, México, 1990.
- , (Comp.), *Cultura y postpolítica*, Conaculta, México, 1991.
- , (Coord.), *El consumo cultural en México*, Conaculta, México, 1993.
- , (Coord.), *Los nuevos espectadores: Cine, televisión y video en México*, Conaculta/Imcine, México, 1994.
- , *Consumidores y ciudadanos*, Grijalbo, México, 1995.
- , "Políticas e integración norteamericana: una perspectiva desde México" en N. García Canclini (Coord.), *Culturas en globalización. América Latina-Europa-Estados Unidos*, Nueva Sociedad, Caracas, 1996.
- , (Coord.), *Cultura y comunicación en la Ciudad de México*, Grijalbo, México, 1998.
- , *La globalización imaginada*, Paidós, Barcelona, 1999.
- , "Políticas culturales: de las identidades nacionales en el espacio latinoamericano", en N. García Canclini y C. Moneta, *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, UNESCO/Grijalbo, México, 1999.
- Garretón M.A., *La faz sumergida del iceberg. Estudios sobre la transformación cultural*, Lom/Cesoc, Santiago de Chile, 1994.
- Getino O., (Comp.), *Cine latinoamericano, economía y nuevas tecnologías*, Legasa, Buenos Aires, 1989.
- Getino O., *El impacto del video en el espacio latinoamericano*, IPAL, Lima, 1990.
- Getino O., *La tercera mirada: panorama del audiovisual latinoamericano*, Paidós, Buenos Aires, 1996.
- Giddens A., *Consecuencias de la modernidad*, Alianza, Madrid, 1994.
- Gilard J., *Veinte y cuarenta años de algo peor que la soledad*, Nueva Época, Bogotá, 1988.
- Giménez G., y R. Pozas, (Coords.), *Modernización e identidades sociales*, UNAM, México, 1994.
- Giraldo F. y H.H. López, "La metamorfosis de la modernidad", en *Colombia: el despertar de la modernidad*, Foro, Bogotá, 1991.
- Goldman I., *La creación cultural en la sociedad moderna*, Fontamara, Madrid, 1980.
- Gómez Mont C. (Coord.), *La metamorfosis de la TV*, Universidad Iberoamericana, México, 1996.

- Gonzaga Motta L., "Crítica a las políticas de comunicación", *Comunicación y Cultura*, N° 7, México, 1982.
- González J., *Las vetas del encanto. Por los veneros de la producción mexicana de telenovelas*, Universidad de Colima, México, 1990.
- González M., (Ed.), *Video, tecnología y comunicación popular*, IPAL/CIC, Lima, 1989.
- Gramsci A., "Concepto de 'nacional-popular'" en *Cultura y Literatura*, Editorial Península, Barcelona, 1977.
- Grimson A., (Comp.), *Fronteras, naciones e identidades. La periferia como centro*, Ciccus/La Crujía, Buenos Aires, 2000.
- Grossberg L., C. Nelson, P. Treichler, *Cultural Studies*, Routledge, New York, 1992.
- Gruzinski S., *La guerra de las imágenes*, Fondo de Cultura Económica, México, 1994.
- Gubern R., "Fascinación tecnológica o apocalipsis de la sociedad industrial", *Papeles de comunicación*, N° 1, Madrid, 1982.
- , *El simio informatizado*, Fundesco, Madrid, 1987.
- Guevara G. y N. García Canclini, *La educación y la cultura ante el Tratado de Libre Comercio*, Nueva Imagen, México, 1992.
- Gutiérrez L., y L.A. Romero, *Sectores populares y cultura política*, Sudamericana, Buenos Aires, 1985.
- Habermas J., *Historia y crítica de la opinión pública*, Gustavo Gili, Barcelona, 1981.
- , *Ciencia y técnica como ideología*, Tecnos, Madrid, 1986.
- , *Teoría de la acción comunicativa. Complementos y estudios previos*, Cátedra, Madrid, 1989.
- Harvey D., "The experience of space and time" en *The condition of Postmodernity*, Basil Blackwell, Cambridge, 1989.
- Heidegger M., "La pregunta por la técnica" en *Filosofía, ciencia y técnica*, Editorial Universitaria, Santiago de Chile, 1997.
- Hobsbawn E.J., *Rebeldes primitivos*, Ariel, Barcelona, 1974.
- Hoggart R., *The Uses of Literacy*, Penguin, Londres, 1972.
- Hopenhayn M., *Ni apocalípticos ni integrados*, Fondo de Cultura Económica, Santiago de Chile, 1994.
- , "La enciclopedia vacía: desafíos del aprendizaje en tiempo y espacio multimedia", *Nómadas*, N° 9, Bogotá, 1998.
- Ianni O., *Teorías de la globalización*, Siglo XXI, México, 1996.
- , *A era do globalismo*, Civilização brasileira, Río de Janeiro, 1997.

- Ibáñez J., "Del continente al archipiélago", en *Por una sociología de la vida cotidiana*, Siglo XXI, Madrid, 1994.
- Informe final del Seminario *La investigación de la comunicación en América Latina*, CIESPAL, Costa Rica, 1973.
- Informe de la Reunión de consulta *Investigación en comunicación para el desarrollo rural en Latinoamérica*, CIID, Bogotá, 1976.
- Informe final de la Reunión de expertos *Investigación en comunicación en América Latina*, UNESCO, Panamá, 1978.
- Informe *Los problemas de la comunicación en la sociedad moderna*, UNESCO, París, 1978.
- Jauss H.R., "Pequeña apología de la experiencia estética", *Eco*, N° 224, Bogotá, junio, 1980.
- Joseph Y., *El transeúnte y el espacio urbano*, Gedisa, Barcelona, 1988.
- Katz E. y otros, "Usos y gratificaciones de la comunicación de masas", en M. de Moragas (Ed.), *Sociología de la comunicación de masas*, Gustavo Gili, Barcelona, 1985.
- Kristeva J., *Semeiotiké*, Du Seuil, París, 1969.
- Kymlicka W., *Ciudadanía multicultural*, Paidós, Barcelona, 1996.
- Lacan J., "Fontion et champ de la parole du langage en psychanalyse, en *Écrits*, vol. I, Du Seuil, París, 1971.
- Laclau E. y Ch. Mouffe, *Hegemonía y estrategia socialista*, Siglo XXI, Madrid, 1998.
- Landi O., *Crisis y lenguajes políticos*, Cedes, Buenos Aires, 1984.
- , *Reconstrucciones: las nuevas formas de la cultura política*, Punto Sur, Buenos Aires, 1988.
- , "La política en las culturas de la imagen", en *Devórame otra vez: qué hizo la televisión con la gente, qué hace la gente con la televisión*, Planeta, Buenos Aires, 1992.
- , "Proposiciones sobre la videopolítica", en *Política y comunicación: ¿hay un lugar para la política en la cultura mediática?*, en H. Schmucler y M^oC. Mata (Coords.), Catálogos, Córdoba, 1992.
- , *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente, qué hace la gente con la televisión*, Planeta, Buenos Aires, 1992.
- Lapoujade M^aN., (Coord.), *Espacios imaginarios*, UNAM, México, 1999.
- Lauer M., *Crítica de la artesanía. Plástica y sociedad en los Andes peruanos*, Desco, Lima, 1982.
- Lazarsfeld P. y otros, *El Pueblo elige. Cómo decide el pueblo en una campaña electoral*, Edhasa, Buenos Aires, 1962.

- Lechner N., "Para un análisis político de la información", *Crítica y utopía*, N° 7, Buenos Aires, 1982.
- , "La democratización en el contexto de una cultura postmoderna", en *Cultura política y democratización*, Flacso, Santiago de Chile, 1987.
- , (Comp.), *Cultura política y democratización*, Flacso/Clacso, Santiago de Chile, 1988.
- , "Un desencanto llamado postmoderno", *Punto de vista*, N° 33, Buenos Aires, 1988.
- , *Los patios interiores de la democracia*, Fondo de Cultura Económica, Santiago de Chile, 1990.
- , "América Latina: la visión de los científicos sociales", *Nueva Sociedad*, N° 139, Caracas, 1995.
- Llorens Amico J.A., *Música Popular en Lima: criollos y andinos*, IEP, Lima, 1983.
- Maffesoli M., "La hipótesis de la centralidad subterránea", *DIALOGOS de la Comunicación*, N° 23, Lima, 1989.
- , *El tiempo de las tribus: el declive del individualismo en la sociedad de masas*, Icaria, Barcelona, 1990.
- , *La contemplation du monde*, Grasset, París, 1993.
- Magnani J.G., *Mystica urbe. Um estudo antropológico sobre o circuito neo-esotérico na metrópoli*, Studio Nobel, Sao Paulo, 1999.
- Magnani J.G. y De Lucca L., (Orgs.), *Na metrópoli. Textos de antropología urbana*, Usp/Fapesp, São Paulo, 1996.
- Manzini E., *Artefacts. Vers une nouvelle écologie de l'environnement artificiel*, Centre Pompidou, París, 1991.
- Marcus G. y M. Fhischer, *Anthropology as Cultural Critique*, The University of Chicago Press, Chicago, 1986.
- Marcuse H., *Cultura y sociedad*, Sur, Buenos Aires, 1969.
- , *El hombre unidimensional*, Ariel, España, 2000.
- Margulis M. y otros, *La cultura de la noche. Vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires*, Espasa Hoy, Buenos Aires, 1994.
- Marques de Melo J., (Coord.), *Comunicación latinoamericana: Desafíos de la investigación para el siglo XXI*, Alaic/USP, São Paulo, 1992.
- Martín-Barbero J., "El debate latinoamericano sobre comunicación masiva", en *Comunicación masiva: discurso y poder*, CIESPAL, Quito, 1978.
- , *La investigación en las facultades de comunicación: una experiencia y un proyecto*, mimeo, México, 1979.

- , "Prácticas de comunicación en la cultura popular", en M. Simpson (Coord.), *Comunicación alternativa y cambio social en América Latina*, UNAM, México, 1981.
- , "Memoria narrativa e industria cultural", *Comunicación y Cultura*, N° 10, México, 1983.
- , "Comunicación pueblo y cultura en el tiempo de las transnacionales", en M. de Moragas, *Sociología de la comunicación de masas*, Gustavo Gili, Barcelona, 1985, vol. IV.
- , *Apuntes para una historia de las matrices culturales de la massmediación*, Ipal, Lima, 1987.
- , *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Gustavo Gili, Barcelona, 1987. Traducido al inglés: *Communication, Culture and Hegemony*, Sage, London, 1990.
- , "Euforia tecnológica y malestar en la teoría", *DÍA-LOGOS de la Comunicación*, N° 20, Lima, 1988.
- , "Identidad, comunicación y modernidad", *Contratexto*, N° 4, Lima, 1989.
- , "La ciudad: entre medios y miedos", en *Imágenes y reflexiones de la cultura en Colombia*, *Gaceta de COLCULTURA*, N° 8, Bogotá, 1990.
- , "Dinámicas urbanas de la cultura", *Gaceta de COLCULTURA*, N° 12, Bogotá, 1991.
- , (Coord.), *Recepción, uso de medios y consumo cultural*, *DÍA-LOGOS de la Comunicación*, N° 30, Lima, 1991.
- , "El tejido comunicativo de la democracia", *Telos*, N° 27, Madrid, 1994.
- , "Mediaciones urbanas y nuevos escenarios de comunicación", *Sociedad*, N° 5, Buenos Aires, 1994.
- , "Nuevos modos de leer", en *Revista de Crítica Cultural*, N° 7, Santiago de Chile, 1996.
- Martín-Barbero J. y S. Muñoz, *Televisión y melodrama*, Tercer Mundo, Bogotá, 1992.
- Martín Serrano M., *La mediación social*, Akal, Madrid, 1977.
- Mata M^aC., "Cuando la comunicación puede ser sentida como propia, una experiencia de radio popular", en *Comunicación y culturas populares*, Gustavo Gili, México, 1987.
- , *Radios, públicos populares e identidades sociales*, mimeo, Córdoba, Argentina, 1987.
- , "Radios y públicos populares", *DÍA-LOGOS de la Comunicación*, N° 19, Lima, 1988.

- , “Entre la plaza y la platea” en H. Schmucler y M^aC. Mata (Coords.), *Política y comunicación: ¿hay un lugar para la política en la cultura mediática?*, Catálogos, Córdoba, 1992.
- , “Interrogaciones sobre el consumo mediático”, en *Nueva Sociedad*, N^o 140, Caracas, 1995.
- Mattelart A., *La ideología de la dominación en una sociedad dependiente*, Signos, Buenos Aires, 1970.
- , *Medios de comunicación: mito burgués vs. lucha de clases*, mimeo, 1972.
- , *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, Siglo XXI, México, 1973.
- , “Notas al margen del imperialismo cultural”, *Comunicación y Cultura*, N^o 6, México, 1979.
- , *Comunicação, hegemonia e contrainformação*, Intercom, São Paulo, 1982.
- Mattelart A. y M. Mattelart, “Le declin des macro-sujets”, en *Penser les médias*, La Découverte, París, 1986. Traducido al español por Fundesco, 1988 y por LOM Ediciones, Santiago de Chile, 2000.
- , en *Le carnaval de las images*, La Documentation Française, París, 1987. Traducido al español por Akal, Madrid, 1988.
- Mattelart A. y H. Schmucler, *América Latina en la encrucijada telemática*, Paidós, Barcelona, 1983.
- Mattelart M., *La Culture contre la démocratie?*, La Decouverte, París, 1984. Edición en español: *¿La cultura contra la democracia?*, Editorial Mitre, Barcelona, 1985.
- Mauss M., *Sociología y antropología*, Tecnos, Madrid, 1971.
- Mazziotti N., *La industria de la telenovela*, Paidós, Buenos Aires, 1996.
- McLuhan M., *La comprensión de los medios*, Diana, México, 1969.
- , *La galaxia Gutenberg*, Planeta/Agostini, Barcelona, 1981.
- Mead M., *Cultura y compromiso*, Granica, Barcelona, 1971.
- Mendes C., *El mito del desarrollo*, Kairós, Barcelona, 1977.
- Metz C., *Langage et cinema*, Larousse, París, 1971.
- Meyrowitz J., “La télévision et l’integration des enfants: la fin du secret des adultes”, *Reseaux*, N^o 74, París, 1995.
- Miceli S., “Estado, mercado y culturas populares”, en García Canclini (Ed.), *Políticas culturales en América Latina*, Grijalbo, México, 1987.
- Miceli S., *A noite da madrinha*, Perspectiva, São Paulo, 1972.

- Mier R. y M. Piccini, *El desierto de los espejos: juventud y televisión en México*, Plaza y Valdés, México, 1987.
- Moles A. y E. Rhomer, *Labyrinthes du vecu. L'espace: matière d'actions*, Meridiens, París, 1982.
- Monguín O., "Una memoria sin historia?", *Punto de vista*, N° 49, Buenos Aires, 1994.
- Monsiváis C., "Notas sobre el Estado, la cultura nacional y las culturas populares", en *Cuadernos políticos*, N° 30, México, 1981.
- , "La cultura popular en el ámbito urbano", en *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*, Felafacs/Gustavo Gili, México, 1987.
- , Entrevista en *DIA-LOGOS de la Comunicación*, N° 19, Lima, 1988.
- , *Escenas de pudor y liviandad*, Era, México, 1989.
- , *Los rituales del caos*, Era, México, 1995.
- , "El cine nacional", en *Historia general de México*, El Colegio de México, México, 1996, vol. IV.
- , "Notas sobre la cultura mexicana en el siglo XX", en *Historia general de México*, El Colegio de México, México, 1996, vol. IV.
- Morin V., *Tratamiento periodístico de la información*, Asesoría Técnica de Ediciones, España, 1974.
- Morley D., *Family, Television Cultural Power and Domestic Leisure*, Comedia, London, 1986.
- Morse R. y J.E. Hardoy (Comps.), *Cultura urbana latinoamericana*, Clacso, Buenos Aires, 1985.
- Munizaga G. y P. Gutiérrez, *Radio y cultura popular de masas*, Ceneca, Santiago, 1983.
- Muñiz Sodré C., *O monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil*, Vozes, Petrópolis, 1981.
- , *A verdade seduzida. Por um conceito de cultura no Brasil*, Codecri, Río de Janeiro, 1983.
- Muñoz G., (Coord.), *El rock en las culturas juveniles urbanas*, Universidad Central, Bogotá, 1997.
- Muñoz S., *El sistema de comunicación cotidiano de la mujer pobre*, Univalle, Cali, 1986.
- , *El ojo, el libro y la pantalla: consumo cultural en Cali*, Univalle, Cali, 1995.
- Muraro H. y otros, *Medios, transformación y cultura política*, Legasa, Buenos Aires, 1987.

- Murdock G. y P. Golding, "Capitalismo, comunicaciones y relaciones de clase", en *Sociedad y comunicación de masas*, Fondo de Cultura Económica, México, 1981.
- , "Ideología y medios masivos: la cuestión de la determinación", *Cuadernos del TICOM*, N° 33, México, 1985.
- Netol A.M., *Los mecanismos de discurso: el campo del poder y las perspectivas de participación popular*, Ciespal, Quito, 1978.
- Nora P., *Les lieux de memoire*, Gallimard, París, 1992, vol. III.
- NORA-MINC. Extractos del *Informe NORA-MINC sobre la informatización de la sociedad*, UNESCO, París, 1978.
- Novaes A., *Rede imaginaria: televisao e democracia*, C. das Letras, São Paulo, 1991.
- Nun J., "El otro reduccionismo" en *América Latina: ideología y cultura*, Flacso, Costa Rica, 1982.
- Olalquiaga C., *Megalópolis*, Monte Ávila, Caracas, 1991.
- Ong W., *Oralidad y escritura*, Fondo de Cultura Económica, México, 1987.
- Orozco G., (Coord.), "La comunicación desde las prácticas", en *De los medios a las prácticas*, Universidad Iberoamericana, México, 1990.
- , (Coord.), *Televidencia: perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*, Universidad Iberoamericana, México, 1994.
- , "Televisión y educación: lo enseñado, lo aprendido y lo otro", en *Miradas latinoamericanas a la televisión*, Universidad Iberoamericana, México, 1996.
- Ortiz R. y otros, *A telenovela brasileira: historia e produção*, Brasiliense, São Paulo, 1987.
- Ortiz R., *Mundialização e cultura*, Brasiliense, São Paulo, 1994.
- Pagés D. y N.Pelissier (Coords.), "L'incertitude des territoires", *Quaderni. Revue de la communication*, N° 34, París, 1997.
- Pagni A. y E. von der Walde, "Qué intelectuales en tiempos posmodernos", "Culturas del Río de la Plata", *Lateinamerika-Studien*, N° 36, Numberg, 1996.
- Pecaut D., *Orden y violencia. Colombia 1930-1953*, Siglo XXI, Bogotá, 1987.
- Peters J.D., "Institutional Sources of Intellectual Poverty in Communication Research", *Communication Research*, N° 4, 1986, vol. 13.
- Piccini M., *La investigación sobre medios de comunicación social en América Latina. Situación actual y alternativas*, mimeo, México, 1978.

- , "Industrias culturales, transversalidades y regímenes discursivos", *DÍA-LOGOS de la Comunicación*, N° 17, Lima, 1987.
- , *La imagen del tejedor. Lenguajes y políticas de la comunicación*, Gustavo Gili, México, 1988.
- , "Culturas de la Ciudad de México: símbolos colectivos y usos del espacio urbano", en N. García Canclini, *El consumo cultural en México*, Conaculta, México, 1993.
- Piñuel J.L. y otros, *El consumo cultural*, Fundamentos, Madrid, 1987.
- Pires do Rio T., *A política dos outros: o cotidiano dos moradores da periferia*, Brasiliense, São Paulo, 1984.
- Pires Ferreira J., *A cavalaria en cordel*, São Paulo, 1979.
- Piscitelli A., "De las imágenes numéricas a las realidades virtuales: esfumando las fronteras entre arte y ciencia", en *David y Goliath* N° 57, Buenos Aires, 1990.
- , "Tecnología, antagonismos sociales y subjetividad", en *DÍA-LOGOS de la Comunicación*, Lima, 1992.
- , "El libro electrónico o el futuro de una ilusión", en *Ciber-culturas. En la era de las máquinas inteligentes*, Paidós, Buenos Aires, 1995.
- , "¿Hay vida después de la televisión?", *Nueva Sociedad*, N° 140, Caracas, 1995.
- , "Paleo y neo-televisión: Del contrato pedagógico a la interactividad generalizada", en C. Gómez Mont (Coord.), *La metamorfosis de la TV*, Universidad Iberoamericana, México, 1996.
- Portales D., *La dificultad de innovar. Un estudio sobre las empresas de televisión en América Latina*, Ilet, Santiago de Chile, 1988.
- , "La integración televisiva desde lo global y lo local", en *La integración cultural latinoamericana*, FELAFACS, México, 1990.
- Portales D. y otros, *La política en pantalla*, Ilet/Cesoc, Santiago de Chile, 1989.
- Portantiero J.C., "Lo nacional-popular y la alternativa democrática en América Latina", en *América Latina '80*, Desco, Lima, 1981.
- Quéau Ph., "La potencia de lo virtual" en *Lo virtual*, Paidós, Barcelona, 1995.
- Quintero Rivera A.G., *Salsa, sabor y control*, Siglo XXI, México, 1998.
- Ramírez S., *Culturas, profesiones y sensibilidades contemporáneas en Colombia*, Univalle, Cali, 1987.
- Ramírez S. y S. Muñoz, *Trayectos del consumo. Itinerarios biográficos, producción y consumo cultural*, Univalle, Cali, 1996.

- Recondo G., (Comp.), *Mercosur: La dimensión cultural de la integración*, Ciccus, Buenos Aires, 1997.
- Reguillo R., *En la calle otra vez. Las bandas: identidad urbana y usos de la comunicación*, Iteso, Guadalajara, México, 1991.
- , *La construcción simbólica de la ciudad. Sociedad, desastre y comunicación*, Iteso, Guadalajara, México, 1996.
- , *Estrategias del desencanto. Emergencia de culturas juveniles*, Norma, Buenos Aires, 2000.
- Renaud A., *Videoculturas de fin de siglo*, Cátedra, Madrid, 1990.
- , "L'image: de l'économie informationnelle à la pensée visuelle", *Reseaux*, N° 74, París, 1995.
- Rey G., "Integración y reacomodamientos de las industrias culturales", en N. García Canclini y C. Moneta, *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, UNESCO/Grijalbo, México, 1995.
- , *Visibilidad y corrupción: los medios en el proceso 8000*, Cerec, Bogotá, 1996.
- , *Balsas y medusas. Visibilidad comunicativa y narrativas políticas*, Cerec/Fundación social Fescol, Bogotá, 1998.
- Rey G. y otros, "Otras plazas para el encuentro", en *Escenografías para el diálogo*, Ceaal, Lima, 1997.
- Reyes Matta F., *Planificación y periodismo: diseño de pautas alternativas*, Ilet, Santiago de Chile, 1985.
- Riaño P., *Prácticas culturales y culturas populares*, Cinep, Bogotá, 1986.
- Richard N., *La insubordinación de los signos*, Cuarto Propio, Santiago de Chile, 1994.
- , *Residuos y metáforas*, Cuarto Propio, Santiago de Chile, 1998.
- Richeri G., en *La televisión: entre servicio público y negocio*, Gustavo Gili, Barcelona, 1983.
- , "Nuevas tecnologías e investigación sobre las comunicaciones de masas", en M. de Moragas (Ed.), *Sociología de la comunicación de masas*, Gustavo Gili, Barcelona, 1985, vol. IV.
- , "Crisis de la sociedad y crisis de la televisión", *Contratexto*, N° 4, Lima, 1989.
- Ricoeur P., "Civilisation universelle et cultures nationales", en *Historie et vérité*, París, 1964. Traducido al español por Encuentro Ediciones S.A., Madrid, 1990.
- , *De l'interprétation. Essai sur Freud*, Du Seuil, París, 1965.
- , *Le conflit des interprétations*, Du Seuil, París, 1969.
- Rivera J., *Medios de comunicación y cultura popular*, Legasa, Buenos Aires, 1985.

- Royo Arias S., "La historia, la memoria y la identidad en los comunicados del EZLN", "Identidades", número especial de *Debate feminista*, México, 1996.
- Romero J.L., *Latinoamérica: las ciudades y las ideas*, Siglo XXI, México, 1976.
- , *Las ideologías de la cultura nacional*, CEDAL, Buenos Aires, 1982.
- Romo M^aC., *La otra radio*, Fundación Manuel Buendía, México, 1988.
- Roncagliolo R., en *Comunicación transnacional: conflicto político y cultural*, Desco, Lima, 1982.
- , "La integración audiovisual en América Latina: Estados, empresas y productores independientes", en N. García Canclini (Coord.), *Culturas en globalización. América Latina-Europa-Estados Unidos*, Nueva Sociedad, Caracas, 1996.
- Rowe W. y V. Scheling, *Memory and Modernity. Popular culture in Latin America*, Verso, Londres, 1991.
- Rubert de Ventós X., "El desorden espacial", en *Ensayos sobre el desorden*, Kairós, Barcelona, 1976.
- , *De la modernidad*, Península, Barcelona, 1980.
- , *La estética y sus herejías*, Anagrama, España, 1980.
- Rubin N., "La lectura", en R. Escarpit y otros, *Hacia una sociología del hecho literario*, Cuadernos para el diálogo, España, 1974.
- Rueda A., *Representaciones de lo latinoamericano: memoria, territorio y transnacionalidad en el videoclip del rock latino*, Univalle, Cali, 1998.
- Sábato H., "Pluralismo y nación", *Punto de vista*, N° 34, Buenos Aires, 1989.
- Salazar A., *No nacimos p'a semilla. La cultura de las bandas juveniles de Medellín*, Cinep, Bogotá, 1990.
- Saldarriaga A., *Arquitectura y cultura en Colombia*, Universidad Nacional, Bogotá, 1986.
- , *Arquitectura fin de siglo*, EUN, Bogotá, 1994.
- Salomón N., "Algunos problemas de sociología de las literaturas de lengua española", en *Creación y público en la literatura española*, Castalia, España, 1974.
- Sampson A. y otros, "La lectura", N° 16, monográfico, *Revista Universidad del Valle*, Cali, 1997.
- Sánchez Botero E., *Justicia y pueblos indígenas de Colombia*, Universidad Nacional/Unijus, Bogotá, 1998.

- Sánchez Ruiz E., "La crisis del modelo comunicativo de la modernización" en *Réquiem por la modernización*, Universidad de Guadalajara, México, 1986.
- Sansot P., *Les formes sensibles de la vie sociale*, PUF, París, 1986.
- Santos M., "Espaço, mundo globalização, post-modernidade", *Margem*, N° 1, São Paulo, 1993.
- , "La aceleración contemporánea: tiempo, mundo y espacio-mundo. Los espacios de la globalización", *Revista de la Universidad del Valle*, N° 10, Cali, 1995.
- , *A natureza do espaço*, Hucitec, São Paulo, 1996.
- , "O retorno do território" en M. Santos y otros, *Territorio: globalização e fragmentação*, Hucitec, São Paulo, 1996.
- Saramago J., Entrevista sobre su última novela *La caverna*, "El País", Madrid, 30 diciembre de 2000.
- Sarlo B., *Escenas de la vida postmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*, Ariel, Buenos Aires, 1994.
- Saxe-Fernández J., "Poder y desigualdad en la economía internacional", en *Nueva Sociedad*, Caracas, 1996.
- Schefer J.L., "La imagen: el sentido investido", en *Análisis de las imágenes*, Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1972.
- Schiller H.I., *Comunicación de masas e imperialismo yanqui*, Gustavo Gili, Barcelona, 1976.
- Schlesinger Ph., "Identidad europea y cambios en la comunicación: de la política a la cultura y los medios", *Telos*, N° 23, Madrid, 1990.
- , "La europeidad: un nuevo campo de batalla", en *Estudios de culturas contemporáneas*, N° 16/17, México, 1994.
- Schlesinger Ph. y otros, *Los intelectuales en la sociedad de la información*, Anthropos, Barcelona, 1987.
- Schmucler H., "La investigación sobre comunicación masiva", *Comunicación y Cultura*, N° 5, Buenos Aires, 1975.
- , "Dependencia y política en la prensa argentina", en *Comunicación y cambio social*, Ciespal, Quito, 1981.
- Schmucler H. y Mata M^aC., (Coords.) *Política y comunicación: ¿hay un lugar para la política en la cultura mediática?*, Catálogos, Córdoba, 1992.
- Schmucler H. y otros, "Pensamientos sobre la técnica", *Artefacto*, 1996.
- Schneider-Madanes G., (Dir.), *L'Amérique Latine et ses télévisions. Du local au mondial*, Anthropos/Ina, París, 1995.

- Searle J. R., *Les actes de langage*, Herman, París, 1972.
- Sennet R., *El declive del hombre público*, Península, Barcelona, 1978.
- , *Carne y piedra. El cuerpo y la ciudad en la civilización occidental*, Alianza, Madrid, 1997.
- Serres M., *Atlas*, Cátedra, Madrid, 1995.
- Shanon C.E., *Teoría matemática de la comunicación*, University of Illinois Press, 1949. Traducido al español por Forja, Madrid, 1981.
- Shutz J., "Ciencia, tecnología e integración latinoamericana: un paso más allá del lugar común", *David y Goliath*, N° 56, Buenos Aires, 1990.
- Silva A., *Imaginarios urbanos*, Tercer Mundo, Bogotá, 1992.
- Silverston R., "De la sociología de la televisión a la sociología de la pantalla", en *Telos*, N° 22, Madrid, 1990.
- Squef E. y J.M. Wisnik, *O nacional e o popular na cultura brasileira: música*, Brasiliense, São Paulo, 1983.
- Sunkel G., *Razón y pasión en la prensa popular*, Ilet, Santiago de Chile, 1985.
- , "Imágenes de la política en televisión", en *La política en pantalla*, Ilet, Santiago de Chile, 1989.
- , (Coord.), *El consumo cultural en América Latina*, CAB, Bogotá, 1999.
- Sunkel O. y P. Paz, *El subdesarrollo latinoamericano y la teoría del desarrollo*, Siglo XXI, México, 1970.
- Svampa M., (Ed.), *Desde abajo. La transformación de las identidades sociales*, Biblos, Buenos Aires, 2000.
- Tavares d'Amaral M., *Contemporaneidade e Novas Tecnologías*, UFRJ-Sette Letras, Río de Janeiro, 1996.
- Tealdo A.R. (Ed.), *Radio y democracia en América Latina*, Ipal, Lima, 1989.
- Tedesco J.C., *Educación en la sociedad del conocimiento*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2000.
- Terrero P., *El radioteatro*, C.E. de A.L., Buenos Aires, 1981.
- Terrou F., "Libertad de publicación y libertad de empresa", en *La información*, Oikos-Tau, España, 1970.
- Thompson E.P., *La formación histórica de la clase obrera*, Laya, Barcelona, 1972.
- , "La economía moral de la multitud", en *Tradición, revuelta y conciencia de clase*, Crítica, Barcelona, 1979.

- Touraine A., *Critique de la modernité*, Fayard, París, 1992. Traducido por el Fondo de Cultura Económica, México, 1994; la 5ª edición es de 1999.
- Ulloa A., *Culturas juveniles, consumo musical e identidades sociales en Cali*, Univalle, Cali, 1995.
- UNESCO, Encuentro Regional sobre Políticas Audiovisuales en América Latina y el Caribe, México, 1991.
- UNESCO, *Industrias culturales*, Fondo de Cultura Económica, México, 1982.
- Universidad Javeriana, "Retos a la investigación de comunicación en América Latina", en *Memoria de la Semana Internacional de la Comunicación*, Universidad Javeriana, Bogotá, 1991, y después en *Comunicación y Cultura* N° 9, México, 1982. Traducido al francés: "De quelques défis pour la recherche sur la communication en Amérique Latine", en A. Mattelart y Y. Sturdze, *Technologie, culture et communication*, La Documentation Française, París, 1983; y al portugués: *Desafíos à pesquisa em comunicação na America Latina*, en *Intercom*, N°49/50, São Paulo, 1984.
- Uribe Celis C., *La mentalidad del colombiano: cultura y sociedad en el siglo XX*, Alborada, Bogotá, 1992.
- Vargas Lesmes J., *Acción social y política en los barrios populares*, Bogotá, 1985, mimeo.
- Varis T., *International inventory of television programmes structure and the flow of the programmes between nations*, University of Tampere, 1973.
- Vasallo de Lopes M.I., "Recepção dos medios, classes, poder e estrutura", *Comunicação & Sociedade*, N° 23, São Paulo, 1996.
- Vattimo G., *La sociedad transparente*, Paidós, Barcelona, 1990.
- , (Comp.), *La secularización de la Filosofía*, Gedisa, Barcelona, 1992.
- Velho G., (Org.), *Antropología urbana. Cultura e sociedade no Brasil e Portugal*, Jorge Zahar (Ed.), Río de Janeiro, 1999.
- Verón E., "Acerca de la constitución del discurso burgués en la prensa semanal", en *Chasqui*, N° 4, Quito.
- , "La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política", en *El discurso político*, Hachette, Buenos Aires, 1987.
- , *Conducta, estructura y comunicación*, Amorrortu, Buenos Aires, 1996.

- Vezzetti H., "El sujeto psicológico en el universo massmediático", *Punto de vista*, N° 47, Buenos Aires, 1993.
- Vidal Beneyto J., *Conocimiento de la información*, Alianza, Madrid, 1973.
- Vidal Beneyto J., (Ed.), *Alternativas populares a las comunicaciones de masa*, CIS, Madrid, 1979.
- Vila P., "El rock, música contemporánea argentina", *Punto de vista*, N° 30, Buenos Aires, 1987.
- Villa Mejía V., *Polisin-fonías*, Caribe, Medellín, 1993.
- Virilio P., *L'espace critique*, Christian Bourgeois, París, 1984.
- , *Estética de la desaparición*, Anagrama, Madrid, 1988.
- , *La máquina de visión*, Cátedra, Madrid, 1989.
- , *La vitesse de liberation*, Galilée, París, 1995.
- Viviescas F., "La arquitectura moderna: los esguinces a la historia", en *Colombia: el despertar de la modernidad*, Foro, Bogotá, 1991.
- VV. AA., "Industria audiovisual", *Comunicação e Sociedade*, N° 22, São Paulo, 1994.
- VV.AA., "Comunicación, pueblo y cultura en el tiempo de las transnacionales", en VV.AA., *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*, Gustavo Gili, México, 1996.
- VV.AA., "De espacios y lugares: pre-ocupaciones y ocupaciones", *Archipiélago*, N° 34-35, Barcelona, 1998.
- VV.AA., "Etnografía y comunicación", N° 4 monográfico revista *Versión*, México, 1994.
- VV.AA., *Comunicación, identidad e integración latinoamericana*, Felafacs/ Opción/Universidad Iberoamericana, México, 1992, vol. V.
- VV.AA., *Comunicación, modernidad y democracia*, de *DÍA-LOGOS de la Comunicación*, N° 41, Felafacs, Lima, 1995.
- Wallerstein I., (Coord.), *Abrir las ciencias sociales*, Siglo XXI, México, 1996.
- Wiener N., *Cibernética y sociedad*, MIT Press, Cambridge, Mass., 1948. Traducido al español por Sudamericana, Buenos Aires, 1969.
- Williams R., "Teoría cultural" en *Marxismo y literatura*, Península, Barcelona, 1980.
- Wilton de Sousa M., (Org.), *Sujeito: o lado oculto do receptor*, Brasiliense, São Paulo, 1994.
- Wolf M., "Tendencias actuales del estudio de medios", en *Comunicación social 1990. Tendencias*, Informe Fundesco, Madrid, 1990.

- , *Teorie delle comunicazioni di massa*, Bompiani, Milano, 1985.
- Yúdice G., "El impacto cultural del Tratado de Libre Comercio norteamericano" en N. García Canclini (Coord.), *Culturas en globalización. América Latina-Europa-Estados Unidos*, Nueva Sociedad, Caracas, 1996.
- Zires M., "La dimensión oral de las culturas en las sociedades contemporáneas: voz, letra e imagen en interacción", *Estudios de culturas contemporáneas*, N° 18, Colima, México, 1994.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

AVENTURAS DE UN CARTÓGRAFO MESTIZO	9
DE CARTAS Y MAPAS NOCTURNOS.....	10
ALGUNAS "IDEAS FUERA DE LUGAR"	18
DES-TERRITORIALIZACIONES: LOS LUGARES-DESDE	
¿LOS QUE PENSAMOS?	25
UNA AGENDA DE COMUNICACIÓN CON EL NUEVO SIGLO.....	30

PRIMERA PARTE

AÑOS '70/'80: CONFIGURACIÓN LATINOAMERICANA DEL CAMPO	43
--	----

I. IDEOLOGÍA: LOS MEDIOS COMO DISCURSO DEL PODER	45
1. LUGAR DE PARTIDA: LA DOMINACIÓN QUE ANIDA	
EN LA TEORÍA	46
<i>La trama ideológica de los mensajes</i>	53
<i>¿Desde dónde hacemos investigación?: la persistencia de</i> <i>la teoría negada y la esquizofrenia de que se alimenta</i>	58
2. ELEMENTOS PARA UNA TEORÍA CRÍTICA DEL DISCURSO	65
<i>La cuestión del poder</i>	69
<i>La cuestión del deseo</i>	72
3. MITOS Y FARSAS DE LA INFORMACIÓN.....	76
<i>Informar es dar forma</i>	79
<i>De cómo el acontecimiento se convierte en</i> <i>narración-leyenda</i>	86
4. LA SOCIEDAD CONVERTIDA EN ESPECTÁCULO AUDIOVISUAL..	95
<i>Figuras del mundo y equivalencia en imágenes</i>	97
<i>El tele-ver y sus interferencias</i>	100
<i>De las imágenes al imaginario</i>	103

II. CULTURA: DESAFÍOS DE LO POPULAR A LA RAZÓN DUALISTA .	108
1. PROCESOS DE COMUNICACIÓN Y MATRICES DE CULTURA	109
<i>Una nueva agenda estratégica</i>	112
<i>La comunicación desde lo popular: perder el objeto para ganar el proceso</i>	121
2. PROPUESTAS PARA REIMAGINAR EL CAMPO	126
<i>De lo popular a lo masivo o la recuperación de la historia</i>	128
<i>De lo masivo a lo popular: las huellas de la memoria desactivada</i>	131
<i>Usos populares de lo masivo: entre la refuncionalización y el rediseño</i>	133
3. LAS CULTURAS EN LA COMUNICACIÓN DE AMÉRICA LATINA	136
<i>La inserción de las etnias en la modernidad capitalista .</i>	137
<i>Cultura popular y vida urbana</i>	140
<i>Identidades, desterritorialización y nuevas socialidades . .</i>	146
4. ENTRE MEMORIAS POPULARES E IMAGINARIOS DE MASA	152
<i>Narrativa popular: las matrices orales</i>	155
<i>Las tradiciones que hablan en la radio</i>	161
<i>Matrices culturales de las que se alimenta la televisión .</i>	165
III. TECNOLOGÍA: INNOVACIONES CULTURALES Y USOS SOCIALES .	176
1. EL SIMULACRO DE LA MODERNIZACIÓN TECNOLÓGICA	177
2. LOS MODOS DE USO COMO FORMAS DE RESISTENCIA	186
3. TECNOLOGÍA Y CULTURA: UNA RELACIÓN NECESITADA DE HISTORIA	190
4. MUTACIONES CULTURALES: UNA TOPOGRAFÍA MOVEDIZA	196

SEGUNDA PARTE

AÑOS '90: PENSAR LA SOCIEDAD DESDE LA COMUNICACIÓN	205
I. ITINERARIOS DE LA INVESTIGACIÓN	207
1. COMUNICACIÓN: CAMPO ACADÉMICO Y PROYECTO INTELLECTUAL	209
<i>Nueva configuración del campo</i>	213
<i>La contradictoria centralidad de la comunicación</i>	218

2.	LA NUEVA TRAMA COMUNICATIVA DE LA CULTURA	225
	<i>Entre matrices culturales y mediaciones comunicativas</i> .	226
	<i>Entre teoría y producción: otro ámbito de mediación</i> . . .	232
3.	PERPLEJIDADES DEL FIN DE SIGLO Y DES-UBICACIONES	
	DE LA INVESTIGACIÓN	238
	<i>La institucionalización del campo y sus contradictorias</i>	
	<i>consecuencias</i>	241
	<i>Cambios que des-ordenan y des-centran el campo de</i>	
	<i>la comunicación</i>	245
II.	UNA AGENDA PARA EL CAMBIO DEL SIGLO	256
1.	IMAGINARIOS DE LA GLOBALIZACIÓN E IMÁGENES	
	DEL MUNDO	258
	<i>Figuraciones del saber tecnológico</i>	258
	<i>Territorios: entre la levedad del espacio y el espesor</i>	
	<i>del lugar</i>	264
	<i>Imaginarios de lo global</i>	269
2.	TRANSFORMACIONES DE LA EXPERIENCIA URBANA	273
	<i>Fenomenología de la experiencia</i>	273
	<i>Modernización urbana y cambios en la sensibilidad</i>	277
	<i>Modelo informacional y experiencia social</i>	285
	<i>Medios, flujos y redes: los nuevos escenarios de</i>	
	<i>comunicación</i>	289
3.	DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN A LA MASSMEDIACIÓN	
	DE LA POLÍTICA	298
	<i>Las paradojas del proyecto democratizador</i>	298
	<i>Por unas políticas culturales de comunicación</i>	305
	<i>El tejido comunicativo de la política</i>	311
	<i>La nueva visibilidad política</i>	318
4.	DESAFÍOS CULTURALES DE LA COMUNICACIÓN A LA	
	EDUCACIÓN	325
	<i>Deslocalización de los saberes y esquizofrenia del</i>	
	<i>mundo escolar</i>	332
	<i>Jóvenes malestares en la cultura</i>	337
	<i>Los retos culturales de la tecnicidad</i>	341
5.	INTEGRACIÓN EN GLOBALIZACIÓN: EL ESPACIO CULTURAL	
	LATINOAMERICANO	345
	<i>El retorno de la cuestión cultural</i>	345

	<i>Las industrias culturales en los procesos de integración.</i>	358
	<i>Políticas para un espacio audiovisual latinoamericano ..</i>	364
III. OFICIOS DE LECTOR		382
1. RECONOCER Y ALENTAR VOCES NUEVAS		383
	<i>Razón y pasión en la prensa popular</i>	383
	<i>De la conquista de la ciudad a la apropiación</i>	
	<i>de la palabra</i>	388
	<i>Todas las voces. Educación y comunicación en el Perú .</i>	391
	<i>La construcción simbólica de la ciudad.....</i>	395
	<i>Relatos de la diferencia y la igualdad. Los bolivianos</i>	
	<i>en Buenos Aires</i>	401
	<i>Los niños como audiencias</i>	405
2. EMPUJAR LA APERTURA DE BRECHAS		413
	<i>La comunidad desapercibida</i>	413
	<i>Imaginario urbanos. Bogotá y São Paulo:</i>	
	<i>comunicación y cultura en Latinoamérica</i>	415
	<i>Miradas latinoamericanas a la televisión</i>	418
	<i>Comunicação e linguagem</i>	426
	<i>Balsas y medusas. Visibilidad comunicativa y</i>	
	<i>narrativas políticas</i>	431
	<i>Cultura escolar, cultura mediática: Intersecciones</i>	441
	<i>Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación</i>	
	<i>en el siglo XXI.....</i>	446
BIBLIOGRAFÍA		457