

LA GLOBALIZACIÓN EN CLAVE CULTURAL

Una mirada latinoamericana

JESÚS MARTÍN-BARBERO*

El curso que ha tomado el mundo después de los acontecimientos del martes negro, el 11 de septiembre de 2001, ha introducido procesos que amenazan aún más el ya oscuro horizonte de los pueblos latinoamericanos. Empujadas a la recesión económica, a la ingobernabilidad política y al desenraizamiento cultural por la implacable lógica de la

globalización mercantil, nuestras naciones padecen además la más arcaica peste del miedo que fundamentaliza la seguridad al convertir todas las fronteras y las vías de comunicación —terrestres y aéreas, físicas y virtuales— en lugares de legitimación de la desconfianza como método, la violación de los derechos a la privacidad y la libertad civil como com-

portamiento oficial de las “autoridades”, con el consiguiente afianzamiento de los prejuicios raciales, los *apartheid* étnicos y los fanatismos religiosos.

Al fluir tan deprisa como las transacciones financieras, los virus imaginarios amenazan ahora al orden global que reacciona con el rearmamiento de las fronteras, y tornando

*Es sin duda un intelectual de referencia obligada en los temas de comunicación y cultura en América Latina. Es autor del libro *De los medios a las mediaciones* (Gustavo Gili, Barcelona, 1987), entre otros. Doctor en filosofía, es profesor investigador del Departamento de Estudios Socioculturales del IRESO.

AL MISMO TIEMPO, LAS FIGURAS NACIONALES DE NUESTROS PAÍSES SE EMBORRONAN HASTA DESFIGURARSE

cada día más sospechoso de enemigo de ese orden al flujo migratorio de las muchedumbres que él mismo empuja desde las periferias pauperizadas hacia los países del próspero pero ahora desubicado y desconcertado centro. Al mismo tiempo, las figuras nacionales de nuestros países se emborronan hasta desfigurarse. Ahí está Argentina, que ha pasado de la destrucción sistemática de la memoria nacional-político-cultural, y sus instituciones por las dictaduras militares de mediados de la década de los setenta, a la hiperinflación de los ochenta, que desquició de sus mínimos ejes tanto la vida personal como colectiva, y al neoliberalismo más puro y duro en los noventa, que desmontó los últimos residuos del estado social y precipitó al país en la más brutal depresión económica y la más honda desmoralización. Entretejido a esa debacle está el paso de una identidad nacional argentina configurada, según Beatriz Sarlo, por el ser alfabetizado, ser ciudadano y tener trabajo, al desmantelamiento de esa identidad, con las implicaciones morales y políticas que entraña esa implosión de lo social en la que se disuelven “la razones de pertenencia a una sociedad nacional, la idea de responsabilidad que, aun precariamente, tejía la trama de los muchos hilos que sostiene a una comunidad”.¹

Pero también lo acontecido en ese cada día más significativo territorio del periférico sur que es Porto Alegre, nos obliga a rehacer la reflexión sobre la globalización. El 11 Foro Social Mundial² se ha convertido en ese extraño escenario en el que, frente al tramposo y excluyente mundo de la economía financiera, hace su aparición en la escena global la política, o mejor, la utopía política de un mundo de los ciudadanos y de los pueblos, en el que la comunicación y la educación han pasado a tener una presencia no meramente temática sino articuladora, estratégica. Convergen ahí, en esa otra mundialización posible, esfuerzos que venían de las grandes reuniones de la década de los noventa —Río de Janeiro y Beijing—, la generalización de una educación polivalente y los avances de la información y la comunicación comunitaria territorial y virtual. Búsquedas y propuestas que fueron ahí confrontadas a las tendencias y recomendaciones dominantes emanadas de los organismos económicos mundiales —la Organización Mundial de Comer-

cio (OMC), el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial— que someten a la lógica globalizadora del mercado la cultura, la educación y la comunicación.

Si la educación debe, según esa lógica, ser concebida y organizada en función del mercado de trabajo —ya que lo que en ella cuenta es la acumulación de capital humano medido en términos de costo/beneficio como cualquier otro capital—, en Porto Alegre la comunicación es planteada como lugar de una doble perversión. Primera, la que proviene de la conformación de unas megacorporaciones globales: AOL-Time Warner, Disney, Sony, News Corporation, Viacom y Bertelsmann, cuya concentración económica se traduce en un poder cada día más inatajable de fusión de los dos componentes estratégicos, los vehículos y los contenidos, con la consiguiente capacidad de control de la opinión pública mundial y la imposición de moldes estéticos cada día más “baratos”; segunda, la que han introducido los acontecimientos del 11 de septiembre, que enrarecen de controles y amenazas las libertades de información y expresión hasta el punto de poner en serios riesgos los más elementales derechos civiles. Pero la comunicación aparece también en Porto Alegre como lugar de dos estrategias oportunistas: primera, la que abre la digitalización que posibilita la puesta en un lenguaje común de datos, textos, sonidos, imágenes, videos, y desmontan la hegemonía racionalista del dualismo que hasta ahora oponía lo inteligible a lo sensible y a lo emocional, la razón a la imaginación, la ciencia al arte, y también la cultura a la técnica y el libro a los medios audiovisuales; segunda, la configuración de un nuevo espacio público y de ciudadanía en y desde las redes de movimientos sociales y de medios comunitarios, como el espacio y la ciudadanía que ha hecho posible, sostiene y conforma el Foro Social Mundial mismo. Es obvio que se trata de embriones de una nueva ciudadanía y un nuevo espacio público, configurados por una enorme pluralidad de actores y de lecturas críticas que convergen sobre un compromiso emancipador y una cultura política en la que la resistencia es al mismo tiempo forjadora de alternativas.

Michel Serres apunta, a propósito de la filosofía, algo que sucede también con buena parte de lo que se escribe sobre la

1. Sarlo, Beatriz. “Ya nada será igual”, en *Punto de vista*, núm.70, Buenos Aires, 2001, p.28.

2. Página del Foro Social Mundial: www.forumsocialmundial.org.br; página de la Comunidad Web de Movimientos Sociales: www.movimientos.org

globalización: que, demasiado embebida en su pasado, piensa lo nuevo como si fuera viejo, tornándose incapaz de ayudar a construir un mundo-hogar para las nuevas generaciones.³ Y lo que así no resulta pensable es precisamente lo que hoy más necesitamos pensar: que la globalización no es un mero avatar del mundo de la economía política sino la presencia de mutaciones en las condiciones en que el hombre habita el mundo, con lo que ellas entrañan, como en otros momentos epocales, de posibilidades de emancipación, a la vez que de catástrofe planetaria. Lo que según Serres diferencia al momento que vivimos es la inmersión de nuestro cuerpo en un espacio y tiempo realmente nuevos en la medida en que ya no derivan de la darwiniana evolución selectiva sino que están siendo introducidos por la mutación producida por la técnica del hombre, tanto en la biología genética como en la comunicación-tejido de la socialidad; de lo que se desprende la urgencia de otro tipo de conocimiento y aprendizaje que nos permita a los humanos descifrar, junto al mapa del genoma que traza los avatares y resultados de nuestra evolución biológica, ese otro mapa que dibuja junto a nuestros sueños/pesadillas de inmortalidad individual y colectiva el de nuestra utopía de comunidad solidaria; ahora contradictoria como nunca antes, ya que junto a su creciente capacidad de erradicar a escala mundial las discriminaciones que nos desgarran, lo que hoy proyecta es un mayor cúmulo de violencias y exclusiones hasta hacer/dejar morir de hambre y otras crueles miserias a tres cuartas partes de la humanidad.

LA NUEVA CENTRALIDAD DE LA CULTURA EN LA SOCIEDAD GLOBALIZADA

Ligado a sus dimensiones tecnoeconómicas, la globalización pone en marcha un proceso de interconexión mundial, que conecta todo lo que instrumentalmente vale —empresas, instituciones, individuos— al mismo tiempo que desconecta todo lo que no vale para esa razón. Este proceso de inclusión/exclusión a escala planetaria está convirtiendo a la cultura en

espacio estratégico de compresión de las tensiones que desgarran y recomponen el “estar juntos”, y en lugar de anudamiento de todas sus crisis políticas, económicas, religiosas, étnicas, estéticas y sexuales. De ahí que sea desde la diversidad cultural de las historias y los territorios, desde 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.⁴ 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 con; razón por la cual la identidad se constituye hoy en la fuerza más capaz de introducir contradicciones en la hegemonía de la razón instrumental.

Y de ahí también la estratégica 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, enraizarse en las prácticas cotidianas de los pueblos y los hombres.⁵

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 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

3. Serres, Michel. *Hominescence*, Le pommier, París, 2001.

4. Taylor, Charles. *Multiculturalismo. Lotte per il riconoscimento*, Feltrinelli, Milán, 1998; véase también Fraser, Nancy. “Redistribución y reconocimiento”, en *Justitia interrupta. Reflexiones críticas desde la posición postsocialista*, Siglo del Hombre/Universidad de los Andes, Bogotá, 1997.

5. Ortiz, Renato. *Mundialização e cultura*, Brasiliense, São Paulo, 1994, p.32.

autonomizan de los padres 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 *fastfood*. De ahí que el éxito de McDonald's o de Pizza Hut hable, más que de la imposición de la comida estadounidense, 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”.⁶ Reconocer eso no significa desconocer la creciente monopolización de la distribución, o la descentralización que concentra poder y el desarraigo que empuja las culturas a hibridarse. Ligados estructuralmente a la globalización económica, pero sin agotarse en ella, se producen fenómenos de mundialización de imaginarios ligados a músicas, imágenes y personajes que representan estilos y valores desterritorializados y a los que corresponden también nuevas figuras de la memoria. Pero así como con el estado-nación no desaparecieron las culturas locales —aunque cambiaron de forma profunda sus condiciones de existencia— tampoco con la globalización va a desaparecer la heterogeneidad cultural, es más, lo que constatamos por ahora es su *revival* y ¡su exasperación fundamentalista!

Entender esta transformación en la cultura nos está exigiendo asumir que identidad significa e implica hoy dos dimensiones distintas, y hasta ahora opuestas. Hasta hace muy poco decir identidad era hablar de raíces, de raigambre, territorio, y de tiempo largo, de memoria simbólicamente densa. De eso y sólo de eso estaba hecha la identidad. Pero decir identidad hoy implica también —si no queremos condenarla al limbo de una tradición desconectada de las mutaciones perceptivas y expresivas del presente— hablar de redes y flujos, de

PERO ASÍ COMO con el estado-nación no desaparecieron las culturas locales, tampoco con la globalización va a desaparecer la heterogeneidad cultural

migraciones y movilidades, de instantaneidad y desanclaje. Antropólogos ingleses han expresado esa nueva identidad a través de la espléndida imagen de *moving roots*, raíces móviles o mejor de raíces en movimiento. Para mucho del imaginario sustancialista y dualista que todavía permea la antropología, la sociología y hasta la historia, esa metáfora resultará inaceptable, y sin embargo en ella se vislumbra alguna de las realidades más fecundamente desconcertantes del mundo que habitamos: sin raíces no se puede vivir, pero raíces muy rígidas impiden caminar.

El nuevo imaginario relaciona la identidad mucho menos con mismidades y esencias y mucho más con trayectorias y relatos, para lo cual la polisemia en castellano del verbo contar es muy significativa. Contar significa tanto narrar historias como ser tenidos en cuenta por los otros, lo que entraña que para ser reconocidos necesitamos contar nuestro relato, pues no existe identidad sin narración ya que ésta no es sólo expresiva sino constitutiva de lo que somos.⁷ Para que la pluralidad de las culturas del mundo sea políticamente tomada en cuenta es indispensable que la diversidad de identidades pueda ser contada, narrada. Y ello tanto en cada uno de sus idiomas como en el lenguaje multimedial que hoy los atraviesa mediante el doble movimiento de las traducciones —de lo oral a lo escrito, a lo audiovisual, a lo hipertextual— y de las hibridaciones, esto es, de una interculturalidad en la 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

6. *Ibidem*, p.87; véase también del mismo autor *Otro territorio*, Convenio Andrés Bello, Bogotá, 1998.

7. Bhabha, Homi K. (ed.) *Nation and narration*, Routledge, Londres, 1977; Marinas, José Miguel. “La identidad contada”, en *Destinos del relato al fin del milenio*, Archivos de la Filmoteca, Valencia, 1995, pp. 75-88.

relatos muy diversos que conmocionan así la experiencia que hasta ahora teníamos de identidad. Lo que la globalización pone en juego no sólo es una mayor circulación de productos sino una rearticulación profunda de las relaciones entre culturas y países, mediante una descentralización que concentra el poder económico y una desterritorialización que hibrida las culturas.

Si en lo individual como en lo colectivo las posibilidades de ser reconocidos, de ser tomados en cuenta y contar en las decisiones que nos afectan, dependen de la expresividad y eficacia de los relatos en que contamos nuestras historias, ello es aún más decisivo en este permanente “laboratorio de identidades” que es América Latina. Trazaré a mano alzada algunas líneas con las que se sitúan los principales cambios en el mapa de las identidades culturales: las formas de supervivencia de las culturas tradicionales, las oscilaciones de la identidad nacional y las aceleradas transformaciones de las culturas urbanas.

UN NUEVO MAPA CULTURAL

Antes de que se convirtiera en tema de las agendas académicas, la multiculturalidad⁸ nombra el despertar y el estallido con que las comunidades culturales responden a la amenaza de lo global; de los contradictorios movimientos que moviliza: la resistencia como implosión y a la vez como impulso de construcción.

De un lado, estamos ante la conversión en trinchera de todo aquello que contenga o exprese alguna forma colectiva de identidad: desde lo étnico y lo territorial a lo religioso, lo nacional, lo sexual y sus múltiples solapamientos. La globalización exaspera y alucina a las identidades básicas, a aquellas que echan sus raíces en los tiempos largos. Lo que hemos visto en Sarajevo y Kosovo es eso: una alucinación de las identidades que luchan por ser reconocidas, pero cuyo reconocimiento sólo es completo cuando expulsan de su territorio a todos los otros, encerrándose sobre sí mismas.

En la actualidad, también en los países democráticos se produce una fuerte irritación de las identidades, como la que se manifiesta en el trato de enemigo que los ciudadanos de los países ricos dan a los inmigrantes llegados del sur; incluso en Latinoamérica nos encontramos con una creciente intolerancia como la que en Colombia fusiona las diferentes violencias que la desgarran, o la que en Argentina y Chile es ejercida por los propios sectores obreros sobre los migrantes provenientes de Bolivia y Paraguay.⁹

Como si al caerse las fronteras, que durante siglos demarcaron los diversos mundos, las distintas ideologías políticas, los diferentes universos culturales —por acción conjunta de la lógica tecnoeconómica y la presión migratoria— hubieran quedado al descubierto las contradicciones del discurso universalista de que tan orgulloso se ha sentido Occidente. Y entonces cada cual, cada país o comunidad de países, cada grupo social y hasta cada individuo, necesitarán conjurar la amenaza que significa la cercanía del otro, de los otros, en todas sus formas y figuras, rehaciendo la exclusión ahora ya no bajo la forma de fronteras que obstaculicen el flujo de las mercancías y las informaciones sino de distancias que vuelvan a poner a “cada cual en su sitio”.

En América Latina las culturas tradicionales —campesinas, indígenas y negras— atraviesan una profunda reconfiguración que responde no sólo a la evolución de los dispositivos de dominación sino también a la intensificación de su comunicación e interacción con las otras de cada país y del mundo.¹⁰ Desde adentro de las comunidades, esos procesos de comunicación son percibidos a la vez como otra forma de amenaza a la supervivencia de sus mundos —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. Ello está posibilitando que la dinámica de las propias comunidades

8. Para asomarse a la diversidad de posiciones que el multiculturalismo suscita, véase Kymlica, Will. *Ciudadanía multicultural*, Paidós, Barcelona, 1996; Monguin, O. et al. “Le spectre du multiculturalisme américain”, en *Sprit*, núm.6, París, 1995; “Multiculturalismo: justicia y tolerancia”, en *Isegoria*, núm.14, Madrid, octubre de 1996; Sartori, Giovanni. *La sociedad multiétnica. Pluralismo, multiculturalismo y extranjeros*, Taurus, Madrid, 2001.

9. **Grimson, Alejandro.** *Relatos de la diferencia y la igualdad. Los bolivianos en Buenos Aires*, Eudeba/FELAFACS, Buenos Aires, 1999.

10. **Bayardo, Rubens y Mónica Lacarrieu (comps.)** *Globalización e identidad cultural*, Ciccus, Buenos Aires, 1997; Mato, Daniel et al. *América Latina en tiempos de globalización: procesos culturales y transformaciones sociopolíticas*, Unesco/Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1996.

A LA REVALORIZACIÓN DE LO LOCAL SE AÑADE EL ESTALLIDO DE LA, HASTA HACE POCO UNIFICADA, HISTORIA NACIONAL

tradicionales desborde 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 futuro.¹¹ Así lo demuestran la diversificación y el desarrollo de la producción artesanal —en una abierta interacción con el diseño moderno y hasta con ciertas lógicas de las industrias culturales—, el desarrollo de un derecho propio a las comunidades, la existencia creciente de emisoras de radio y televisión programadas y gestionadas por las propias comunidades, y hasta la presencia del movimiento zapatista que proclama por la Internet la utopía de los indígenas mexicanos de Chiapas.¹² A su vez, esas culturas tradicionales cobran hoy para la sociedad moderna una vigencia estratégica en la medida en que ayudan a enfrentar el trasplante puramente mecánico de culturas, al tiempo que, en su diversidad, representan un reto fundamental a la pretendida universalidad deshistorizada de la globalización y su presión homogeneizadora.

En cuanto a la identidad nacional: se halla hoy desubicada por partida doble, pues 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 de 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.¹³ De modo que es tanto la idea como la experiencia social de identidad la que desborda los marcos maniqueos de una antropología de lo tradicional-autóctono y una sociología de lo moderno-universal. La identidad no puede, entonces, seguir siendo pensada como expresión de una sola cultura homogénea perfectamente distinguible y coherente.

El monolingüismo y la uniterritorialidad, que la primera

modernización reasumió de la colonia, escondieron la densa multiculturalidad de la que estaba hecha cada nación y lo arbitrario de las demarcaciones que trazaron las fronteras de lo nacional. Hoy las identidades nacionales son cada día más multilingüísticas y trasterritoriales, y se constituyen no sólo de las diferencias entre culturas desarrolladas de forma separada sino mediante las desiguales apropiaciones y combinaciones que los diversos grupos hacen de elementos de distintas sociedades y de la suya propia. A la revalorización de lo local se añade el estallido de la, hasta hace poco unificada, historia nacional, por el reclamo que los movimientos étnicos, raciales, regionales, de género, hacen del derecho a su propia memoria,¹⁴ esto es, a la construcción de sus narraciones e imágenes. Reclamo que adquiere rasgos mucho más complejos en países en los que, como no pocos en América Latina, el estado está aún haciéndose nación, y cuando la nación no cuenta con una presencia activa del estado en la totalidad de su territorio.

Pero es en la ciudad y en las culturas urbanas, mucho más que en el espacio nacional, donde se encardinan las nuevas identidades, ahora hechas de tradiciones locales y flujos de información transnacionales, y donde se configuran nuevos modos de representación y participación política, es decir, nuevas modalidades de ciudadanía; que es a donde apuntan los nuevos modos de estar juntos —pandillas juveniles, comunidades pentecostales, ghettos sexuales— desde los que los habitantes de la ciudad responden a unos salvajes procesos de urbanización, emparentados sin embargo con los imaginarios de una modernidad identificada con la velocidad de los tráficos y la fragmentariedad de los lenguajes de la información. Vivimos en unas ciudades desbordadas no sólo por el crecimiento de los flujos informáticos sino por esos otros flujos que siguen produciendo la pauperización y emigración de los campesinos, con la gran paradoja de que mientras lo urbano desborda la ciudad permeando de forma creciente el mundo

11. **García Canclini, Néstor.** *Culturas híbridas*, Grijalbo, México, 1990, pp. 280 y ss; Giménez, Gilberto y Ricardo Pozas (coords.) *Modernización e identidades sociales*, Unam, México, 1994; Rowe, William y Vivian Scheling. *Memory and modernity. Popular culture in Latin America*, Verso, Londres, 1991.

12. **Quintero Rivera, Ángel G.** *Salsa, sabor y control*, Siglo XXI, México, 1998; Sánchez Botero, Esther. *Justicia y pueblos indígenas de Colombia*, Universidad Nacional de Colombia/Unijus, Bogotá, 1998; Alfaro, Rosa María et al. *Redes solidarias, culturas y multimedialidad*, OCIC-AL/UCLAP, Quito, 1998; Rojo Arias, Sofía. "La historia, la memoria y la identidad en los comunicados del EZLN", en *Identidades*, número especial de *Debate feminista*, México, 1996.

13. **Schwarz, R.** "Nacional por sustracción", en *Punto de vista*, núm. 28, Buenos Aires, 1987.

14. **Nora, Pierre.** *Les lieux de memoire. Vol. III*, Gallimard, París, 1992, p. 1009.

rural, nuestras ciudades viven un proceso de desurbanización¹⁵ que nombra al mismo tiempo dos hechos: la ruralización de la ciudad, que devuelve vigencia a viejas formas de supervivencia que vienen a insertar, en los aprendizajes y apropiaciones de la modernidad urbana, saberes, sentires y relatos rurales, y la reducción progresiva de la ciudad que es realmente usada por los ciudadanos, pues perdidos los referentes culturales, insegura y desconfiada, la gente restringe los espacios en los que se mueve, los territorios en los que se reconoce, y que tiende a desconocer la mayor parte de una ciudad que es sólo atravesada por los trayectos inevitables.

Los nuevos modos urbanos de estar juntos se producen en especial entre las generaciones de los más jóvenes, convertidos hoy en indígenas de culturas densamente mestizas en los modos de hablar y vestirse, en la música que hacen u oyen y en las grupalidades que conforman, incluyendo las que posibilita la tecnología informacional. 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 Medellín.¹⁶

Lo complicado de la estructura narrativa de las identidades es que hoy se hallan entretrejidas a una diversidad de lenguajes, códigos y medios que, si de un lado son hegemonizados, funcionalizados y rentabilizados por lógicas de mercado, de otro abren posibilidades de subvertir esas mismas lógicas desde las dinámicas y los usos sociales del arte y de la técnica al movilizar las contradicciones que tensionan las nuevas redes intermediales. Por más que los apocalípticos —del último Popper a Sartori— atronen con sus lúgubres trompetas nuestros ya fatigados oídos, ni la densidad de las visualidades y sonoridades de las redes son sólo mercado y decadencia moral, son también el lugar de emergencia de un nuevo tejido social y un nuevo espacio público de un nuevo tejido de la socialidad.¹⁷ Desde la contradicción que ha convertido a los perver-

LOS NUEVOS MODOS URBANOS de estar juntos se producen en especial entre las generaciones de los más jóvenes, convertidos hoy en indígenas de culturas densamente mestizas

Los videos de Montesinos en la más mortal trampa para él y sus secuaces, y en un colosal instrumento de lucha contra la corrupción en Perú, hasta la resonancia y legitimidad mundial que la presencia en la red del subcomandante Marcos ha generado para su utopía zapatista. Ahí está el Foro Social Mundial de Porto Alegre, que trata de subvertir el sentido que el mercado capitalista quiere dar a la Internet, e informar por esa misma red los extremos de la desigualdad en el mundo, el crecimiento de la pobreza y la injusticia que la orientación neoliberal de la globalización está produciendo en nuestros países. Mientras Microsoft y otros buscan monopolizar las redes, montones de gente, que son a la vez una minoría estadística para la población del planeta, son también una voz disidente con presencia mundial cada día más incómoda al sistema y más aglutinante de luchas y búsquedas sociales, de puesta en común de experiencias sociales, políticas y artísticas.

Entonces, tanto o más que objetos necesitados de políticas, la comunicación y la cultura son transformadas por la globalización en un campo primordial de batalla política: el estratégico escenario que le exige a la política densificar su dimensión simbólica, su capacidad de convocar y construir ciudadanos para enfrentar la erosión que sufre el orden colectivo. Que es lo que no puede hacer el mercado¹⁸ por más eficaz que sea su simulacro, pues no puede sedimentar tradiciones, ya que todo lo que produce “se evapora en el aire” dada su tendencia estructural a una obsolescencia acelerada y generalizada, no

15. **Martín-Barbero, Jesús.** “De la ciudad mediada a la ciudad virtual”, en *Telos*, núm.44, Madrid, 1996.

16. **Margulis, Mario. et al.** *La cultura de la noche. Vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires*, Espasa Hoy, Buenos Aires, 1994; Reguillo, Rossana. *En la calle otra vez. Las bandas: identidad urbana y usos de la comunicación*, ITESO, Guadalajara, 1991; Salazar, Alonso. *No nacimos pa' semilla. La cultura de las bandas juveniles en Medellín*, CINEB, Bogotá, 1990.

17. **Varios autores.** *Redes, gestión y ciudadanía*, OCLACC/Abyayala, Quito, 2002; Finquelievich, Susana (coord.) *¡Ciudadanos a la red! Los vínculos sociales en el ciberespacio*, Ciccus/La crujía, Buenos Aires, 2000.

18. **Brunner, José Joaquín.** “Cambio social y democracia”, en *Estudios Públicos*, núm.39, Santiago, 1990.

sólo de las cosas sino también de las formas y las instituciones. El mercado no puede crear vínculos societales, esto es, verdaderos lazos entre sujetos, pues éstos se constituyen en conflictivos procesos de comunicación de sentido, y el mercado opera de forma anónima mediante lógicas de valor que implican intercambios puramente formales, asociaciones y promesas evanescentes que sólo engendran satisfacciones o frustraciones, pero nunca sentido. El mercado no puede engendrar innovación social, pues ésta presupone diferencias y solidaridades no funcionales, resistencias y subversiones, ahí lo único que puede hacer el mercado es lo que él sabe: cooptar la innovación y rentabilizarla.

Ahí se sitúa la reflexión de Arjun Appadurai, para quien los flujos financieros, culturales o de derechos humanos se producen en un movimiento de vectores que hasta ahora fueron convergentes por su articulación en el estado nacional, pero que en el espacio de lo global son vectores de disyunción. Es decir que, aun cuando son coetáneos e isomorfos en cierto sentido, esos movimientos potencian hoy sus diversas temporalidades con los muy diversos ritmos que los cruzan en muy diferentes direcciones. Lo que constituye un desafío colosal para unas ciencias sociales que siguen todavía siendo profundamente monoteístas, con la creencia de que hay un principio organizador y compresivo de todas dimensiones y procesos de la historia. Claro que entre esos movimientos hay articulaciones estructurales, pero la globalización no es ni un paradigma ni un proceso sino multiplicidad de procesos que se cruzan y articulan entre sí, pero que no caminan todos en la misma dirección. Lo que se convierte para Appadurai en la exigencia de construir, pero a escala del mundo, una globalización desde abajo: que es el esfuerzo por articular la significación de esos procesos desde sus conflictos, articulación que ya se está produciendo en la imaginación colectiva actuante en lo que él llama “las formas sociales emergentes” desde el ámbito ecológico al laboral, y desde los derechos civiles a las ciudadanías culturales. Esfuerzo en el que juega un papel estratégico la imaginación social, pues ésta ha dejado de ser un asunto de genio individual, un modo de escape a la inercia de la vida cotidiana o una mera posibilidad estética, para convertirse

en una facultad de la gente común que le permite pensar en emigrar, en resistir a la violencia estatal, en buscar reparación social, en diseñar nuevos modos de asociación, nuevas colaboraciones cívicas que cada vez más trascienden las fronteras nacionales. Appadurai escribe:

Si es a través de la imaginación que hoy el capitalismo disciplina y controla a los ciudadanos contemporáneos, sobre todo a través de los medios de comunicación, es también la imaginación la facultad a través de la cual emergen nuevos patrones colectivos de disenso, de desafección y cuestionamiento de los patrones impuestos a la vida cotidiana. A través de la cual vemos emerger formas sociales nuevas, no predatorias como las del capital, formas constructoras de nuevas convivencias humanas.¹⁹

GLOBALIDAD Y TECNICIDAD: RECONFIGURACIONES DEL PODER Y LA PROPIEDAD

El lugar de la cultura en la sociedad cambia cuando la mediación tecnológica de la comunicación deja de ser meramente instrumental para espesarse, densificarse y convertirse en estructural: lo que la tecnología moviliza y cataliza hoy no es tanto la novedad de unos aparatos sino nuevos modos de percepción y de lenguaje, nuevas sensibilidades y escrituras. Si se radicaliza la experiencia de desanclaje producida por la modernidad, la tecnología deslocaliza los saberes al modificar tanto el estatuto cognitivo como institucional de las condiciones del saber y de las figuras de la razón; 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. Un nuevo modo de producir, inextricablemente asociado a un nuevo modo de comunicar, convierte al conocimiento en una fuerza productiva directa: “lo que ha cambiado 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 para procesar símbolos”,²⁰ afirma Cas-

19. Appadurai, Arjun. “Grassroots globalization and the research imagination”, en *Public Culture*, núm.30, Duke University Press, Durham, 2000, p.7.

20. Castells, Manuel. *La era de la información. Vol.1, La sociedad red*, Alianza, Madrid, 1997, p.119.

tells. 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 muy ligados a la innovación, que es el nuevo nombre de la creatividad social.

Pero esas transformaciones se realizan de acuerdo con el más que nunca hegemónico movimiento del mercado, sin apenas intervención del estado, o más aún al minar el sentido y las posibilidades de esa intervención, esto es, dejar sin piso real al espacio y al servicio público, y acrecentando las concentraciones monopólicas. Ya a mediados de la década de los ochenta empezamos a comprender que el lugar de juego del actor transnacional no se hallaba sólo en el ámbito económico —la devaluación de los estados en su capacidad de decisión sobre las formas propias de desarrollo y las áreas prioritarias de inversión— sino en la hegemonía de una racionalidad desocializadora del estado y legitimadora de la disolución de lo público. El estado había comenzado a dejar de ser garante de la colectividad nacional, en cuanto sujeto político, y a convertirse en gerente de los intereses privados transnacionales. Las llamadas entonces nuevas tecnologías de comunicación se constituían en un dispositivo estructurante de la redefinición y remodelación del estado: a hacer fuerte a un estado al que refuerzan en sus posibilidades/tentaciones de control, mientras lo debilitan al desligarlo de sus funciones públicas. A la vez que perdían capacidad mediadora, los medios ganaban fuerza como nuevo espacio tecnológico de reconversión industrial.

En gran medida la conversión de los medios en grandes empresas industriales se halla hoy ligada a dos movimientos convergentes: la importancia estratégica que el sector de las telecomunicaciones ocupa en la política de modernización y apertura neoliberal de la economía, y la presión que ejercen las transformaciones tecnológicas hacia la desregulación del funcionamiento empresarial de los medios. Dos son las tendencias más notorias en este plano. Una, la conversión de los grandes medios en empresas o corporaciones multimedia, ya sea por desarrollo o fusión de los propios medios de prensa, radio o televisión, o por la absorción de los medios de comunicación de la parte de grandes conglomerados económicos, y

EL ESTADO HABÍA COMENZADO A dejar de ser garante de la colectividad nacional, en cuanto sujeto político, y a convertirse en gerente de los intereses privados transnacionales

dos, la desubicación y reconfiguraciones de la propiedad. La primera, tiene en su base la convergencia tecnológica entre el sector de las telecomunicaciones (servicios públicos en acelerado proceso de privatización) y el de los medios de comunicación, y se hizo especialmente visible a escala mundial en la fusión de la empresa de medios impresos Time con Warner de cine, a la que entra después la japonesa Toshiba, y a la que se unirá más tarde CNN, el primer canal internacional de noticias; o en la compra de la Columbia Pictures por la Sony. En América Latina,²¹ a la combinación de empresas de prensa con las de televisión, o viceversa, además de radio y discografía, O Globo y Televisa le han añadido últimamente las de televisión satelital. Ambas participan en la empresa conformada por News Corporation Limited, propiedad de Robert Murdoch, y Telecommunication Incorporated, que es el consorcio de televisión por cable más grande del mundo. Televisa y O Globo ya no están solos, otros dos grupos, uno argentino y otro brasileño, se han sumado a las grandes corporaciones multimedia. El grupo Clarín, que partió de un diario y hoy edita revistas y libros, es dueño de la red Mitre de radio, del Canal 13 de televisión, de la más grande red de telecable que cubre la ciudad capital y el interior, Multicanal, y de la mayor agencia nacional de noticias, además de su participación en empresas productoras de cine y de papel. Y en Brasil el grupo Abril que, a partir de la industria de revistas y libros, se ha expandido a las empresas de telecable y de video, y que hace parte del macrogrupo DIRECTV, en el que participan Hughes Communications, uno de los más grandes consorcios constructor de satélites, y el grupo venezolano Cisneros, el otro grande de la televisión en Latinoamérica.

En un nivel de menor capacidad económica, pero no menos

21. Mastrini, Guillermo y César Bolaños (eds.) *Globalización y monopolios en la comunicación de América Latina*, Biblos, Buenos Aires, 1999.

NO PODEMOS PENSAR EN CAMBIAR LA RELACIÓN DEL ESTADO CON LA CULTURA SIN UNA POLÍTICA CULTURAL INTEGRAL

significativo, se hallan varias empresas de prensa que se han expandido en los últimos años al sector audiovisual. Así, El Tiempo, de Bogotá, que está ya en telecable, acaba de inaugurar el canal local para Bogotá CityTV y construye un conjunto multisalas de cine; el grupo periodístico El Mercurio, de Santiago de Chile, es dueño de la red de telecable Intercom; el grupo Vigil, argentino, que partió de la editorial Atlántida, hoy posee el Canal Telefé y una red de telecable que opera en Argentina, Brasil y Chile.

De esa tendencia hace parte también la desaparición, o al menos la flexibilización de los topes de participación de capital extranjero en las empresas latinoamericanas de medios. Tanto Televisa como el grupo Cisneros hacen ya parte de empresas de televisión en varios países de Sudamérica; en el grupo Clarín hay fuertes inversiones de las estadounidenses GTE y AT&T; Rupert Murdoch tiene inversiones en O Globo; el grupo Abril se ha asociado con las compañías Disney, Cisneros y Multivisión con Hughes, etc. En conjunto, lo que esa tendencia evidencia es que, mientras la audiencia se segmenta y diversifica, las empresas de medios se entrelazan y concentran, constituyendo en el ámbito de los medios de comunicación algunos de los oligopolios más grandes del mundo. Lo que no puede dejar de incidir sobre la conformación de los contenidos, sometidos a crecientes patrones de abaratamiento de la calidad y fuertes, aunque muy diversificados modos de uniformación.

La otra tendencia reubica al campo de los medios de comunicación como uno de los ámbitos en los que las modalidades de la propiedad presentan mayor movimiento. Es éste uno de los campos donde más se manifiesta el llamado posfordismo: el paso de la producción en serie a otra más flexible, capaz de programar variaciones cuasi “personalizadas” para seguir el curso de los cambios en el mercado. Un modelo de producción así, que responde a los ritmos del cambio tecnológico y a una aceleración en la variación de las demandas, no puede menos que conducir a formas flexibles de propiedad. Nos encontramos ante verdaderos movimientos de “desubicación de la propiedad” que, al abandonar en parte la estabilidad que procuraba la acumulación, recurren a alianzas y fusiones móviles que posibilitan una mayor capacidad de adaptación a las cambiantes formas del mercado comunicativo

y cultural. Como afirma Castells, no asistimos a la desaparición de las grandes compañías, pero “sí a la crisis de su modelo de organización tradicional [...] La estructura de las industrias de alta tecnología en el mundo es una trama cada vez más compleja de alianzas, acuerdos y agrupaciones temporales, en la que las empresas más grandes se vinculan entre sí”,²² y con otras medianas y hasta pequeñas en una vasta red de subcontratación. A esa red de vínculos operativos de relativa estabilidad corresponde una nueva “cultura organizacional” que pone el énfasis en la originalidad de los diseños, la diversificación de las unidades de negocio y un cierto fortalecimiento de los derechos de los consumidores. Lo que en esas reconfiguraciones de la propiedad está en juego no son sólo movimientos del capital sino las nuevas formas que debe adoptar cualquier regulación que busque la defensa de los intereses colectivos y la vigilancia sobre las prácticas monopólicas.

¿Les queda entonces sentido a las políticas culturales y de comunicación? Sí, a condición de que esas políticas:

- ▀ Superen la vieja concepción excluyente de lo nacional y asuman que su espacio real es más ancho y complejo: el de la diversidad de las culturas locales dentro de la nación, y el de la construcción del espacio cultural latinoamericano.

- ▀ No sean pensadas por separado desde los ministerios de cultura, educación y comunicaciones. No podemos pensar en cambiar la relación del estado con la cultura sin una política cultural integral, esto es, que asuma en serio lo que los medios tienen *de*, y hacen *con* la cultura cotidiana de la gente; del mismo modo que no podemos desestatalizar lo público sin reubicarlo en el nuevo tejido comunicativo de lo social, es decir, sin políticas capaces de convocar y movilizar al conjunto de los actores sociales: instituciones, organizaciones y asociaciones; estatales, privadas e independientes; políticas, académicas y comunitarias.

- ▀ Sean trazadas tanto para el ámbito privado como público. En el privado, y en un tiempo en que la desregulación es la norma, la intervención del estado en el mercado debe establecer unas mínimas reglas de juego que: exijan limpieza y compensación en las concesiones, preserven el pluralismo en la información y la cultura, ordenen una cuota mínima de producción nacional, fomenten la experimentación y la

22. Castells, Manuel. *Op. cit.*, pp. 190-191.

creatividad, en especial protegiendo la existencia de grupos independientes de producción. En el público, se trata ante todo de alentar —sostener, subsidiar e incentivar— medios y experiencias de comunicación que amplíen la democracia, la participación ciudadana y la creación/apropiación cultural, y ello no sólo en el plano nacional sino también en el regional y local. Si el estado se ve hoy obligado a desregular el funcionamiento de los medios comerciales, debe entonces ser coherente y permitir la existencia de múltiples tipos de emisoras y canales que hagan realidad la democracia y el pluralismo que los canales comerciales poco propician. Así como en el ámbito del mercado la regulación estatal se justifica por el inegable interés colectivo presente en toda actividad de comunicación masiva, la existencia de medios públicos se justifica en la necesidad de posibilitar alternativas de comunicación que den entrada a todas aquellas demandas culturales que no caben en los parámetros del mercado, ya sean provenientes de las mayorías o de las minorías.

► Tengan proyección sobre el mundo de la educación. Lo que tiene que ver menos con la presencia instrumental de medios en la escuela, o de la educación en los medios, que con la cuestión estratégica de cómo insertar la educación —desde la primaria a la universidad— en los complejos procesos de comunicación de la sociedad actual, en el ecosistema comunicativo que conforma la trama de tecnologías y lenguajes, sensibilidades y escrituras. Se trata de la desubicación y reubicación de la educación en el nuevo entorno difuso de informaciones, lenguajes y saberes, y descentrado por relación a la escuela y el libro, ejes que organizan aún el sistema educativo.

¿LE QUEDA SITIO EN EL GLOBO AL ESPACIO CULTURAL LATINOAMERICANO?

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 latinoame-

ricanos pasa hoy de forma ineludible por su integración a una economía-mundo regida por la más pura y dura lógica del mercado; lo que, al hacer prevalecer las exigencias de competitividad sobre las de cooperación, está fracturando la solidaridad regional: los movimientos de integración económica se traducen así, de un lado en la inserción excluyente²³ de los grupos subregionales (Tratado de Libre Comercio de América del Norte, Mercosur) en los macrogrupos del Norte y de Europa, y de otro en una apertura económica que acelera la concentración del ingreso, la reducción del gasto social y el deterioro de la escena pública.

De otro lado, 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 ella,²⁴ al mismo tiempo que refuerza y densifica la desigualdad del intercambio.²⁵ 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 al 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 con más fuerza 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 de manera decisiva en la pregunta por el peso que las industrias del audiovisual están teniendo en ese proceso, ya que 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. Mientras en Europa pasa al primer plano la excep-

23. Saxe-Fernández, John. “Poder y desigualdad en la economía internacional”, en *Nueva sociedad*, núm.143, Caracas, 1996, pp. 62 y ss; véase también Ianni, Octavio et al. *Desafíos da globalização*, Vozes, Petrópolis, 1998.

24. Sutz, Judith. “Ciencia, tecnología e integración latinoamericana: un paso más allá del lugar común”, en *David y Goliath*, núm.56, Buenos Aires, 1990.

25. Castells, Manuel y Roberto Laserna. “La nueva dependencia: cambio tecnológico y reestructuración socioeconómica en América Latina”, en *David y Goliath*, núm.55, Buenos Aires, 1989.

ción cultural con que se buscan 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 audiovisual,²⁶ la integración latinoamericana, por el contrario, al obedecer casi sólo al interés privado, lleva su producción audiovisual a un movimiento creciente de neutralización y borramiento de las señas de identidad regionales y locales.²⁷

El cine se halla acosado entre la retirada del apoyo estatal²⁸ 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 la década de los ochenta la caída de 123 a 61 millones de espectadores y en Argentina de 45 a 22 millones, debatiéndose 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 anterior 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, 12 mil videoclubes de alquiler de cintas y 340 millones de cintas alquiladas al año.

Esa tendencia ha comenzado a cambiar de forma significativa en los últimos años:²⁹ del lado de la producción, 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 en la ac-

EL CINE SE HALLA ACOSADO ENTRE la retirada del apoyo estatal a las productoras —que hizo descender a menos de la mitad la producción anual en países como México y Brasil— y la disminución de espectadores

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 reencontrarse con el cine³⁰ en su “lugar de origen”: las salas públicas. Ello nos coloca ante una profunda diversificación de los públicos, que reabre las posibilidades a un cine capaz de interpelar culturalmente, de poner a comunicar a las culturas y a sus pueblos. Tanto en la producción como en su consumo, esos nuevos desarrollos del cine exigen una presencia de los estados y de 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.

tualidad en Brasil, Argentina o Colombia.

Lo anterior significa para el cine la recuperación de la capacidad de experimentar estéticamente y de expresar culturalmente la pluralidad de historias y 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 cambios importantes en la actualidad. Al cierre acelerado de salas de cine —para dedicarlas en buena parte a templos evangélicos!— le ha

26. **Schlesinger, Philip.** “La europeidad: un nuevo campo de batalla”, en *Estudios de Culturas Contemporáneas*, núms. 16-17, Colima, 1994, pp. 121-140; Dossier “FR3 region: du local au transfrontier”, en *Dossiers de l’audiovisuel*, núm. 33, París, 1990; Bechelloni, Giovanni. *Televisione come cultura*, Liguori, Nápoles, 1995.

27. **Martín-Barbero, Jesús.** “Comunicación e imaginarios de la integración”, en *Inter-medios*, núm. 2, México, 1992, pp. 6-13.

28. **Getino, Octavio (comp.)** *Cine latinoamericano, economía y nuevas tecnologías*, Legasa, Buenos Aires, 1989.

29. **Getino, Octavio.** *La tercera mirada: panorama del audiovisual latinoamericano*, Paidós, Buenos Aires, 1996; Varios autores. “Industria audiovisual”, en *Comunicação e Sociedade*, núm. 22, São Paulo 1994; Instituto Superior Peruano-Alemán. *El impacto del video en el espacio latinoamericano*, IPAL, Lima, 1990.

30. **García Canclini, Néstor (coord.)** *Los nuevos espectadores: cine, televisión y video en México*, CONACULTA/Imcine, México, 1994.

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 de manera cotidiana la desmesurada capacidad de representación que ha adquirido la televisión.

Desde México hasta la Patagonia argentina la televisión convoca hoy a la gente 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 ésta no cuenta, sino porque su peso político o cultural 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 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 ésta le hace. Demandas que se alimentan *de*, y se proyectan *sobre* los dispositivos y modalidades de reconocimiento sociocultural 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 la década de los setenta las series estadounidenses dominaban en forma aplastante la programación

EN LO QUE ATAÑE A LA TELEVISIÓN, como en ningún otro medio, en ella se hacen presentes las contradicciones de la globalizada modernización latinoamericana

de ficción en los canales latinoamericanos de televisión; lo que de una parte significaba que el promedio de programas importados de Estados Unidos —en su mayoría comedias y series melodramáticas o policíacas— ocupaba cerca de 40% de la programación,³¹ y de otra, 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 esa década la situación comenzó a cambiar

y durante los ochenta la producción nacional creció y entró a disputar a las series estadounidenses los horarios “nobles”.

En un proceso muy 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 de ese país norteamericano.³² A partir de ahí, y hasta inicios de la década de los noventa, 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,³³ es decir, en la consolidación de esta industria en la modernización de sus procesos e infraestructuras —técnicas y financieras— y en la especialización de sus recursos: libretistas, directores, camarógrafos, sonidistas, escenógrafos y editores.

La producción de telenovelas significó a su vez una cierta apropiación del género por cada país: su nacionalización. Pues si bien el género telenovela implica rígidos estereotipos en su esquema dramático y fuertes condicionantes en su gramática visual —reforzados por la lógica estandarizadora del mercado

31. **Varis, Tapio.** *International inventory of television programmes structure and the flow of the programmes between nations*, University of Tampere, Tampere, 1973.

32. **Schneider-Madanes, Graciela (dir.)** *L'Amérique Latine et ses télévisions. Du local au mondial*, Anthropos/Ina, Paris, 1995.

33. **Portales, Diego.** *La dificultad de innovar. Un estudio sobre las empresas de televisión en América Latina*, Ilet, Santiago, 1988; Ortiz, Renato et al. *Telenovela: história e produção*, Brasiliense, São Paulo, 1985; González, Jorge. *Las vetas del encanto. Por los veneros de la producción mexicana de telenovelas*, Universidad de Colima, Colima, 1990; Coccato, Mabel. “Apuntes para una historia de la telenovela venezolana”, en *Videoforum*, núms. 1, 2 y 3, Caracas, 1985.

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 y el teatro. 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 este género televisivo 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 y actores, que aportan temáticas y estilos por los que pasan dimensiones claves de la vida y de las culturas nacionales y locales.

En el momento de su mayor creatividad, la telenovela latinoamericana atestigua las dinámicas internas de una identidad cultural plural.³⁴ Pero será esa heterogeneidad de narraciones, que hacía visible la diversidad cultural de lo latinoamericano, la que la globalización ha ido reduciendo. 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

LA PRODUCCIÓN DE TELENOVELAS

significó a su vez una cierta apropiación del género por cada país: su nacionalización

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.

La relación entre medios y culturas, sobre todo en el campo audiovisual, se ha tornado en la década de los noventa especialmente compleja. Como demostró, en la última reunión del GATT —ahora OMC—, el debate entre la Unión Europea y 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 el 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 los dos grandes acuerdos de integración subregional —la entrada de México al Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos y Canadá y la creación del Mercosur entre Brasil, Argentina, Uruguay y Paraguay— la presencia del tema cultural es hasta ahora marginal: “objeto sólo de anexos o acuerdos paralelos”.³⁵ Los objetivos 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

34. Martín-Barbero, Jesús y Sonia Muñoz. *Televisión y melodrama*, Tercer Mundo, Bogotá, 1992; Mazziotti, Nora. *La industria de la telenovela*, Paidós, Buenos Aires, 1996.

35. Galpering, Hernán. “Las industrias culturales en los acuerdos de integración regional”, en *Comunicación y sociedad*, núm.31, Guadalajara, p.12; Recondo, Gregorio (comp.) *Mercosur, La dimensión cultural de la integración*, Ciccus, Buenos Aires, 1997; Achugar, Hugo y Francisco Bustamante. “Mercosur: intercambio cultural y perfiles de un imaginario”, en García Canclini, Néstor (coord.) *Culturas y globalización*, Nueva Sociedad, Caracas, 1996.

ahondamiento de la división social entre los inferricos y los infopobres.

La otra razón de fondo, que impide integrar un mínimo las políticas sobre industrias culturales en los acuerdos de integración latinoamericana, estriba en el divorcio entre el predominio de una concepción populista de la identidad nacional y un pragmatismo radical de los estados a la hora de insertarse en los procesos de globalización económica y tecnológica. 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.

Ancladas en una concepción preservacionista de la identidad, y en una 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, exige de los estados un mínimo de presencia en la preservación y recreación de las identidades colectivas.

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 el escenario audiovisual latinoamericano. En primer lugar, el desarrollo de nuevos actores y formas de comunicación desde los que se están recreando las identidades culturales. Me refiero a las radioemisoras y televisoras regionales, municipales y comunitarias, y a los innumerables grupos de producción de video popular que están constituyendo “un espacio público en gestación, representante de un impulso local hacia arriba, destinado a convivir con los medios globales. Convivencia que constituye quizá la tendencia más clara de las industrias culturales ‘de

LAS POLÍTICAS CULTURALES DE los estados han desconocido por completo el papel decisivo de las industrias audiovisuales en la cultura cotidiana de las mayorías

punta’ en la región”.³⁶ Sin ser de los más avanzados en ese terreno, Colombia cuenta ya con 546 emisoras de radio comunitaria y con cerca de 400 experiencias de televisión local y comunitaria. Todas ellas hacen parte de esas redes informales que, desde aldeas y barriadas —vía los encadenamientos posibilitados por el telecable y las antenas parabólicas—, ponen a comunicar, mestizándolas, sus propias configuraciones culturales con la diversidad de las culturas del mundo que, aun descontextualizadas y esquematizadas, se asoman por las redes globales.

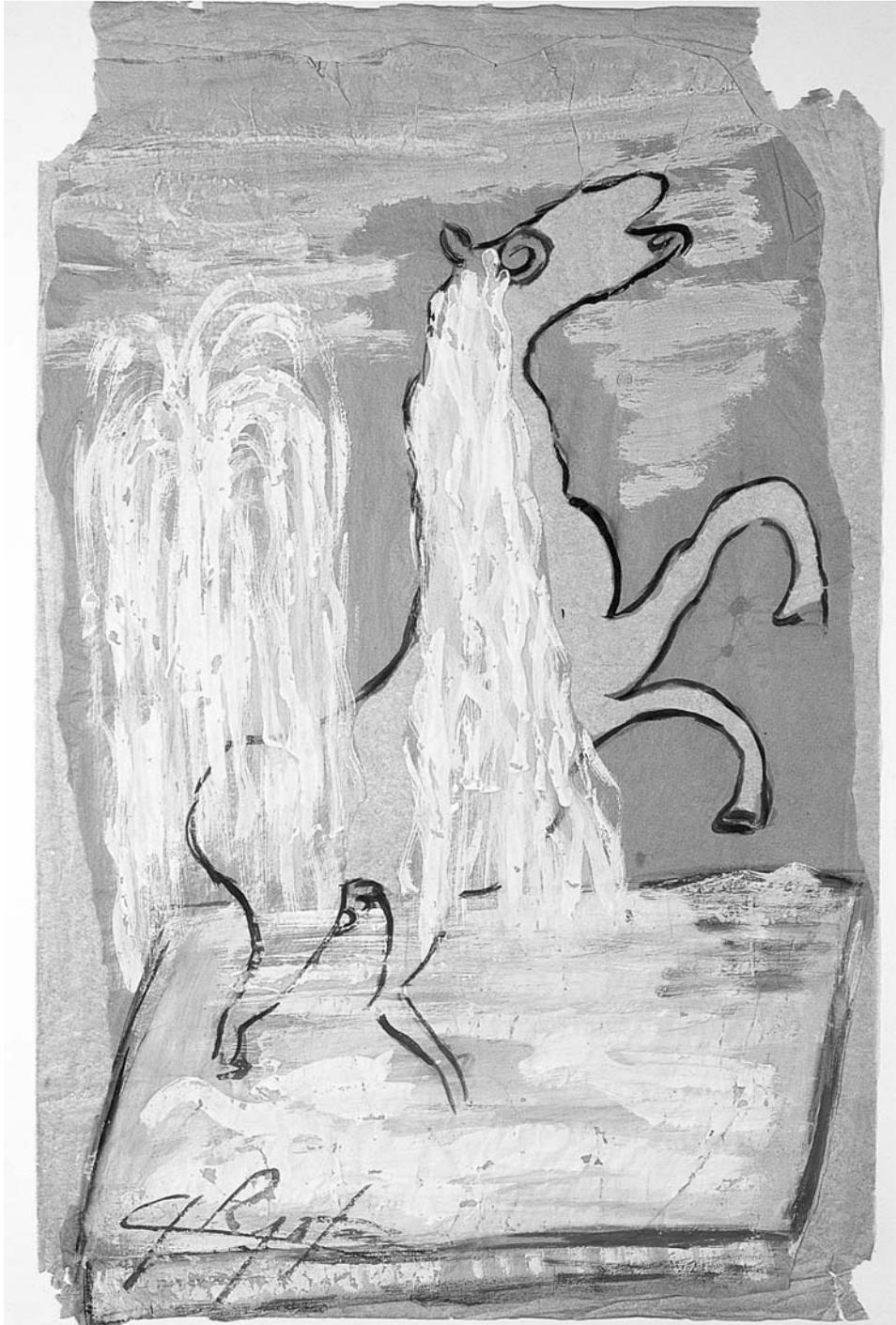
También entre las grandes industrias del rock pasan hoy movimientos de comunicación e integración cultural nada despreciables.

El movimiento del rock latino despierta creativities insospechadas de mestizajes e hibridaciones de las estéticas transnacionales con los sonos y ritmos más locales. “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 colombiana.³⁷

Que se trata de modos de recreación de lo latinoamericano como un lugar de pertenencia cultural y de enunciación específico, lo prueba la existencia del canal latino de MTV, en el que se hace presente, junto a lo musical, la creatividad audiovisual en ese género híbrido, global y joven por excelencia que es el videoclip. ■

36. **Roncagliolo, Rafael.** “La integración audiovisual en América Latina: Estados, empresas y productores independientes”, en García Canclini, Néstor (coord.) *Culturas en globalización*, Nueva Sociedad, Caracas, 1996, p.53.

37. **Rueda, A.** *Representaciones de lo latinoamericano: memoria, territorio y transnacionalidad en el videoclip del rock latino*, tesis, Univalle, Cali, 1998.



CABALLO EN LA FUENTE. TINTA Y GOUACHE SOBRE PAPEL DE CHINA, ca. 1953. Colección Casa Museo Luis Barragán.