

Identidad, comunicación y modernidad en América Latina



Jesús MARTÍN-BARBERO

“¿Cómo reafirmar nuestras identidades si ya no somos lo que quisimos ser. Y cómo luchar contra aquello que nos oprime sino es asumiéndonos como somos, pero sin dejar de soñar?”

Fernando Calderón

“¿Cómo evitar la descomposición del planeta entre los que transforman la razón en armas y los que transforman la identidad en teocracia e intolerancia?”

Alain Touraine

INTRODUCCION

DESDE sus inicios, pero especialmente desde mediados de los años setenta, los estudios de comunicación en América Latina han vivido desgarrados entre dos cuestiones: la tecnológica —el “hecho tecnológico” con su razón modernizadora o desarrollista— y la cultural, la cuestión de la memoria y las identidades en su lucha por sobrevivir y reconstituirse desde la resistencia y la reapropiación. La incertidumbre, la vacilación teórica de esos estudios, su difícil traducción a otros “idiomas” tiene no poco que ver con la ambigüedad de que se carga un saber mestizo de dos lógicas: la del *conocimiento* regulado por leyes de acumulación y compatibilidad, y la del *re-conocimiento* de las diferencias y las verdades culturales.

Es por eso que el tema de esta conferencia nos concierne de un modo bien particular a los latinoamericanos, pues lo que en él se nos plantea no es tanto una cuestión de actualidad sino la del sentido mismo de la modernidad

latinoamericana, o mejor la trama de modernidad y discontinuidades culturales, de anacronías y utopías que sostiene y resiste, asimila y enfrenta la comunicación masiva en nuestros pueblos. Antes que objeto de debate teórico entre psicólogos y antropólogos, y más allá de los límites con que esas disciplinas la delimitan y definen, la cuestión de la identidad emerge hoy en el discurso de los comunicólogos latinoamericanos como síntoma de la crisis radical que atraviesan tanto el modelo de desarrollo como los paradigmas conceptuales que desde la derecha y la izquierda lo sostuvieron. Residuo indigerible para unos y otros la cuestión cultural se impone hoy como una clave insoslayable de acceso y comprensión de las dinámicas y los bloqueos, de los decepcionantes resultados que han dejado los "milagros" económicos o de lo mentiroso de las pasividades y las inercias atribuidas por los salvadores de turno a las colectividades. Es el mito mismo de la massmediación universal —gestado a partir de aquellas concepciones aparentemente antitéticas, pero secretamente conectadas en el etnocentrismo, que identificaron la comunicación masiva con la decadencia cultural o la proyectaron como disolución final de las contradicciones y las diferencias— el que la experiencia de nuestros pueblos dominados pero culturalmente vivos pone hoy en cuestión. Y no desde una ilusoria identidad salvada del naufragio, burlada al sistema o no tocada por el imperialismo sino desde las formas propias de simbolizar los conflictos, las luchas y los pactos, desde la opacidad de los mestizajes, la desposesión y las reapropiaciones.

1. EL CONTENIDO DE LA PREGUNTA POR LA IDENTIDAD

Periódicamente devaluado y reevaluado en el campo intelectual el concepto de identidad parece liberarse últimamente de las amarras que lo ataron, de forma oscilante, unas veces a la versión que afirma la identidad como gesto de una separación, de un repliegue excluyente, y otras a la versión que proyecta la identidad sobre un trascendental kantiano capaz de reabsorber en su "esquema" la multiplicidad de las diferencias. Rompiendo con el círculo que conduce de una identidad separada en la dispersión a una

identidad integrada en la homogenización, la reflexión actual (propone como básica la operación de *des-totalización* para poder abordar la identidad en su aspecto relacional, esto es "la cuestión del otro como constitutiva de la identidad".¹ Pero destotalizar es también des-centrar, operación que abre el camino a una concepción desterritorializada de lo simbólico, es decir, no sujeta a las demarcaciones y separaciones que la totalización imponía sobre la comprensión de lo social. Se torna así inteligible la trama que articula la inserción de las etnias en las contradicciones y los conflictos de las clases sociales,² se hace visible la potencialidad de creación social contenida en la dinámica de la diferencia, y se hace posible preguntarse por los efectos *constituyentes* de lo simbólico en el ámbito de lo político. Las identidades colectivas dejan entonces de ser puras expresiones de la cultura o meras estrategias de la política para ser abordadas como "complejos sistemas de interrelaciones y reconocimientos a través de los cuales los agentes sociales se inscriben, consensual o conflictivamente, en el orden de las formaciones sociales".³

En el campo de los estudios de comunicación esta nueva percepción de la cuestión de la identidad está incidiendo de dos maneras: moviendo los linderos de ese campo y redefiniendo sus "objetos". Pues ni el desenmascaramiento de la ideología que subyace en los mensajes ni la puesta al descubierto de los circuitos y las tramas de poder que articulan los medios nos habrían permitido asomarnos a la *experiencia* que la gente tiene y al sentido que en ella cobran los procesos de comunicación. Un desencuentro especialmente significativo en países en los que ni la comunicación socialmente relevante tiene su lugar más primordial en los medios masivos ni lo que pasa en ellos y con ellos puede ser comprendido desde ellos, esto es por fuera de la no-contemporaneidad entre medios y usos, entre los productos y el espacio social y cultural desde el que aquellos son consumidos. Repensar desde ahí el campo de la comunicación está significando ante todo ver en la comunicación una modalidad constitutiva de las dinámicas culturales. Lo que a su vez implica referir el sentido de las prácticas comunicativas *más allá* de los medios, es decir a los movimientos sociales y a las matrices culturales.

1. J.M. Benoist, *Facetas de la identidad*. C. Lévi-Strauss: *La identidad*, p. 20. Barcelona, 1981.

2. E. de Assis Carvalho, *Identidade e projeto político*, en *Identidade: teoria e pesquisa*, p. 15 y ss., Sao Paulo, 1985.

3. O. Landi, *Crisis y lenguajes políticos*, p. 28. Buenos Aires, 1983.

Es claro que este desplazamiento no obedece únicamente a deslizamientos internos al propio campo de la comunicación sino a un movimiento general en las ciencias sociales de reencuentro con lo cultural en cuanto *mediación* que articula las solidaridades políticas y los conflictos sociales, a la vez que nos da acceso al sentido que tiene hoy el desfase entre innovaciones tecnológicas y anacronías políticas.

2. OPACIDADES Y CONTRADICCIONES CULTURALES DE LO NACIONAL

Problemático como ningún otro, pero más crucial quizás que nunca, el *espacio de lo nacional* en América Latina aparece hoy atravesado por una doble opacidad: la que implica "la naturaleza propia, diferenciada, excéntrica a los modelos clásicos, del proceso de constitución de los estados nacionales en la región"⁴ y la que proyecta la "cuestión transnacional" sobre un pensamiento crítico que, aferrado a la idea del imperialismo, se niega a ver lo que ahí emerge: una nueva fase del capitalismo que se especifica por la alteración profunda —política y no sólo económica— de la naturaleza y las funciones de los estados nacionales;⁵ y por la transformación entonces del sentido de la dependencia; "es muy distinto luchar por independizarse de un país colonialista en el combate frontal con un poder geográficamente definido, a luchar por una identidad propia dentro de un sistema transnacional difuso, complejamente interrelacionado e interpenetrado".⁶ Doblemente opaco y doblemente crucial, pues sobre el espacio nacional, reconfigurándolo, convergen hoy las presiones de una crisis económica, que tiene su expresión más dramática en los efectos sociales de una deuda externa que torna *ingobernables* ciertas situaciones, y las producidas por el estallido político y cultural de lo regional y local redefiniendo sus modos de inserción en lo nacional.

Populismo y medios en la constitución del imaginario nacional

La configuración cultural de la identidad nacional —y la significación que ahí toma la acción de los medios masi-

4. J. Aricó, *La producción de un marxismo americano*, en Rev. "Punto de Vista" No. 25, p. 9, Buenos Aires, 1985.

5. R. Roncagliolo, en *Comunicación transnacional: conflicto político y cultural*. Lima, 1982.

6. N. García Canclini, *Las políticas culturales en América Latina*, Rev. "Chasqui" No. 7, p. 24, Quito, 1983.

vos— nos plantea ineludiblemente la cuestión del Estado, pero no sólo en la materialidad de sus aparatos sino en su institución imaginaria como sujeto,⁷ y por lo tanto en el proceso de su constitución. Y ello de modo especial en una América Latina donde el populismo representa “la recreación societal y cultural más genuina en lo que va del siglo XX”,⁸ la forma histórica en que las masas han sido incorporadas a la vida social y cultural de la nación. Frente a un obstinado reduccionismo que confundió los populismos latinoamericanos —de Getulio Vargas en Brasil, de Cárdenas en México, de Perón en Argentina— con meras modulaciones del fascismo, los nuevos historiadores y los sociólogos de la cultura política⁹ comienzan a destacar la originalidad de una experiencia y unos dispositivos mediante los cuales estos países, a partir de los años treinta, llevaron a cabo el proceso de modernización de sus estructuras económicas y políticas haciendo frente a la crisis de hegemonía producida por la ausencia de una clase que como tal asumiera la dirección de la sociedad. Si esa experiencia ha marcado tan fuertemente los modos de organización y expresión de lo nacional en América Latina es porque más que una estrategia desde el poder, el populismo resultó siendo la organización del poder que dio forma al compromiso entre masas, nuevas masas urbanas, y Estado. A la visibilidad social de las masas —expresada en la presión de sus demandas de trabajo, educación, salud, diversión— el Estado responde nacionalizándolas: constituyéndolas en sujeto social justamente a partir de la idea de nación, pues ellas son el nuevo contenido de la idea de pueblo en que se reconoce ese nuevo sujeto que plasma lo nacional.

Desde dos ángulos los medios de comunicación van a hacerse presentes con efectos constitutivos sobre esos procesos. El primero es el papel jugado por los medios masivos de comunicación en la *unificación* de los países. Pues a un país lo unifican tanto o más que las carreteras y los ferrocarriles, la radio y el cine. Si los unos hacen posible el establecimiento de un mercado nacional, los otros harán posible una cultura nacional. El cine en algunos países y la radio en casi todos proporcionaron a las gentes de las diferentes regiones y provincias una primera vivencia

7. Ver a ese propósito: C. Castoriadis, *L'institution imaginaire de la société*, Paris, 1975.

8. F. Calderón, *América Latina: identidad y tiempos mixtos*, en Rev. “David y Goliat” No. 52, p. 6, Buenos Aires, 1987.

9. Acerca de las nuevas concepciones del populismo: J.C. Portantiero, *Lo nacional-popular y la alternativa democrática en América Latina*, Lima, 1981; F. Wefort, *O populismo na política brasileira*, Rio de Janeiro, 1978; E. Laclau, *Política e ideología en la teoría marxista*, Madrid, 1978.

10. C. Monsivais, *Notas sobre la cultura mexicana en el siglo XX*, en *Historia General de México*, Vol. IV, México, 1976.

cotidiana de la nación, transmutaron la idea política en vivencia, esto es en *sentimiento nacional*. La radio posibilitando la comunicación de las culturas rurales —que eran las de las mayorías— con la nueva cultura urbana, posibilitando su tránsito a la modernidad sin perderse del todo, sin abandonar ciertos rasgos de identidad —narrativos, musicales—, dando persistencia e introduciendo elementos de una matriz cultural expresivo-simbólica en una cultura urbana que empieza a organizarse sobre la racionalidad informativo-instrumental. Por su parte el cine hará nación teatralizándola: dándole rostros, gestos, voces, imágenes.¹⁰ Al verse en las imágenes del cine, los modos de moverse o de hablar, los colores y los gestos populares fueron siendo legitimados como conformadores de la cultura nacional. Con todo lo que ello implicará de desactivación de esos gestos, de homogenización y chauvinismo, pero también de inclusión en la nueva identidad urbano-nacional. El segundo es el decisivo papel jugado por los medios masivos en la comunicación entre caudillos y masas populares. La función primordial de los medios fue la de hacerse voceros de la interpelación que convertía a las masas en pueblo y al pueblo en nación. Interpelación que venía del Estado pero que sólo fue eficaz en la medida en que las masas reconocieron en ella algunas de sus demandas básicas y la presencia de algunos de sus modos de expresión. En la resemantización de esas demandas y en el reconocimiento de expresiones que venían del mundo popular, la acción de los medios consistió en hacerse el espacio de ósmosis en que se configura el discurso *popular-de-masas*, ese en que las masas populares se reconocieron y transformaron, se exaltaron y se apaciguaron.

Modernización refleja y nacionalismo estatalista

Ya en la idea misma de *modernización* que orientó los cambios y llenó de contenido al nacionalismo populista se hizo visible la contradicción con la que la dependencia carga el espacio de lo nacional en América Latina, permeando el alcance de los cambios y develando la inversión de sentido que en los nacionalismos estatalistas va a sufrir lo popular. La modernización fue más un movimiento de adaptación, económica y cultural, que de profundización

de la independencia. "Sólo podíamos alcanzar nuestra modernidad a partir de la traducción de nuestra materia prima en una expresión que pudiera encontrar reconocimiento en el exterior" afirma el brasileño E. Squeff.¹¹ Se quería ser nación para lograr al fin una identidad, pero la consecución de esa identidad implicaba su traducción al discurso modernizador de los países hegemónicos pues sólo en términos de ese discurso el esfuerzo y los logros eran validados como tales. Contradicción que será sumergida y ocultada por el discurso nacionalista al exaltar la comunidad nacional, sustituyendo el análisis de clase y localizando la causa de los males en el exterior. Doble movimiento que conducirá a una definición de lo nacional en términos de lo telúrico y lo biológico-racial, y por tanto a la hipóstasis de un "ser nacional" del que será excluida la historia o será sólo narrada legendariamente: una historia de esencias y arquetipos. De ahí a la sustracción/sustitución del pueblo por el Estado sólo hay un paso, que los populismos y desarrollismos darán con facilidad, apoyados sin duda en una larga tradición de protagonismo del Estado en detrimento de la sociedad civil. Tradición por otra parte que en cuanto concepción política han compartido en estos países populistas y marxistas.¹² La preservación de la identidad nacional se confunde así con la preservación del Estado, y la defensa de los "intereses nacionales" puesta por encima de las demandas populares acabará incluso justificando —como en la doctrina de la "seguridad nacional"— la suspensión/supresión de la democracia. Los pueblos de América Latina tienen una larga experiencia de esa inversión de sentido mediante la cual la identidad nacional es puesta al servicio de un chauvinismo que racionaliza la crisis de hegemonía burguesa y el chantaje ejercido desde el Estado para preservar el orden. No le falta razón a A. Novaes cuando constata que en la historia de estos países el único poder que gana en "sustancia" es el Estado mientras pueblo y nación acaban siendo símbolos de una idea.

Cargado de contradicciones, el espacio de lo nacional afronta hoy una peligrosa operación de devaluación interna. El reconocimiento por ciertos sectores intelectuales de la dimensión autoritaria y atrasada, provinciana, de la cultura nacional por relación a la dimensión planetaria de la

11. E. Squeff y J.M. Wisnik, *O nacional e o popular na cultura brasileira-Música*, p. 55, Sao Paulo, 1983.

12. J. Aricò, op. cit., p. 12. Ver también: M.A. Garreton y otros, *La cuestión nacional*, Santiago de Chile, 1983.

13. R. Schwarz, *Nacional por sustracción*, en Rev. "Punto de vista" No. 28, p. 17, Buenos Aires, 1986.

industria cultural puede estar funcionando como legitimación de la transnacionalización que agencia el capitalismo. "Sobre el fondo de la industria cultural el malestar en la cultura nacional desaparece".¹³ Quedando así librados a las propuestas de una cultura que se presenta sin contradicciones, sin malestar. Cuando es precisamente en el reconocimiento y la asunción de ese malestar donde reside la posibilidad de un nacionalismo cultural que, abierto a los retos de una relación conflictiva pero enriquecedora con los "otros", sigue siendo imprescindible en la determinación de las estrategias de resistencia a una dominación disfrazada de desarrollo o modernización.

Crisis de lo nacional y emergencia cultural de las regiones

La "cuestión regional" se ha vuelto tema y referente obligado estos últimos años, tanto en el ámbito de los movimientos sociales como de los trabajadores culturales, de los políticos y de los investigadores. Desde la gente que lucha en los movimientos cívicos o las organizaciones barriales hasta los que se ocupan de pensar la dinámica cultural de nuestras sociedades, la búsqueda y defensa de la autonomía regional se halla de una manera u otra vinculada a la crisis de lo nacional.¹⁴ Crisis de la nación como sujeto capaz de hacer real aquella unidad que articularía las demandas y representaría los intereses de las diferentes partes que cobija su idea. Crisis a la vez operante y aplazada en América Latina desde el tiempo en que las naciones se hicieron a costa de las regiones, esto es no haciendo converger las diferencias sino subordinándolas al servicio de un Estado que más que integrar supo centralizar. ¿Qué ha llegado a ser lo nacional en cuanto estructura de representación y participación en las decisiones? Ahí apunta sin duda la dimensión política de que se carga hoy la cuestión cultural: ya no podemos pensar en la *diferencia* sin pensar en la *desigualdad*. De manera que hablar de identidad regional implica hablar no sólo de costumbres y dialectos, de ritmos y artesanías sino también de marginación social, de expropiación económica y de exclusión en las decisiones políticas. Pues una región está hecha tanto de expresiones

14. Un conjunto de trabajos sobre ese tema: M. Palacios (ed.), *La unidad nacional en América Latina: del regionalismo a la nacionalidad*, México, 1983.

culturales como de situaciones sociales a través de las cuales se hace visible el "desarrollo desigual" de que están hechos los países. La región resulta además expresión de una particular desigualdad: aquella que afecta a las etnias y culturas que, como los negros y las indígenas, pero también otras, son objeto de proceso de desconocimiento y desvalorización permanentes. Nos referimos al hecho de que esas identidades culturales son cotidianamente utilizadas para descargar sobre ellas el resentimiento nacional, para echarles la culpa del atraso y ejercer sobre ellas un racismo que la retórica populista no alcanza nunca a difrazar del todo.

En el plano de las políticas económicas es obvio que las regiones no pueden suplir a la nación, no pueden pensar sus políticas separadamente: sería iluso tratar de enfrentar a las transnacionales desde cada región. Pero en el terreno cultural podría suceder algo bien diferente. Ya que lo que culturalmente hay de más vivo quizás no se halle en lo legitimado como nacional sino en lo que se vive y se produce desde cada región, en la cocina como en la música, en la danza como en la literatura. Porque si hacerle frente a la seducción cultural que nos viene del mercado transnacional puede ser algo más que retórica chauvinista o mero repliegue defensivo y hasta suicida, necesitamos entonces desarrollar todo aquello que signifique cultura viva, cotidiana, capaz de generar identidad.

3. ESPACIOS Y MODOS DE EXISTENCIA DE LO POPULAR

EN América Latina la idea de identidad cultural está asociada predominantemente al espacio de las culturas populares. Y ello desde el discurso político populista hasta el discurso de la crítica o la investigación. Su razón se halla en la presencia en estas sociedades de diferencias culturales no reducibles a la disidencia contracultural o al museo, su razón es la vigencia y pluralidad de lo popular señalando el espacio de conflictos profundos y de 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 predo-

15. L.A. Romero, *Una empresa cultural para los sectores populares*, p. 26. Buenos Aires, 1985.

minante, 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 élite".¹⁵ 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, aislando. 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 los 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.¹⁶

16. A. Rama, *La gesta del mestizo*, en *Transculturación narrativa en A.L.* México, 1982; del mismo autor: *Introducción a Formación de una cultura nacional indoamericana*, de J.M. Arguedas, México, 1977.

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".¹⁷ 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 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 folkloristas, ni son tampoco meros apéndices atípicos de un capitalismo que todo lo devora".¹⁸ 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".¹⁹ Operación en la que se hace presente también el Estado al convertir las artesanías o las danzas,

17. M. Lauer, *Crítica de la artesanía: plástica y sociedad en los andes peruanos*, p. 112, Lima, 1982.

18. N. García Canclini, *Las culturas populares en el capitalismo*, p. 104, México, 1982.

19. *Ibidem*, p. 126 y ss.

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 incapacita para percibir el sentido del desarrollo de esas culturas.²⁰ 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 comunidad.²¹ 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 por 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 ciudad.²² 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 Sao Paulo, en las que perpetúa

20. M. Lauer, op. cit., p. 49 y ss.

21. N. García Canclini, op. cit., p. 168.

22. R.M. Alfaro, *Modelos radiales y proceso de popularización de la radio*, en Rev. "Contratexto" No. 1, ps. 45-74, Lima, 1985.

una narrativa oral, una simbología de heroísmos y hazañas conectadas con lo cotidiano, con las luchas diarias por sobrevivir en la ciudad.

Cultura popular e industria cultural

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 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”²³ 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 unificado*,²⁴ 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

23. G. Sunkel, *Razón y pasión en la prensa popular*, p. 16, Santiago, 1985.

24. S. Miceli, *A noite da madrinha*, p. 210 y ss., Sao Paulo, 1972.

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 distancia al 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 Argentina²⁵ 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 nueva 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 las 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 acompañamien-

25. A propósito de las "nuevas fronteras de la música popular en América Latina", ver el No. especial de la Rev. "Comunicación y cultura", No. 12, México, 1984.

to de modernas orquestas integradas por músicos profesionales que componen nuevas melodías para estas danzas. Lo folklórico se ha hecho popular".²⁶

Otra experiencia cultural que constituye hoy un espacio explícito de entrecruzamiento de la lógica industrial y los requerimientos del mercado con matrices culturales que vienen del mundo popular es la telenovela. En ella una narrativa anacrónica se incorpora a uno de los formatos más industrializados de la televisión, e incorpora a su manera propuestas de modernización de la vida.²⁷ Más cercana de la *narración* —en el sentido que le diera W. Benjamin²⁸— que de la novela o sea del libro, la telenovela latinoamericana conserva una fuerte ligazón con la cultura de los cuentos y leyendas, con las crónicas de que cantan los corridos mexicanos o los vallenatos colombianos. Conserva la presencia del *contar a* en su establecimiento día tras día de una continuidad narrativa, y la *apertura indefinida* del relato —se sabe cuando empieza pero no cuando acaba— se traduce en una permanente porosidad de éste a la actualidad de lo que pasa en el país y aún en sus mismas condiciones de producción. Por otro lado la telenovela es un texto *dialógico*, o como lo denomina un antropólogo brasileño "traduciendo" la propuesta de Bajtin, un *género carnavalesco*²⁹ por el intercambio, la confusión entre relato y vida: entre lo que hace el actor y lo que le pasa al espectador. He ahí una señal de identidad de aquella experiencia narrativa que se mantiene abierta a las reacciones del público, en la que autor, lector y personajes intercambian constantemente su posición. El melodrama televisivo es hoy en América Latina al mismo tiempo forma de recuperación de la memoria popular en el imaginario que fabrica la industria cultural y metáfora reveladora de los modos de presencia del pueblo en la masa.

4. LA BUSQUEDA DE IDENTIDAD EN LOS MOVIMIENTOS SOCIALES

Si abordamos la gestación de identidades desde el espacio de los nuevos movimientos sociales es porque una de las dimensiones fundamentales de esos movimientos es la explícita revalorización del entramado cultural de la política, la redefinición de lo político como campo de interpe-

26. J.M. Arguedas, *Formación de una cultura nacional indoamericana*, p. 125, México, 1977.

27. Un proyecto que investiga esas pistas: J. Martín-Barbero, *Televisión, melodrama y vida cotidiana*, en Rev. "Diálogos de la comunicación", No. 17, ps. 46-60, Lima, 1987.

28. W. Benjamin, *El narrador*, en "Revista de Occidente" No. 129, Madrid, 1973.

29. R. da Matta, *A casa e a rua: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil*, Sao Paulo, 1985.

30. Sobre esa redefinición de lo político: N. Lechner, *La conflictiva y nunca acabada construcción del orden descado*, Santiago, 1984; O. Landi, *Cultura y política en la transición democrática*, Buenos Aires, 1985.

31. Tilman Evers, *Identidad, la faz oculta de los movimientos sociales*, en Rev. "Punto de Vista" No. 25, Buenos Aires, 1985.

32. M. Castells, *La ciudad y las masas*, p. 430, Madrid, 1986.

lación y reconocimiento de los sujetos sociales.³⁰ Frente a una sociedad organizada en formas cada día más "abstractas" —más alejadas de la experiencia— y una política profesionalizada y separada de las preocupaciones y los miedos cotidianos de la gente, asociaciones de vecinos y pobladores barriales, de mujeres, de comunidades de base, de comités pro derechos humanos o defensa del medio ambiente desbordan los modelos tradicionales de entender y de hacer política en una lucha por articular las reivindicaciones materiales a la afirmación de la propia identidad sociocultural y a la construcción de "embriones de una vida social menos estigmatizada".³¹ Son movimientos que dan rostro y forma a la *resistencia* cotidiana que desde los barrios populares de las grandes ciudades, desde las culturas regionales, o desde el desarraigo social y cultural de las muchedumbres urbanas libra la gente por reapropiarse de la sociedad, no en términos de poder sino de una vida humanamente digna y significativa. Sintetizando los objetivos básicos comunes a los nuevos movimientos sociales urbanos M. Castells coloca junto a la recuperación del valor de uso de la ciudad, la descentralización y la autogestión, "la búsqueda de la identidad cultural, del mantenimiento o creación de culturas locales autónomas, étnicamente basadas o históricamente originadas. En otras palabras la defensa de la comunicación entre las gentes, el significado social definido de manera autónoma y la interacción social".³²

De la política como forma de reapropiación de la sociedad

De los diferentes tipos de movimientos sociales, es en los que tienen al barrio, al vecindario popular, como territorio de despliegue, donde más claramente se hace presente la dimensión comunicativa de la resistencia y la creatividad cultural. Y sin embargo, acordes con una sociedad en la que la separación entre trabajo y "tiempo libre" opera en desvalorización de lo segundo, la mayoría de los estudios



sobre la vida en el barrio siguen haciendo de éste el exclusivo universo de lo familiar y lo doméstico, el espacio de la reproducción. Esa concepción comienza a ser cuestionada por una antropología urbana que, sin caer en las trampas de la "antropología de la pobreza",³³ esto es sin renunciar a una concepción estructural de la diferencia y la desigualdad social, se plantea lo que significa el hecho de que "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".³⁴ El barrio empieza así a ser considerado como un mediador fundamental entre el universo privado de la casa y el mundo público de la ciudad, un espacio estructurado en base a modos específicos de sociabilidad y de comunicación. El barrio proporciona a las personas algunas referencias básicas para la construcción de un *nosotros*, de "una socialidad más ancha que la fundada en los lazos familiares y al mismo tiempo más densa y estable que las relaciones formales e individualizadas impuestas por la sociedad".³⁵ Frente a la provisionalidad y rotatividad del mercado de trabajo que, especialmente en los tiempos de crisis económica, dificulta la formación de lazos permanentes, es en el barrio donde las clases populares establecen solidaridades duraderas y personalizadas. Porque es en ese espacio donde quedar sin trabajo no implica perder la identidad, ni la del parentesco ni la étnica ni la social. 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 vecindad o parentesco, 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.

33. Un debate sobre los presupuestos de esa antropología; O. Lewis, K.S. Karol y C. Fuentes, *Pobreza y burguesía y revolución*, Madrid, 1972.

34. T. Pires do Rio, *A política dos outros*, p. 118, Sao Paulo, 1984.

35. J.G. Cantor Magnani, *Festa no pedaço*, p. 138, Sao Paulo, 1984.

36. J. Vargas Lesmes, *Acción social y política en los barrios populares*, Bogotá, 1985.

37. Un análisis especialmente penetrante de la acción de la mujer en los barrios populares: R.M. Alfaro, *De la conquista de la ciudad a la apropiación de la palabra*, Lima, 1987.

38. S. Muñoz, *El sistema de comunicación cotidiano de la mujer pobre*, p.118 Cali 1986

39. Sobre ese concepto: E.P. Thompson, *La economía moral de la multitud*, en *Tradicón, revuelto y conciencia de clase*, Barcelona, 1979

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 desconfiará 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, modo de resentir los problemas colectivos. Toma forma en el barrio una “cultura cívica”³⁶ 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 mujeres,³⁷ 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 el 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”.³⁸ 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.

Cultura cotidiana y usos sociales de la comunicación

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 folklore: la memoria actuante de su “economía moral”.³⁹ 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 lla-

mada "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. Economía otra que habla de que no todo destiempo por relación a la modernidad es pura anacronía, puede ser el *residuo*⁴⁰ no integrado de una aún vigente utopía. 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 alienta.⁴¹ 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.

Preguntarse por la acción o el lugar de los medios masivos en esa cotidianidad exige que empecemos a cambiar las preguntas que nos permitan comprender qué hace la gente con lo que escucha o lo que mira, con lo que lee o lo que cree, comenzar a indagar esa otra cara de la comunicación que nos revelan los usos que la gente hace de los medios, usos mediante los cuales "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 conmueven sin modificarse ideológicamente, vivifican a su modo su cotidianidad y sus tradiciones convirtiendo las carencias en técnica identificatoria".⁴² Ahora bien la lógica de esos usos no puede ser aprehendida sino en la medida en que logremos sacar el estudio de la *recepción* del espacio acotado por una comunicación pensada en términos de mensajes que circulan, de efectos y reacciones. Esos usos sólo descubren su sentido referidos al campo de la cultura: a los conflictos que articula, a los mestizajes que la tejen y a las anacronías que sostiene. En últimas es

40. E. Vásquez, *El sector informal: vida y cultura popular*, Cali, 1988

41. P. Riaño, *Prácticas culturales y culturas populares*, Bogotá, 1986

42. C. Monsiváis, *Notas sobre el Estado, la cultura nacional y las culturas populares*, en Rev. "Cuadernos políticos" No. 30, p. 42, México, 1981

por los usos sociales que pasa la competencia comunicativa y donde se hace analizable la relación de los medios con la identidad cultural.

5. COMUNICACION TRANSNACIONAL Y TRANSFORMACIONES DEL CAMPO CULTURAL

Comenzamos nuestra reflexión analizando las contradicciones culturales de lo nacional y vamos a cerrarla refiriéndonos a los cambios de fondo, a los *cambios en el sentido de la historicidad*⁴³ que está produciendo la crisis del Estado nacional. El lugar de juego del actor transnacional no se encuentra ya sólo en la presión económica y su efecto disolutorio de los compartimentos nacionales sino en una racionalidad des-socializadora del Estado y legitimadora de la disolución de lo público. A un Estado "abstracto", divorciado de la sociedad —al que se divorcia de la sociedad olvidando su origen social— se le opone una sociedad civil identificada con los intereses privados y que tendrá en el mercado su mejor expresión. De ahí a hacernos ver en la transnacionalización el dinamismo fundamental que, con su capacidad de adaptación y renovación tecnológica, permitirá a estos países salir de la crisis, el salto parece lógico. De manera que para la América Latina atrapada por una deuda externa que asfixia sus economías y deteriora aceleradamente la situación, el clima social, tornando inestable cualquier gobierno, la salida pasaría por ahí: por la superación de los caducos dispositivos políticos de la soberanía para adecuarse al tiempo, a la temporalidad transnacional. Un tiempo en que el Estado deja de ser garante de la colectividad, de la nacionalidad en cuanto sujeto político, y se convierte en gerente de los intereses privados transnacionales. Que lo que ahí está en juego es el sentido de la historicidad lo demuestra la desestructuración y recomposición de las identidades colectivas que el proceso transnacionalizador está ya produciendo. Y en el que las nuevas tecnologías de comunicación no tienen un papel meramente difusor pues ellas son un dispositivo estructurante en la redefinición y remodelación del Estado conforme a una lógica paradójica: hacen fuerte a un Estado que refuerzan en sus posibilida-

43. Tomamos la expresión y seguimos la propuesta de análisis presentada por A. y M. Mattelart en su obra *Penser les médias*, IV parte: *Le déclin des macro-sujets?* p. 165 y ss., París, 1986

des/tentaciones de control, mientras lo tornan débil al favorecer el movimiento que tiende a desligarlo de sus funciones públicas. Como si la superación de la crisis económica, al ligarse estrechamente a la dinámica de la privatización, revelara que la más profunda tendencia del capitalismo es la superación de la "vieja" idea de un espacio público. No podemos entonces extrañarnos de que, como dice Richeri,⁴⁴ sean los medios mismo los que están perdiendo su identidad comunicativa, pues su relación al movimiento de lo social ya no estaría en su capacidad de mediación⁴⁵ sino en su desarrollo tecnológico como nuevo espacio de reconversión industrial y nuevo tiempo de realización del capital.

Readecuaciones de la hegemonía en una modernidad heterogénea

El proyecto neoconservador, que desde inicios de los setenta busca la salida 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 al mismo tiempo unas políticas de reorganización del campo de la cultura, incluida la cultura política. Efectivamente, al buscar la sustitución del Estado como agente constructor de hegemonía, 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 internacional, irremediablemente convertida en modelo y guía de la renovación. Estamos ante un desplazamiento del eje de la sociedad, de la política al mercado⁴⁶ que conlleva un profundo trastorno, una reconstitución de las identidades, esto es de los sistemas de reconocimiento y diferenciación simbólica de las clases y los grupos sociales. Es ahí que se entrelazan las transformaciones en los dispositivos de comunicación con las nuevas dinámicas de la cultura. ¿Cómo pensar la readecuación de la hegemonía que estos cambios conllevan sin substancializar sus agentes ni unidimensionalizar el proceso vaciándolo de las contradicciones que lo movilizan?

El primer paso consistirá en abandonar aquella concepción de la transnacionalización que reduce la comuni-

44. G. Richeri, *Nuevas tecnologías e investigación sobre la comunicación de masas*, en M. de Moragas, *Sociología de la comunicación de masas* Vol.IV, ps.56-81, Barcelona, 1985

45. Sobre la "mediación" como eje de una teoría de la comunicación: M. Martín Serrano: *La producción social de la comunicación*, Madrid, 1986

46. Sobre ese desplazamiento: J.J. Brunner, *Notas sobre cultura popular, industria cultural y modernidad*, Santiago, 1985.

47. N. García Canclini, *Cultura transnacional y culturas populares*, p.6 México, 1985

48. J.J. Brunner, *Existe o no la modernidad en América Latina*, en *Rev. Punto de Vista*, No.31 Buenos Aires, 1987.

49. P. Ricoeur, *Civilisation Universelle et cultures nationales*, en *Histoire et vérité*, ps. 286-301, Paris, 1964.

50. C. Morsivais, Entrevista en "Diálogos de la comunicación" No.19 p.76, Lima, 1988

cación a un conjunto de estratagemas de imposición cultural desconociendo el modo propio como opera la hegemonía, es decir mediante "la resignificación de los conocimientos y hábitos de cada pueblo, y su subordinación al complejo sistema transnacional".⁴⁷ 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. Mas que en términos de *homogenización* 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 mundial.⁴⁸ 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 cultura.⁴⁹

Ahora bien, subordinadas y entrelazadas a esos dispositivos 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 y 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".⁵⁰

La modernidad no es una escena única y homogénea. Y su realización en América Latina es hoy, como lo fue en su primer impulso por los años treinta, radicalmente heterógena. Del mismo modo que no es tampoco una la escena del pasado en que se encontraría la originaria verdad cultural de estos países. "Nuestra cultura se ha hecho todo el tiempo a mitad de camino entre residuos heterogéneos e innovaciones truncas", de ahí que "las categorías

que distinguen lo culto de lo popular y ambos de lo masivo fracasen una y otra vez"⁵¹ a la hora de pensar el entramado cultural, el mestizaje incesante que dinamiza las atípicas formaciones culturales de nuestros pueblos. Como fracasan también los intentos de mantener separado lo tradicional de lo moderno y de lo postmoderno en un continente donde la heterogeneidad cultural tiene menos que ver con la superposición de culturas extrañas unas a otras, que con "una suerte de postmodernismo regional avant la lettre que sin embargo es plenamente constitutivo de nuestra modernidad".⁵² *Heterogeneidad* que no es por tanto mera diversidad sino algo mucho más fuerte: el modo excéntrico, esquizoide de producción y participación de estas culturas —incluidas y excluidas al mismo tiempo— en el mercado internacional. Vivimos incorporados a una modernidad "cuyo corazón está lejos de nuestra cultura", vivimos en un mundo cultural que hace sentido pero "un sentido fuera de lugar, arrancando de contexto e injertado en una cultura otra".⁵³

51. N. García Canelini, *Un debate entre tradición y modernidad*, en Rev. "David y Goliath" No.52, p.44, Buenos Aires, 1987.

52. J.J. Brunner, *Los debates sobre la modernidad y el futuro de América Latina*, p. 38, Santiago, 1986.

53. *Ibidem*, p.39

Por unas políticas de comunicación en la cultura

Objeto prioritario de investigación en América Latina, y de valiosas tomas de posición, el tema de las políticas nacionales de comunicación ha venido sin embargo produciendo un peligroso oscurecimiento de las relaciones espacio de la información —desequilibrio de los flujos, lucha contra la desinformación— se ha producido un efecto no querido sin duda pero ya ostensible: la legitimación de la separación entre lo que desde la política constituye el mundo de la cultura —el de las "bellas" artes y los gustos de la élite más el folklore— y el mundo de la comunicación identificado con el de los avatares de la información. La industria cultural es así puesta y mantenida al margen de las políticas culturales haciendo más justificadamente explícita "la negativa a conceder significación cultural propia a los medios masivos de comunicación (...) identificando los medios como agencias al servicio de intereses extranjeros, incapaces de propiciar la construcción de lenguajes 'culturales' locales".⁵⁴

54. S. Miceli, *Estado, mercado y culturas populares, en Políticas culturales en América Latina*, p. 139, México, 1987.

¿Qué tipo de políticas será capaz de asumir la heterogeneidad de la producción simbólica, de responder a las nuevas demandas culturales y de enfrentar sin fatalismos chauvinistas las lógicas y dinámicas de la transnacionalización? No ciertamente aquellas que, a nombre de las "verdaderas necesidades del pueblo" perpetúan una propuesta puramente legitimista y patrimonialista. En las que la cultura abarca solamente aquello en que el Estado legitima su propia idea identificando cultura con monumentos y el hacer cultural con rescatar y conservar. Una nación se hace compartiendo un patrimonio cultural, pero de ahí a tener por cultura sólo lo que confirma la tradición rehuuyendo el riesgo de la innovación y la invención hay mucho trecho. Lo más grave de una política patrimonialista y paternalista es que el sector público acaba entregándole la búsqueda 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, el riesgo y la ruptura a la industria cultural. La restricción del gasto, justificada por la crisis económica, justifica a su vez la restricción del campo a los géneros de producción cultural más alejados de las cuestiones de la actualidad social, y política. Lo que nos exige enfocar las dinámicas del mercado cultural con una visión menos maniquea que la que subyace a la mayoría de las políticas acostumbradas. Y poner en juego una idea de *lo público* que no se agote en el ámbito recortado por lo estatal, y una idea de lo nacional que no lo identifique con la simple negación del afuera y la afirmación del adentro como *uno*. Necesitamos una nueva concepción de lo público que dé entrada a todo aquello que no cabe en el patrimonio rescatable por la memoria oficial, a todo aquel conjunto de demandas y propuestas culturales que vienen de la sociedad civil, desde la multiplicidad de sus instituciones, muy pequeñas a veces y vulnerables, de las organizaciones populares comunales o barriales, donde la gente produce la narración de su historia y su vida cotidiana hecha música, danza, teatro pero también cocina, tejido, plástica y relato oral. Y esto se hace cada día más necesario en un mundo en el que el aparato comunicacional —ahondando tendencias sociales que tienen causas estructurales y no sólo tecnológicas— está reforzando la tenden-

cia a la privatización de la vida, al repliegue sobre el espacio privado, empobreciendo el tejido colectivo de la experiencia humana. Una política democrática será entonces aquella que busque contrarrestar esa tendencia no con medidas que marginen a la colectividad del contacto con las nuevas tecnologías sino aquella que sostenga y apoye toda actividad y práctica cultural que fortalezca el tejido social, aquella que estimule las formas de encuentro y reconocimiento comunitario no tanto para "rememorar" los hechos de un pasado funcionalizado políticamente sino para posibilitar experiencias colectivas que contrarresten la atomización urbana y el repliegue hacia una privacidad narcisista.⁵⁵

Necesitamos, de otro lado, una concepción de lo nacional que no opere por sustracción⁵⁶ —sólo es nacional lo que queda después de eliminar todo lo que no es nativo— ni por unificación centralizadora; y que nos permita *reconstituir la nación desde abajo*, una nación que se integra descentralizándose, esto es poniendo a comunicar sus regiones, sus diferencias, sin pasar por el centro. No habrá ahí un terreno estratégico para un desarrollo *alternativo* de las potencialidades descentralizadoras de las nuevas tecnologías de comunicación tan celebradas por sus más entusiastas defensores.

Al menos en América Latina la cuestión de las identidades culturales, y de la incidencia de los procesos y los aparatos comunicativos en su destrucción o reconstitución, se ha convertido en una cuestión decisiva en la medida misma en que "la incapacidad de las soluciones meramente económicas o políticas para controlar las contradicciones sociales, las explosiones demográficas y la degradación ecológica han llevado a políticos y científicos a preguntarse por las bases culturales de la producción y del poder".⁵⁷ Pero como al mismo tiempo la crisis económica incita a los estados a marginar su presencia del campo cultural restringiendo el ámbito de sus operaciones y reduciendo su voz a la retórica de un discurso atrapado entre el folklorismo y el didactismo, urge reafirmar que el sentido de la intervención de la política en la comunicación y la cultura concierne tanto o más que a la administración de unas instituciones, a la distribución de unos bienes o la regulación de unas frecuencias, al espacio de la producción del sentido

55. A ese propósito: M. Catells, *El nuevo entorno tecnológico de la vida cotidiana*, en *El desafío tecnológico*, Madrid, 1986, R. Sennet, *Narcisismo y cultura moderna*, Barcelona, 1980.

56. R. Schwarz, op. cit. p. 15 t ss.

57. N. García Canclini, *Políticas Culturales en A. L.*, p. 22 México, 1987.

58. O. Laudi, *Cultura política en la transición democrática*, Buenos Aires, 1984;
J. Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones*, México, 1987

Universidad del Valle,
Cali, Colombia, 1988

en la sociedad y a los principios del reconocimiento entre los ciudadanos.⁵⁸ Que es justamente el espacio en el que es imposible desligar las dinámicas y los bloques en la comunicación de los logros y los fracasos de los pueblos en la lucha por su identidad cultural.