

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

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

JOSÉ VIDAL BENEYTO

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

FRANCO ROSITI

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

MARLYSE MEYER

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

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

#### 1. PROCESOS DE COMUNICACIÓN Y MATRICES DE CULTURA

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

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

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

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

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

### *Una nueva agenda estratégica*

Esas rupturas-desplazamientos están indicando un avance estratégico al contextualizar lo que se produce en los medios por relación a los demás espacios de lo cotidiano. Me refiero a algunos espacios clave: el barrio como nuevo lugar de lucha por la identidad de los grupos populares, la calle como lugar de una violencia particular en el circuito inseguridad-represión y las diferentes formas de presencia de lo policial, los mercados y su peculiar articulación entre memoria popular e imaginario mercantil, el espacio escolar y familiar. Una pista, que me parece especialmente representativa de ese replanteamiento, es la señalada por los trabajos de sociología de la cultura que están llevando a cabo algunos investigadores ingleses de la comunicación como G. Murdok y P. Golding<sup>3</sup>. Se trata de una reflexión que retoma la problemática de la "industria cultural" pero liberándola de su

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

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

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

transnacional de la información y las estructuras nacionales de poder, posición de las burguesías nacionales, conflictos entre diferentes fracciones de clase y evolución a este propósito de los diferentes partidos políticos. En cuanto a la dimensión ideológica no me refiero al análisis ideológico de las noticias sino a los dispositivos ideológicos de enunciación-producción<sup>4</sup>, esto es a la división social del trabajo en la producción de información, a la especialización de las profesiones y a la sofisticación de las tareas, todo lo cual se materializa en reglas de acción y de discurso que se presentan investidas de la neutralidad de la técnica, enmascarando así las determinaciones sociales que las originan y rigen. Un ejemplo, que se ubica ya al final de la secuencia de producción, es el de los códigos que, en cuanto sistema de operaciones tecno-discursivas, regulan el hacer del camarógrafo y del editor de TV y que les permiten diferenciar angulaciones, planos y formas de montaje que corresponden al discurso "informativo" por contraposición al resto de los discursos de televisión, es decir, de ficción, de espectáculos, etc. Esos códigos trabajan desde una competencia profesional que, a semejanza de la competencia lingüística, consiste en un saber no consciente que el camarógrafo o el editor adquieren haciendo su oficio, y a través del cual se materializa un modo de ver, esto es un imaginario socialmente producido. En todo ello encontramos la nueva forma que adquiere la vieja ideología de la objetividad, ahora reforzada por la magia de las nuevas tecnologías y de la jerga venida de la informática con las cuales de nuevo se convierte, fetichistamente, en propiedad o cualidad de las cosas lo que es un producto social. A la vez que se escamotea el hecho de que es la sociedad la que define, la que determina históricamente qué es objetivo y qué no lo es. De manera que si un discurso

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

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

mercancías o al disfrute de programas culturales. Por la manera como el desarrollo de esas tecnologías es visto y proclamado por los voceros del sistema, parecería que en ellas se encuentra la solución a la crisis que atraviesa el capitalismo: la revolución tecnológica sería la única posible y desde luego la única eficaz<sup>5</sup>. Los más optimistas piensan incluso que esas tecnologías ofrecen no sólo una salida a la crisis económica sino un avance importante en lo político: un nuevo modelo de democracia avanzada. Los *críticos* andan en general bastante desconcertados. Y sin embargo, pocas veces se ha hecho tan patente que la tecnología más que un conjunto de herramientas es una racionalidad práctica, e incluso la materialización de un modelo de sociedad. Mirar así la tecnología no implica en forma alguna el facilismo fatalista y suicida del rechazo sino por el contrario la exigencia de un análisis especialmente lúcido de ese "nuevo" modelo de sociedad y del peso relativo pero cierto que esas tecnologías tienen ya. Necesitamos de una investigación capaz de asumir la complejidad del reto que las tecnologías plantean: que no sólo relativice su eficacia fetiche y la mistificación que produce sino que sea capaz de poner al descubierto las virtualidades de transformación, las contradicciones que generan y por tanto las posibilidades de acción y de lucha que abren. Desglosando esa propuesta se pueden señalar como especialmente importantes de investigar: la transnacionalización de la telemática —fórmula francesa para nombrar telecomunicación+informática— no ya en el plano de la producción y el consumo de aparatos sino de la información en cuanto tal, esto es de la creación de "redes" multinacionales; los riesgos para las libertades, y los golpeados "derechos humanos", que se derivan de la centralización y funcionalización política de la información sobre

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

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

social, para que sean las clases y los grupos dominados los que tomen la palabra<sup>6</sup>. Y en ese sentido la comunicación alternativa no es aquí nada nuevo ya que desde las experiencias pioneras de Paulo Freire, proyectadas después a multitud de grupos en todos los países del continente, la comunicación ha estado ligada más a la liberación del habla, de la actividad y la creatividad popular que a la potencia o el tipo de medios utilizados. Esto es importante precisamente para salirle al paso a la moda que nos llega reduciendo lo alternativo a las posibilidades "dialógicas" que abren algunos medios nuevos. No estoy afirmando que las alternativas de comunicación popular deban ser únicamente marginales a los grandes medios, que no pueden existir alternativas que involucren a los medios masivos, estoy alertando contra la ya vieja y peligrosa ilusión —mcluhiana— de que lo alternativo pueda venir del medio en sí mismo. Frente a lo cual, y resumiendo las lecciones dejadas por un gran número de experiencias "alternativas" llevadas a cabo en países ricos y pobres, Vidal Beneyto afirma: "Lo alternativo o es popular o se degrada en juguetes y/o en máquina de dominio. Y popular quiere decir que hace posible la expresión de las aspiraciones y expectativas colectivas producidas por y desde los grupos sociales de base. Tanto mayoritarios como minoritarios, tanto a nivel patente como latente"<sup>7</sup>.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

La entrada en el mercado de las nuevas tecnologías de comunicación y la toma de conciencia de las peculiaridades del proceso de transnacionalización coinciden en América Latina con un rediseño radical del campo de investigación en comunicación. En ese rediseño interviene el debate teórico-político reseñado, pero interviene sobre todo y decisivamente una experiencia compartida por un gran número de investigadores de la región<sup>9</sup>. Esa experiencia, que todavía comporta no poco de opacidad, apunta hacia lo siguiente: *el campo de los problemas de comunicación no puede ser delimitado desde la teoría, no puede serlo más que a partir de las prácticas sociales de comunicación*, y esas prácticas en América Latina desbordan lo que pasa en los medios y se articulan a espacios y procesos políticos, religiosos, artísticos, etc. a través de los cuales las clases populares ejercen una actividad de resistencia y réplica. Pensar desde ahí la comunicación invalida tanto la linealidad del modelo informacional como la estrechez de los análisis políticos al uso, esos para los que lo político no es más que lo inmediatamente político, y para los que, como dice Portantiero<sup>10</sup>, la hipóstasis de la forma "partido" ha llevado en la práctica a desconocer y desvalorizar la multiplicidad de formas de la protesta y la lucha popular.

Lo que se comienza a rescatar no es ya la mera *no pasividad del receptor* —eso lo había planteado Lazarsfeld hacía años<sup>11</sup> y la escuela de “los usos y gratificaciones”<sup>12</sup> lo había hecho incluso objeto de un modelo particular de análisis— sino algo bien distinto: la necesidad de cambiar el eje del análisis y su punto de partida. El rescate de los modos de réplica del dominado desplaza el proceso de decodificación del campo de la comunicación, con sus canales, sus medios, y sus mensajes, al campo de la cultura, o mejor, de los conflictos que articula la cultura, de los conflictos entre culturas y de la hegemonía. Aceptar eso es también algo completamente distinto a “relativizar el poder de los medios”. El problema de fondo se ubica ahora a otro nivel: ya no en el de los medios sino en el de los “mediadores”<sup>13</sup> y los modelos culturales. Y ese desplazamiento coincide con los retos que venían del otro lado del campo, ya que los investigadores de “políticas de comunicación” comenzaban por su lado a problematizar la noción de Estado con que se venía trabajando, y ello a la luz de la crisis de los Estados nacionales no sólo en relación a la pérdida de su capacidad de decisión frente a los intereses transnacionales sino en relación también a las resistencias que en las culturas populares despierta y moviliza la homogeneización transnacional de la que los Estados están siendo vehículo más allá de la retórica y el chauvinismo<sup>14</sup>.

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

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

## 2. PROPUESTAS PARA REIMAGINAR EL CAMPO

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

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

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

Necesitamos para ello tener en cuenta que el desplazamiento de las coordenadas del análisis "compromete" la posición del investigador puesto que la experiencia vital y estética de la que partimos es casi siempre la de la cultura, con el etnocentrismo de clase<sup>17</sup> que ella genera, y que nos lleva en la práctica a negar la validez de lo popular en cuanto cultura. Generalizando lo que M. Lauer afirma con relación a la plástica popular constatamos que ese etnocentrismo se traduce en "una indiferencia frente a la especificidad de las culturas marginales o dominadas y una incapacidad (cuando existe el interés) para aprehender a estas culturas, en su doble carácter de dominadas y de poseedoras de una existencia positiva a desarrollar"<sup>18</sup>. Etnocentrismo que, disfrazado de retórica política, nos permite identificar la cultura de masas con procesos de vulgarización y envilecimiento de la cultura, y mistificar esa identificación rechazando lo masivo a nombre de la alienación que ello produce.

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

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

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

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

Pero la recuperación de la historia en este campo pasa sobre todo y específicamente por la otra cuestión: la de la relación de las prácticas comunicativas con los movimientos sociales, que es, a mi ver, el modo como lo popular se inscribe constitutivamente en el análisis de los procesos culturales. Como ha mostrado E.P. Thompson<sup>19</sup> hay un momento en el desarrollo del capitalismo europeo en el que las luchas sociales transforman el sentido de la cultura tradicional, es decir de la vieja cultura popular, convirtiéndola en cultura de clase. Y ello mediante el uso rebelde que las clases populares hacen de sus tradiciones, de su moral, de sus viejos derechos y sus modos de comunicar. Y bien, será precisamente esa cultura de los almanaques y la literatura de cordel, de las canciones, los espectáculos de feria y la taberna la que será neutralizada y desactivada, de-formada por el proceso de masificación. De manera que, como he escrito en otro lugar “en el terreno de la cultura la masificación consiste en el proceso de inversión de sentido mediante el cual pasa a denominarse popular, en el siglo XIX, la cultura producida industrialmente para el consumo de las masas. Pues en el momento histórico en el que la cultura popular

apunta a su constitución en cultura *de clase*, esta misma cultura va a ser minada desde dentro, hecho imposible y transformada en cultura *de masa*. Pero esa inversión sólo será posible por la cercanía que en el siglo XIX guarda aún la masa con *las masas*, de manera que la nueva cultura popular se constituye activando ciertas señas de identidad de la vieja cultura y neutralizando o deformando otras<sup>20</sup>. Esa transformación del sentido de lo popular está ligada entonces no sólo ni principalmente con el desarrollo de los medios sino, como lúcidamente lo comprendió Gramsci, con los procesos de centralización política y homogeneización cultural —desintegración de las culturas populares— que exigió la constitución de los Estados nacionales, y con los procesos de desplazamiento de la legitimidad social que condujeron de la imposición violenta de la sumisión a la organización del consenso por hegemonía: a las relaciones del Estado-nación con lo nacional-popular<sup>21</sup>.

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

"experiencia de clase que nacionalizó las grandes masas y les otorgó ciudadanía"<sup>23</sup>. De otro lado la investigación en este terreno pasa a su vez por el estudio de la pluralidad cultural no sólo en cuanto condicionadora de la eficacia de los medios sino en cuanto fuente de resistencia al proceso de masificación generalizada, y ello ligado a la comprensión del proceso a través del cual las naciones se hicieron y configuraron a costa de esa pluralidad, desconociéndola o instrumentalizándola<sup>24</sup>. Lo cual implica investigar los modos específicos de desintegración de lo popular ligados a la construcción de lo nacional en América Latina, pero también los modos como lo popular *se nacionaliza*, es decir, irriga y configura desde los movimientos sociales de los años '20-'30, un proyecto nuevo de nación.

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

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

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

Metodológicamente, ¿a qué nivel situar el análisis de la cultura de masa a la vez en cuanto reveladora de los efectos estructurales del capitalismo sobre la cultura y terreno por el que atraviesan, en diferentes direcciones, los movimientos y los conflictos sociales? Así por ejemplo, mirado desde esa perspectiva, la novela-folletín nos plantea la necesidad de orientar la investigación hacia la existencia de un nuevo público lector que no se explica únicamente por el encuentro de las nuevas máquinas con la codicia de los empresarios<sup>26</sup>, ya que remite mucho más decisivamente a un proceso social clave: el de la conquista del espacio de la escritura, hasta entonces objeto de exclusión radical, y su transformación en un terreno de legitimación política y construcción de hegemonía a la vez que en dispositivo de reconocimiento cultural. De la misma manera el cine mexicano de los '30-'40 nos remite, como certera y reiteradamente lo ha planteado C. Monsiváis, más allá del reaccionarismo de sus contenidos y de la pobreza de sus formas al proceso de nacionalización del territorio y de configuración de la nacionalidad mexicana<sup>27</sup>. O como la telenovela latinoamericana nos habla a su manera de esa otra cara del "realismo mágico" que es la esquizofrenia cultural de unas masas populares sometidas a un proceso de homogeneización nacional y transnacional al que la telenovela remite mediante la colosal anacronía del melodrama<sup>28</sup>.

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

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

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

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

la cotidianidad<sup>30</sup> y sin gramáticas que la regulen. Lo que no quiere decir que no tenga forma sino que al ejercerse desde el lugar del otro, del enemigo, su acción responde a una lógica especial, la "lógica de la coyuntura"<sup>31</sup>, dependiente del tiempo, de las circunstancias y de ese peculiar sentido de desciframiento de la ocasión que sólo desarrolla el oprimido. No hay gramática pero sí hay texto, prácticas que hablan si se les sabe interrogar. Como lo hizo García Canclini con el uso ritual e identificadorio que de la grabadora hacen los chicanos<sup>32</sup>. O el uso de refuncionalización de la grabadora y la radionovela que Rosa María Alfaro y su grupo de comunicadores ha descubierto que hacen unas campesinas inmigrantes en la ciudad de Lima, al usar la grabadora *ya no para escuchar lo que otros dicen sino para aprender a hablar nosotras*.

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

### 3. LAS CULTURAS EN LA COMUNICACIÓN DE AMÉRICA LATINA

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

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

#### *La inserción de las etnias en la modernidad capitalista*

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

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

Frente al idealismo de una teoría de la *diferencia*, que coloca lo indígena en situación de exterioridad al desarrollo capitalista, y de una teoría de la *resistencia* que sobrevalora la capacidad de supervivencia cultural de las etnias, se abre paso, según la lúcida formulación de García Canclini, "un camino entre dos vértigos: ni las culturas indígenas pueden existir con la autonomía pretendida por ciertos antropólogos o folcloristas, ni son tampoco meros apéndices atípicos de un capitalismo que todo lo devora"<sup>34</sup>. 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"<sup>35</sup>. Operación en la que se hace presente también el Estado al convertir las artesanías o las danzas, la comida o los ritmos musicales en "patrimonio nacional", esto es al exaltarlos como capital cultural común con el que hacer frente a la acelerada fragmentación social y política de estos países. Dislocado de su espacio cultural lo popular es retornado a sus productores a través de fragmentos integrados en tipicidades de lo nacional, en formas de conducta estandarizadas o necesidades de objetos industriales sin los cuales la vida de las comunidades es ya imposible, convertido en vehículo de desagregación entre objetos y usos, entre tiempos y prácticas.

Pero en medio de esa integración al mercado y de esa desagregación de la vida, las culturas populares reconstituyen día a día sus modos de afirmación. Son los prejuicios de un etnocentrismo solapado, que permea tanto el discurso del antropólogo como el del militante político, los que nos incapacitan para percibir el sentido del desarrollo de esas culturas<sup>36</sup>. 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<sup>37</sup>. Es de lo que hablan también esos usos de la radio que grupos emigrantes de los sectores populares en la ciudad de Lima hacen diariamente, a las horas del amanecer, sin locutores profesionales, con un lenguaje coloquial, con música grabada en la propia comunidad de origen, para darse un espacio cotidiano de identificación que no es sólo evocación de una memoria común sino producción de una experiencia de encuentro y solidaridad en medio de la dispersión y la distancia impuestas por la ciudad<sup>38</sup>. Y de la afirmación popular en su cultura hablan en fin esos folletos de la *literatura de cordel* que, recreando los viejos romanceros ibéricos a partir de las condiciones de vida del nordeste brasileño, acompañan el proceso migratorio hasta las grandes ciudades, como São Paulo, en las que perpetúa una narrativa oral, una simbología de heroísmo y hazañas conectadas con lo cotidiano, con las luchas diarias por sobrevivir en la ciudad.

### *Cultura popular y vida urbana*

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

arrancarnos a esa razón dualista que no puede enjuiciar lo masivo sin mitificar lo popular, idealizándolo y convirtiéndolo en el lugar en sí de la horizontalidad y la reciprocidad. La perspectiva histórica nos permite comprender que en el proceso de formación de las masas urbanas lo que se produce no es únicamente un acrecentamiento del conjunto de las clases populares en la ciudad sino una profunda hibridación cultural: la *aparición de un nuevo modo de existencia de lo popular*, configurado a partir de la "desarticulación del mundo popular como espacio de lo Otro, de las fuerzas de negación del modo de producción capitalista"<sup>39</sup> 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<sup>40</sup>, esto es, que hace posible la presencia en la industria cultural de expresiones de demandas simbólicas que no coinciden con el arbitrario cultural dominante. Estamos así ante una cultura masiva que no ocupa una sola y la misma posición en el sistema de las clases sociales, una cultura en cuyo interior coexisten prácticas y productos heterogéneos.

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

nacional, identificación de las ofertas culturales con los medios masivos y del progreso con los servicios públicos— y la resistencia popular: esos modos en que las clases populares asimilan los ofrecimientos a su alcance y los reciclan para sobrevivir física y culturalmente. Desde su incierta relación con el Estado y su lejanía del desarrollo tecnológico hasta la persistencia de elementos que vienen de la cultura oral y del mantenimiento de las formas populares de transmisión del saber, la refuncionalización del machismo, la melodramatización de la vida y los usos “prácticos” de la religión. Quizá la experiencia más pujante y expresiva de las apropiaciones, reelaboraciones y montajes con que los sectores populares urbanos producen su identidad sea la música. Desde la “chicha” o cumbia peruana hasta el “rock nacional” en Argentina<sup>41</sup> en ambos casos la apropiación y reelaboración musical responde a movimientos de constitución de nuevas identidades sociales: la del emigrante andino en la ciudad capital o la de una generación que busca su expresión. Y en ambos también la música se produce no por abandono sino por mestizaje, esto es por deformación profanatoria de lo “auténtico”. Mezclarle rock al tango o cumbia al huaino y guitarra eléctrica a la quena es sin duda una profanación. Pero ¿qué más significativo de las transformaciones sociales y culturales de lo urbano que esa fusión de la música andina con la música negra en que se reconocen hoy las masas populares limeñas? A unos indígenas que se quejaban de no encontrar en la ciudad capital las cañas con que hacer su música, José María Arguedas les respondió retándoles a que hicieran su música con ¡tubos de plástico! Pues “ya no es necesario que cada festejante tenga que buscar flores en las montañas, ni encargar personalmente la fabricación de los instrumentos musicales. Todo se encuentra ahora en el

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

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

Plantear la significación política de esas identidades implica repensar la prioridad absoluta que la figura del trabajador-productor de mercancías ha tenido a la hora de estudiar las luchas sociales, ya que al centrar en esa figura el mundo de la protesta social se despolitizó todo el resto. Toda la cotidianidad no inserta inmediata y directamente en la estructura productiva fue considerada irrelevante, políticamente insignificante. Es por eso que buena parte de las gentes de izquierda desconfía de esos movimientos que, como los barriales, integran a su lucha por los servicios de agua o energía eléctrica, de vivienda o transporte, solidaridades que vienen de su mundo —vecinales, étnicas, religiosas— y que desembocan en la construcción de una nueva identidad cultural, de una cultura urbana popular: modo de aglutinación de creencias y comportamientos, modos de resentir los problemas colectivos. Toma forma en el barrio una “cultura cívica”<sup>44</sup> 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<sup>45</sup>, ya que ellas hacen el barrio con sus manos en muchos casos, y con su sentimiento, con su peculiar forma de sentirlo propio: “para las mujeres el barrio es un macrouniverso que ellas rara vez dejan. Hacedoras y testigos privilegiados de su construcción y su adelanto, las mujeres conocen la historia de cada una de sus calles. De toda la ciudad el barrio es el lugar que ellas sienten como propio, e integran —a diferencia de la visión más pragmática del hombre— las vidas de la gente a ese paisaje urbano que han, de alguna manera, moldeado”<sup>46</sup>. Emerge ahí una experiencia nueva: que junta a la percepción de dimensiones inéditas de la opresión una interpenetración no reductiva de la trama social y la vida afectiva.

Asomarnos a los procesos de comunicación desde la perspectiva de los movimientos sociales puede ayudarnos a relativizar el mediacentrismo que domina el campo y descubrir en las prácticas populares de comunicación algo más que rezagos de un folclor: la memoria actuante de su "economía moral"<sup>47</sup>. Así la supervivencia de un *sentido para la fiesta* que, de la celebración familiar a la verbena del barrio integra sabores culturales a saberes de clase, transacciones con la industria cultural y afirmaciones étnicas. O esa otra vivencia del trabajo que subyace en la llamada "economía informal", la que para los economistas es sólo efecto del subdesarrollo, y que sin embargo deja entrever todo lo que en los sectores populares queda aún de rechazo a una organización del trabajo incompatible con cierto modo de vida, de percepción del tiempo, de sentido de la libertad y la solidaridad. Así también el *chisme*, en muchos casos modo de comunicación que vehicula verdadera contrainformación y demuestra la vigencia de una cultura oral potenciadora de una comunicación multifuncional sólo posible en la complicidad aceptada por el interlocutor y la creatividad que alienta<sup>48</sup>. 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.

*Identidades, desterritorialización  
y nuevas socialidades*

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

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

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

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

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

intercambiar únicamente la información que le importa. Esas diversas formas de fragmentación conducen en últimas, como ha señalado M. de Moragas<sup>51</sup>, a una separación cada día más tajante entre una oferta cultural de información para la toma de decisiones, reservada a una minoría, y una oferta cultural hecha de espectáculos, o de informaciones construidas espectacularmente, destinadas a las mayorías.

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

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

A partir del señalamiento de esas dinámicas de reorganización del campo cultural se hace necesario preguntarnos por las readecuaciones en la hegemonía que implican los cambios en la constitución de las identidades. ¿Cómo pensar esos cambios sin substancializar los agentes ni unidimensionalizar el proceso vaciándolo de las contradicciones que lo movilizan? El primer paso consistiría en abandonar aquella concepción de la transnacionalización que reduce la comunicación a un conjunto de estratagemas de imposición cultural desconociendo el modo propio como opera la hegemonía, esto es mediante "la resignificación de los conocimientos y hábitos de cada pueblo, y su subordinación al complejo sistema transnacional"<sup>53</sup>. Lo que a su vez implica pensar la interacción entre los mensajes hegemónicos y los códigos perceptivos de cada pueblo, la experiencia diferenciada que, a través de fragmentaciones y desplazamientos, rehace y recrea permanentemente la heterogeneidad cultural. Más que en términos de *homogeneización* la transnacionalización tiene que ser pensada como *dislocación* de los ejes que articulan el universo de cada cultura. Y esa dislocación se efectúa mediante dispositivos que insertan la racionalidad del proyecto modernizador —secularización y especialización de los mundos simbólicos— en el movimiento de segmentación e integración de la economía mundial<sup>54</sup>. 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<sup>55</sup>.

Ahora bien, subordinadas y entrelazadas a esos dispo-

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

lucha por el espacio —en términos de vivienda, de servicios y de territorio cultural— con la lucha por la autogestión contra las muy sofisticadas formas de verticalismo y paternalismo<sup>37</sup>. Y de ese modo los nuevos movimientos y las nuevas socialidades descubren la diferencia como elemento y espacio de profundización de la democracia. La lucha contra la injusticia es a la vez lucha contra la discriminación social y la exclusión cultural. Lo que equivale a la construcción de un nuevo modo de ser ciudadano que posibilita a cada hombre y a cada grupo reconocerse en los demás, condición indispensable de la comunicación.

#### 4. ENTRE MEMORIAS POPULARES E IMAGINARIOS DE MASA

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

W. BENJAMIN

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

discurso que articula la memoria del grupo y en el que se dicen las prácticas. Un modo de decir que no sólo habla-de sino que materializa unas maneras de hacer<sup>58</sup>. Vamos pues a estudiar algunos rasgos claves de los modos de narrar en la cultura *no letrada*. Y esa denominación en negativo, que después explicitaremos también en positivo, señala la imposibilidad de definir esa cultura por fuera de los conflictos desde los que construye su identidad. Lo cual no debe ser confundido con la tendencia a negarle a las clases populares una identidad cultural pues, como advierte Bourdieu, "la tentación de prestar la coherencia de una estética sistemática a las tomas de posición estéticas de las clases populares no es menos peligrosa que la inclinación a dejarse imponer, sin darse cuenta, la representación estrictamente negativa de la visión popular que está en el fondo de toda estética culta"<sup>59</sup>. No letrada significa entonces una cultura cuyos relatos no viven en, ni del libro, viven en la canción y en el refrán, en las historias que se cuentan de boca en boca, en los cuentos y en los chistes, en el albur y en los proverbios. De manera que incluso cuando esos relatos son puestos por escrito no gozan nunca del estatus social del libro. Las coplas de ciego, los pliegos de cordel, el folletín y la novela por entregas materializaban tanto en su forma de impresión, como en la de circulación y consumo, ese otro modo de existencia del relato popular: algo toscamente impreso y en papel periódico, que no se adquiere en las librerías sino en la calle o en el mercado —o como llegaban los almanaques y los librillos de devoción o de recetas medicinales durante siglos a los pueblos: en la bolsa del buhonero en la que iban también los cordones y las agujas, los ungüentos y ciertos aperos de trabajo— y que una vez leído sirve para otros usos cotidianos. Aún hoy cuando las clases populares compran libros no

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

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

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

### *Narrativa popular: las matrices orales*

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

### *Otro modo de narrar*

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

la de M. Bajtin descubriendo en la fiesta popular las señas de otro modo de comunicación<sup>61</sup>. Desde esa convergencia, analizar relatos es estudiar procesos de comunicación que no se agotan en los dispositivos tecnológicos porque remiten desde ahí mismo a la economía del imaginario colectivo.

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

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

categoría básica para investigar lo popular y lo que de popular queda aún en lo masivo<sup>62</sup>. No me estoy refiriendo a la categoría literaria de género, sino a un concepto a situar entre la antropología y la sociología de la cultura, esto es al *funcionamiento social de los relatos*, funcionamiento diferencial y diferenciador, cultural y socialmente discriminatorio. Y que atraviesa tanto las condiciones de producción como las de consumo. Los géneros son un dispositivo por excelencia de lo popular ya que no son sólo modos de escritura sino también de lectura: un "lugar" desde el que se lee y se mira, se descifra y comprende el sentido de un relato. Por ahí pasa una demarcación cultural importante, porque mientras el discurso culto estalla los géneros, es en el popular-masivo donde éstos siguen viviendo y cumpliendo su rol: articular la cotidianidad con los arquetipos. Decir relatos "de género" es estarse planteando como objeto preciso de estudio la pluridimensionalidad de los dispositivos, esto es las mediaciones materiales y expresivas a través de las cuales los procesos de reconocimiento se insertan en los de producción inscribiendo su huella en la estructura misma del narrar. Así, la velocidad de la intriga —la cantidad desmesurada de aventuras— en su relación a la prioridad de la acción sobre lo psicológico, la repetición en su relación a la constitución de la memoria del grupo, el esquematismo y el ritmo en su relación a los arquetipos y los procesos de identificación.

### *Otro modo de leer*

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

leer y tipología de los públicos<sup>63</sup>. Y necesitaríamos además replantear por completo las teorías de la recepción, tanto la funcionalista como la crítico-negativa. Porque ambas prolongan cada cual a su manera, una larga y pertinaz tradición que arranca de la concepción “ilustrada” del proceso educativo y según la cual ese proceso discurre de un *polo activo*, que detenta el saber —la élite, el intelectual— hacia un *polo pasivo* e ignorante: el pueblo, la masa. Con la consiguiente división tajante e inapelable entre la esfera de la producción, que es la de la creatividad y la actividad por un lado, y la del consumo que es la de la pasividad y el conformismo por el otro. Las mutaciones que han posibilitado pasar de la vieja “escuela” a los modernos medios no han cuestionado en absoluto el postulado de la pasividad del consumo. Una vez más la posibilidad de romper con la lógica de esa concepción implica desplazarse del espacio teórico-político en que se origina. Ese desplazamiento nos permite por el momento vislumbrar al menos tres rasgos diferenciales de la lectura popular.

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

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

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

diferenciadora de la estética popular frente a la culta, frente a su *seguridad* y su *negación al goce* en el que todas las estéticas aristocráticas han visto siempre algo sospechoso. Es más, para Adorno y demás compañeros de la Escuela de Francfort, la verdadera lectura empieza allí donde termina el goce<sup>65</sup>. Quizá esa *negatividad* tenga no poco que ver con su pesimismo apocalíptico y su incapacidad para atisbar las contradicciones que atraviesa la cultura de masa.

Y en tercer lugar: *lectura oblicua, desviada*. Lectura cuya gramática es muchas veces otra, diferente a la gramática de producción. Si la autonomía del texto es ilusoria mirada desde las condiciones de producción lo es igualmente desde las condiciones de lectura. Sólo prejuicios de clase pueden negarle a los códigos populares de la percepción de la capacidad de apropiarse de lo que leen. Así por ejemplo la lectura que las clases populares francesas hicieron de *Los misterios de París*, transformando el folletín de Sue en agente de una toma de conciencia mediante la activación de las señas de reconocimiento que allí había<sup>66</sup>. O la lectura que los campesinos andaluces o sicilianos del siglo XIX hacían del relato de las acciones de los bandoleros, lectura performativa que obligó más de una vez a bandoleros a sueldo de los patronos a ponerse del lado de los campesinos pobres<sup>67</sup>. O la lectura que las masas nordestinas en el Brasil hacen de los "relatos de milagros" al resemantizarlos desde la no coincidencia del hecho y del sentido y por tanto como irrupción de lo imposible-posible frente al chato realismo de los periódicos<sup>68</sup>. O la lectura, en fin, que las clases populares hacen hoy de lo que les ofrece la radio o la TV dando lugar a una multitud de formas de reapropiación.

*Las tradiciones que hablan en la radio*

Marginada casi por completo de las investigaciones críticas de los años '60<sup>69</sup>, la radio es hoy revalorizada como objeto de estudio justamente a partir del desplazamiento operado por los investigadores sobre el lugar desde el que se formulan las preguntas que vertebran el análisis. Cuatro investigaciones —coincidental pero también sintomáticamente todas ellas llevadas a cabo o dirigidas por mujeres— han venido a mostrar la validez y el alcance de la nueva perspectiva: la radio como mediadora entre Estado y masas, entre lo rural y lo urbano, entre tradiciones y modernidad.

Patricia Terrero ha puesto las bases para una historia de la radio que —teniendo como eje el papel jugado por el radioteatro— centra la investigación en el análisis de “los espacios de continuidad” entre tradiciones populares y cultura de masa, esto es “la proximidad de ciertas expresiones del imaginario nacional y popular, la relación de algunas de ellas con procesos de mitificación y creencias populares o con la formación de la identidad social y cultural de los sectores populares”<sup>70</sup>. Desde la tradición de los payadores o copleros, pasando por el folletín gauchesco y el circo criollo<sup>71</sup> la radio recoge y se nutre de un largo proceso de sedimentación cultural que desemboca en el *discurso populista* en cuanto modo de apelación a unas masas que serán constituidas en sujeto político justamente a partir de la idea de nación<sup>72</sup>, ya que ellas son el contenido de ese nuevo sujeto de lo social que es lo nacional. Giselle Munizaga y Paulina Gutiérrez indagan la especial capacidad de la radio para hacer el enlace de la racionalidad expresivo-simbólica

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

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

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

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

actualmente un trabajo de análisis en profundidad de la cotidianidad construida desde el discurso radiofónico<sup>76</sup>. Análisis de los dispositivos con que se construye "sobre la fragmentariedad de espacios específicos y la diversidad de programas la idea de *continuidad*". Continuidad primero *de la jornada*, lograda mediante el enlace de los asuntos y los relevos de unas voces que "leen" para su audiencia el acontecer diario en un "discurso que progresa a través del recuerdo y la promesa, un discurso convertido en totalidad de la cual el oyente pueda entrar y salir sin sentirse extrañado porque es un continuum en cuyo progreso vuelve sobre sí mismo". En segundo lugar, continuidad *en el tiempo* porque tanto los locutores como los oyentes se tratan en un encuentro que viene de lejos y se prolonga en la memoria más allá de las jubilaciones y de los cambios de nombre de los programas. "Apegada a la vida de sus oyentes y productores la radio se historiza y es propuesta como parte y testigo de esa historia común". Y apoyados en esa continuidad operan esos otros mecanismos que conectan las cotidianidades particulares con las relaciones sociales a diversos niveles: el de *vecinos* interpelado por la radio como integrantes de una comunidad barrial, contribuyendo así a la construcción; el de *usuarios* y demandantes de unos servicios y unas instituciones públicas de las que necesitan pero ante las que se sienten indefensos. Activando la demanda, la "lógica del petitorio", las emisoras de radio median entre el vecindario y el Estado "insinuando la imagen de un mercado donde los bienes se transmutan en servicios" y reforzando el sentido ciudadano, su pertenencia y su apropiación de la ciudad.

*Matrices culturales de las que se alimenta la televisión*

Medio de punta en los procesos de innovación tecnológica y transformación de los comportamientos, la televisión le plantea a la investigación de comunicación un desafío bien particular: el de comprender aquello que en su "funcionamiento" le permite articular el discurso de la modernización a la explotación de unos dispositivos de narración y reconocimiento descaradamente anacrónicos. Anacronía —no contemporaneidad— que en el caso de América Latina empata con aquellos destiempos que forman parte constitutiva de la dinámica cultural de estos pueblos. Y de los géneros que hacen el tejido, el texto de la televisión, en ninguno se hace tan visible la trama de modernidad y anacronía como en la telenovela: esa modalidad latinoamericana de melodrama en la que se resuelven y mestizan la narrativa popular y la serialidad televisiva<sup>77</sup>. Huellas e indicadores de aquella narratividad en la telenovela son, de una parte, sus relaciones con la cultura de los cuentos y leyendas del miedo y misterio en los que está en juego el enigma del nacimiento o de los hermanos gemelos, tan presente en la narración que recoge la "literatura de cordel" brasileña, las crónicas de los corridos mexicanos o los vallenatos colombianos<sup>78</sup>. Dominada por la estructura del *contar a* —con lo que ello implica de presencia constante del narrador estableciendo día tras día la continuidad dramática— la telenovela conserva la *apertura* del relato en el tiempo —se sabe cuando empieza pero no cuando acabará— y su porosidad a la actualidad de lo que sucede mientras dura el relato, apertura a las condiciones mismas de efectuación que lo son de producción pero

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

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

la memoria y los imaginarios. Lo que activa esa memoria y la hace permeable a los imaginarios urbanos/modernos no es el orden de los contenidos, ni siquiera de los códigos, es del orden de las matrices culturales. De ahí los límites de la semiótica a la hora de abordar su relación al tiempo, o mejor la imbricación de tiempos y destiempo de los que está tejida la narración telenovelesca<sup>81</sup>. Y los límites también de una antropología que al pensar los nexos tiene tendencia a disolver los conflictos y al reconstruir las diferencias tiende a aislarlas del movimiento que les da vida<sup>82</sup>. Pues hablar de matrices no es evocar lo arcaico sino hacer explícito lo que carga hoy, para indagar no lo que sobrevive del tiempo aquel en que los relatos o los gestos populares eran auténticos sino lo que hace que ciertas matrices narrativas o escenográficas sigan vivas, esto es sigan secretamente conectando con la vida, los miedos y las esperanzas de la gente.

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

posición efectiva que la industria cultural ocupa en el campo simbólico de estos países. Y lo que se ha avanzado en esa dirección muestra que la cultura masiva no ocupa una sola y la misma posición en el sistema de las clases sociales pues en su interior subsisten y coexisten matrices culturales en conflicto<sup>84</sup>.

La pregunta-eje de la nueva lectura será entonces en qué medida y en qué formas lo que pasa en el mercado simbólico remite no sólo a la lógica de los intereses dominantes sino también a la complejidad y las dinámicas del universo popular. Meter esa pregunta en la investigación de la televisión va a exigir una especial atención al funcionamiento de los géneros: a aquella *asimetría comunicativa* cuyo análisis requiere involucrar el estudio tanto de las "estrategias de anticipación" del emisor<sup>85</sup> como de la "carnavalesca confusión entre relato y vida"<sup>86</sup> operada en la recepción. Entendemos entonces por *géneros* un específico lugar de ósmosis entre matrices culturales y formatos comerciales. En términos de análisis se trata menos de estructuras de significación que de *prácticas de enunciación* de unos sujetos y de formatos de sedimentación de unos saberes narrativos, expresivos, técnicos. En definitiva los géneros son el espacio de configuración de determinados efectos de sentido que hablan de la diversidad de modos de escritura y lectura, de producción y de fruición presentes en nuestra sociedad.

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

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

## NOTAS

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

23. *Ibid.*, p. 234.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

74. *Ibíd.*, p. 22.

75. R. M<sup>o</sup>, Alfaro, "Modelos radiales y procesos de popularización de la radio", *Contratexto*, N<sup>o</sup> 1, Lima, 1985, p. 71.

76. M<sup>a</sup> C. Mata, "Rádios y públicos populares", *DIA-LOGOS de la Comunicación*, N<sup>o</sup> 19, Lima, 1988.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### III. TECNOLOGÍA: INNOVACIONES CULTURALES Y USOS SOCIALES

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

JOHN BERGER

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

RAIS BUSON

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

vez fragmentar lo social en parcelas aislables de sentido y luego recomponerlo todo, metafísicamente, sin brechas ni conflictos. De lo que yo quisiera hablar es de otra cosa: de las relaciones entre tecnología en singular y culturas en plural, ya que es de la tecnología de donde proviene hoy uno de los más poderosos impulsos hacia la homogeneización, y es desde la diferencia y la pluralidad cultural como la uniformación tecnológica está siendo desenmascarada y enfrentada<sup>1</sup>. De ahí que mi texto vaya en otra dirección, no la de los efectos sino la de los interrogantes que las nuevas (pero ¿dónde comienza y termina ese espacio?) tecnologías de comunicación plantean en el ámbito de lo cultural a los latinoamericanos. Lo cual implica un doble movimiento: no volver a dejarnos enredar en el falso dilema —el sí o el no a las tecnologías es el sí o el no al desarrollo—, ya que ese dilema demostró más que suficientemente su falacia; y efectuar un desplazamiento que nos lleva de las tecnologías en sí mismas a sus modos de acceso, de adquisición, de uso: desplazamiento de su incidencia en abstracto a los procesos de imposición y dependencia, de dominación pero también de resistencia, de resemantización y rediseño.

### 1. EL SIMULACRO DE LA MODERNIZACIÓN TECNOLÓGICA

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

*no contemporaneidad* entre tecnologías y usos, entre objetos y prácticas. Es más, pienso que el modo de llegada y consumo de las nuevas tecnologías constituye un terreno privilegiado para la comprensión del alcance de una hipótesis que vengo trabajando hace algún tiempo a propósito de las matrices culturales de la massmediación. Se trata de la *no-contemporaneidad* entre los productos culturales que se consumen y el "lugar", el espacio social y cultural, desde el que esos productos son consumidos, mirados o leídos por las mayorías en América Latina<sup>2</sup>. Miradas desde los países que las diseñan y producen, esas tecnologías representan la nueva etapa de un proceso *continuo* de aceleración de la modernidad que ahora realizaría un salto cualitativo del que ningún país puede estar ausente so pena de muerte económica y cultural. Mi hipótesis es que en América Latina la imposición acelerada de esas tecnologías ahonda el proceso de esquizofrenia entre la máscara de modernización, que la presión de los intereses transnacionales realiza, y las posibilidades reales de apropiación e identificación cultural. Se informatizan o mueren, nos gritan las transnacionales y sus secuaces de adentro. Y una vez más, en nombre de otros dioses no menos interesados que los antiguos —el capital en crisis necesita vitalmente descentralizar el consumo informático— nos vemos obligados a dejarnos civilizar, modernizar, a dejarnos salvar. Sólo que esta vez la modernización nos hará entrar (¿al fin?) en ese proceso definitivo de la simulación generalizada que la informatización implica como nuevo "equivalente general", como nuevo valor tanto de la economía política como de la economía cultural.

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

investigación sobre los modos de comunicación de las obreras en una fábrica de confecciones de Cali encontramos, junto a la más sofisticada innovación de las máquinas, que el asiento usado por la obrera era el mismo que describían en su alegato las rebeldes obreras de Lyon en el siglo pasado, con la consiguiente inadecuación del cuerpo de la obrera y sus consecuencias sobre las malformaciones en la columna vertebral. A otro nivel, ahí está el *hueco semántico* desde el que las tecnologías importadas son consumidas al no poder ser referidas mínimamente a su contexto de producción, hueco que los habitantes de las culturas populares colman a su manera: semantizándolo desde el lenguaje de la religión o de la magia. Y de esa esquizofrenia hace parte la forma como dirigentes políticos y medios de comunicación acogieron la apertura en Bogotá por Jean-Jacques Servan Schreiber de un centro piloto de informática, ¿en qué se diferenciaba del deslumbramiento y las fascinación de las élites coloniales hacia lo europeo en el siglo pasado? Como lo muestran Mattelart y Schmucler<sup>3</sup>, los niveles alcanzados en cada país por la expansión tecnológica en el campo de comunicación son muy diferentes, pero la fascinación y el encandilamiento son muy parecidos: no sólo en las capitales, también en las ciudades de provincia se comienza a sentir una necesidad compulsiva de microcomputadores y videograbadoras, de videotextos y de telejuegos.

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

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

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

votación. El ciudadano termina reemplazado por el experto<sup>5</sup>. Y sobre esa transformación de las necesidades sociales en problemas técnicos se articulará la uniformación de los modos de concebir y organizar la producción paralizando progresivamente las disidencias y frenando la capacidad creadora de cualquier dinámica que escape al doble movimiento envolvente de la centralización de las decisiones y la atomización de la sociedad. La transferencia de tecnología habla, cada día más manifiestamente, no de la importación de aparatos sino de "modelos globales de organización del poder"<sup>6</sup>.

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

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

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

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

conserva" convirtiéndolo en una categoría universal alterna, es decir una entidad metafísica, pues lo auténtico no se rescata más que en la historia de las transformaciones sociales que nos obliga a "percibir la permanencia de lo viejo allí donde parece estar lo nuevo, a saber distinguir lo nuevo radicalmente distinto bajo los ropajes de lo tradicional"<sup>7</sup>. Identidad tampoco rescatable desde un populismo para el que "popular" es el nombre de lo puro, esto es sin contradicciones ni complicidad. Ya que ese populismo ha mostrado suficientemente su vocación estatalista: acaba siempre "identificando la continuidad de lo nacional con la preservación del Estado"<sup>8</sup> que es el guardián de esa pureza y esa autenticidad. Al igual que con "lo popular" en Gramsci no hay posibilidad de definir la identidad más que desde *los usos*, que articulan memoria y experiencia, desde *la posición relacional* en cuanto articulación histórica de diferencia y de conflicto<sup>9</sup>.

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

lógica al elaborar una teoría de las relaciones interculturales sin dominación ni conflicto, sin complicidad ni seducción. Es curioso que al mismo tiempo las transnacionales descubran la rentabilidad de explotar las diferencias ya que, paradójicamente, una de las claves de la dinámica de los mercados y los gustos reside en exhibir la diferencia, pero desactivada de su capacidad de relación, es decir de cuestionamiento de lo mismo. Es la transformación de la diferencia en "distinción" y de lo étnico en lo típico<sup>11</sup>. Y por ese camino las culturas otras acaban siendo reducidas a una *identidad refleja*: culturas que no valen más que en cuanto valorizan la Cultura con mayúsculas pues lo que nos constituye es precisamente lo que nos falta. Y lo que más nos falta hoy, y sin lo cual no habrá desarrollo, es precisamente Tecnología. Y no cualquiera sino la última, la más nueva, la que nos permite otra vez ahorrarnos el proceso y dar el salto hacia la nueva etapa de la humanidad.

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

la de dar continuidad al proceso de reconstrucción permanente de la identidad colectiva. Pero esa dialéctica de la memoria, operante en la narración popular<sup>12</sup> —en la que la calidad de la comunicación no es proporcional a la cantidad de información— se resiste a dejarse pensar con las categorías de la informática. Pero tampoco la memoria electrónica se gesta a sí misma, ya que necesita ser programada desde algún saber que, según el poco sospechoso informe NORAMINC, terminará moldeándose sobre las figuras del poder. Y el mismo informe saca la conclusión: “dejar a los bancos de datos americanos la responsabilidad de organizar esta memoria colectiva para contentarse con su utilización equivale a aceptar una completa alienación cultural”<sup>13</sup>.

La otra cara del proceso de mistificación, que opera con las tecnologías, nos la descubre el modo como las más nuevas le están llegando a las mayorías latinoamericanas: a través de los films de ciencia-ficción en el cine y la televisión. En esa mediación las tecnologías llegan espectacularizadas, convertidas en las nuevas estrellas de cine<sup>14</sup> *fetichizadas*. Más allá del ingenio, la imaginación y la belleza plástica de algunos de esos films, se hace necesario enfrentar la seducción y descubrir cómo se está jugando con los géneros más específicamente populares —la epopeya o los de aventuras y de terror— para armar el imaginario de una nueva ciencia-ficción que saquea el pasado, la tradición de mitos de Oriente y Occidente, y nos lanza al futuro *olvidando*, escamoteando el pasado o disolviendo el presente. A través de las grandes producciones cinematográficas, o en dibujos animados para TV, las nuevas tecnologías no son sólo exhibidas fetichistamente sino *inocentadas* mediante un tratamiento que va del robot siempre bueno, o al servicio de los buenos, a la *estetización de la máquina de guerra*, tan bella como eficaz. De la

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

## 2. LOS MODOS DE USO COMO FORMAS DE RESISTENCIA

Desde el concepto de *efecto* las relaciones tecnología/cultura nos devuelven al fetiche: toda la actividad de un lado y mera pasividad del otro. Y lo que desde ahí se nos impide pensar, como en el análisis de los procesos de comunicación masiva, es la especificidad y la complejidad histórica de esos procesos. Desplazaremos entonces la mirada, o mejor el punto de vista, para interrogar la tecnología desde ese *lugar otro*: el de los modos de apropiación y uso de las clases populares<sup>15</sup>. Porque lo popular en América Latina se configura cada día con más fuerza como el lugar desde el que se hace posible comprender históricamente el sentido que adquieren los procesos culturales, tanto los que desbordan lo nacional "por arriba" desde el funcionamiento de los satélites a las tecnologías de informatización, como los que lo desbordan "por abajo" desde la multiplicidad de formas de resistencia regionales, étnicas, locales, ligadas a la existencia negada pero viva de heterogeneidad cultural. Lo que lo popular indica es el lugar de cruce de dos coordenadas fundamentales en el aquí y el ahora de América Latina: un *aquí* en el que las culturas populares dejan de remitir a un pasado mentirosamente idílico y a una pasividad que estaría

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

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

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

diferentes comunidades inmigrantes en la capital<sup>17</sup>. Las emisiones se iniciaron en horarios fuera de la programación normal, y desde su comienzo tuvieron como contenido informaciones sobre lo que sucede en la región, actividades de la comunidad en la capital, propaganda de lo que ésta produce y todo ello articulado por música de la región y salpicado de felicitaciones de cumpleaños. Sin especialización de locutores ni de géneros, y en el lenguaje más coloquial, los grupos de inmigrados *se encuentran* dándose a través de la radio un espacio mínimo de identificación con el que hacer frente a la homogeneización brutal de la ciudad. Y en Lima también, y en un mercado de barrio pobre llevado por mujeres, se realiza otra experiencia de apropiación cultural de una tecnología, en este caso de la grabadora y un elemental equipo de altoparlantes, que me parece especialmente aleccionador. Normalmente la grabadora y los parlantes no eran usados sino por el administrador y ello para hacer publicidad. Pero con la colaboración de un grupo de comunicadores las mujeres vendedoras en el mercado comenzaron a utilizar la grabadora para hacer entrevistas entre las gentes del barrio, y después de una fiesta de aniversario del mercado, etc. Hasta que llegó la censura en la persona de la religión que dirige las actividades "sociales" del barrio, quien ridiculizó la ignorancia y condenó la osadía de las mujeres que se atrevían a hablar por los parlantes. Al día siguiente el grupo de mujeres más activas se dirigió a los comunicadores y les dijo: "Hemos descubierto que no sabemos hablar, y en eso la monja tiene la razón, pero hemos descubierto también que con ese aparato podemos aprender a hablar. Y queremos hacerlo puesto que sólo los que saben hablar son los que tienen derechos". Y a partir de ese día las mujeres iniciaron la grabación de una radionovela en la que, en base del relato

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

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

M. de Certeau: el modo de lucha de aquél que no puede retirarse a su lugar y se ve obligado a luchar en el terreno del adversario<sup>19</sup>. Y a este respecto la clave está en tomar el original extranjero como potencial a desarrollar, como *energía*<sup>20</sup>, a partir de los requerimientos de la propia sociedad. Sin olvidar que a veces la única forma de asumir activamente lo que nos imponen será el antidiseño, el *diseño paródico* que lo inscribe en un juego que lo niega como valor en sí. Si el rediseño no podrá serlo en muchos casos del *aparato* sí podrá serlo de la función. Como lo hacen las mujeres limeñas al usar la grabadora ya no para escuchar lo que otros dicen sino para aprender ellas a hablar.

### 3. TECNOLOGÍA Y CULTURA: UNA RELACIÓN NECESITADA DE HISTORIA

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

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

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

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

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

mediante la creación de una cultura y un *sentimiento nacional*. El sentido cultural de las tecnologías de comunicación remite entonces a la aparición en la escena social de las masas urbanas, ya que esas masas son el contenido del nuevo sujeto de lo social que es lo nacional<sup>22</sup>. La visibilidad de las masas urbanas reside en la presión de sus demandas: lo que ha sido privilegio de unas minorías en el plano del hábitat o de la educación, de la salud o la diversión, es ahora reclamado como derecho de las mayorías, de todos y cualquiera. Y no es posible hacer efectivo ese derecho al trabajo, a la salud o a la educación sin *masificarlos*, esto es, sin hacer estallar la vieja configuración estamentaria de la sociedad y del Estado. Masificar es en ese momento darle acceso social a las masas, responder a sus demandas<sup>23</sup>. Y es justamente en la formulación de esas nuevas demandas sociales, en su encuentro con el discurso nacional-popular, que van a jugar un papel clave las nuevas tecnologías de comunicación de ese momento: la radio en todos los países, y en algunos el cine. Ellas van a hacer posible la emergencia de un nuevo lenguaje y de un nuevo discurso social, el discurso popular-masivo. El proyecto nacional, en cuanto superación de la fragmentación regional, va a estar mediado primordialmente por aquel discurso que hacen posible la escuela y los medios de comunicación. La *radio* posibilitando el paso de las culturas rurales, que eran aún las de las mayorías, a la nueva cultura urbana sin abandonar por completo ciertos rasgos de su cultura oral. Lo nacional fue en ese tiempo una experiencia peculiar: la de descubrirse habitantes de un país más ancho y grande que se comparte con otras regiones. Fue eso aunque también el inicio de destrucción de esa pluralidad. Por su parte *el cine* hace nación al teatralizarla<sup>24</sup>, haciendo que lo que durante mucho tiempo había sido sinónimo

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

La idea que le da forma a la segunda etapa es la de *desarrollo*. ¿Qué cambios introduce? Si la idea de modernización vehiculaba un proyecto eminentemente político, la de desarrollo plasmará sobre todo un proyecto *económico*: la de un crecimiento económico a cuyo servicio estarán las reformas del Estado y de la sociedad. A finales de los años '50 el proyecto populista ha hecho crisis: la radicalidad de las demandas sociales exigía su transformación en uno revolucionario y al no poder seguir vivo sin radicalizarse el populismo agota su propuesta. En su reemplazo aparece otra, *la desarrollista*, aquella según la cual si estos países son pobres no es por falta de justicia social sino porque *no producen*. Para poder repartir —justicia— hay primero que producir. Lo que coloca a la democracia política en situación subsidiaria en relación al crecimiento económico<sup>25</sup>. El desarrollismo resulta diciéndonos que ya está bien de reformas sociales y de política, lo que necesitamos es una *concepción técnica* de los problemas. De ahí que ese momento sea el más álgido en la *difusión de innovaciones*, pues es de la transferencia de tecnología avanzada de la que se espera la solución a los problemas del subdesarrollo.

¿Cuál es el papel que van a cumplir ahí las tecnologías de comunicación y en especial la "nueva", la televisión? Para responder a esa pregunta hay que situarla en relación con los cambios que el desarrollismo introduce en la mediación ejercida hasta entonces por el Estado. En la etapa populista el Estado era la encarnación visible del pacto social. Ahora ya no, ahora el Estado debe ser una instancia técnico neutral que ejecute los imperativos del desarrollo<sup>26</sup>. Conservando la retórica del "servicio social" los medios de comunicación

son puestos en manos de la empresa privada. Cambian las funciones del Estado y cambia también el sentido de lo masivo. Pues mientras en la etapa populista lo masivo aludía a la presencia social de las masas, a la presencia de las masas llenando las calles, dejando pequeños los hospitales y las escuelas, ahora lo masivo se hallará únicamente referido al mundo de *los medios*. Y con ellos será confundida la comunicación. Es el mensaje de la OEA: el mejor índice de desarrollo de estos pueblos es el desarrollo de sus medios de comunicación. La comunicación medida del desarrollo: "sin comunicación no hay desarrollo". Una comunicación medida en número de ejemplares de periódicos, de receptores de radio y de televisión<sup>27</sup>. Ahora ya podemos responder la pregunta sobre el sentido de las tecnologías en el nuevo proyecto. Si la radio y el cine fueron, en el proceso de gestación de una cultura nacional, en alguna medida y a su manera, receptivos a la diversidad cultural de estos países, con la llegada de la Televisión asistimos a la puesta en función de otro modelo regido por la tendencia a *la constitución de un solo público*. Un modelo que tiende a la unificación de la demanda mediante un imaginario de consumo que ya no es nacional sino explícita y descaradamente *transnacional*. Lo cual supone proponer un solo modelo de desarrollo para todos los países y para todo el país. Un modelo para el que las diferencias se tornan en obstáculo. Y un segundo mecanismo fundamental, sobre el que se organiza el modelo que rige la televisión: la tendencia a *confundir la realidad con la actualidad*. Dispositivo de contemporización, de sumisión de las diversas temporalidades de que está hecha América Latina a un solo tiempo: el de la actualidad, en cuanto tiempo único de medida de la productividad. Y frente a las *anacronías*, los destiempos, que atraviesan la realidad cultural

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

#### 4. MUTACIONES CULTURALES: UNA TOPOGRAFÍA MOVEDIZA

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

Quizá el más socorrido de los *impactos* sea el que Brzezinski<sup>28</sup> ha denominado "la nueva conciencia planetaria": el surgimiento de un nuevo tipo de conciencia que supera/trasciende las culturas particulares, las tradiciones e identidades nacionales. Pienso que la contradicción se sitúa en primer lugar a nivel de lo que significa *ese superar*. Pues es cierto que los hombres parecen estar en camino de vencer las barreras que alza la postulación de una identidad excluyente, que ha servido innumerables veces para tapar con retórica la ineficacia y la mediocridad, el repliegue para no enfrentar los retos. Bienvenida una nueva conciencia que pone en crisis aquel nacionalismo retórico e incapaz de asumir la diversidad, la pluralidad de que están hechas nuestras sociedades nacionales. Pero, ¿en qué medida esa "conciencia planetaria" se piensa a sí misma como *síntesis* hegeliana de las verdades culturales de todas las culturas que *supera* en la idea... pero que en la realidad destruye? ¿En qué medida

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

De otro lado, las nuevas tecnologías de comunicación están trastornando la *economía del tiempo*. Durante siglos los cambios fueron lentos, muy lentos, de manera que una generación tenía "tiempo" de contárselos a la siguiente. Nosotros estamos viviendo la entrada en otro régimen de tiempo que forma parte de esa conciencia planetaria también contradictoriamente. La aceleración de los cambios hace parte del movimiento de la comunicación —la instantaneidad de la información posibilita una nueva rentabilidad y una transformación de las relaciones posibles, multiplicándolas— pero también nos conduce a una actualidad histórica que desvaloriza cualquier otro tiempo. Ya sea el tiempo de la historia —la información noticiosa, o la noticia informatizada, obturando la memoria hasta aplastar lo actual contra su fetiche, induciendo la desaparición misma del tiempo como contexto vivo de los hechos<sup>29</sup>, o el tiempo de las culturas, sus ritmos, sus temporalidades diferentes: el tiempo de las culturas indígenas, de las culturas negras, de las culturas occidentales y el tiempo de sus mestizajes.

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

una palabra renovando la sociedad civil y la participación democrática. Según otros, lo que las nuevas tecnologías de comunicación procuran son más sofisticadas formas de centralización y de control social poniéndonos al borde de un más blando pero también más irresistible fascismo. Ahí estaría la información suministrada para que los hijos sean aceptados en el colegio convirtiéndose años después, y en manos de las autoridades policiales, en indicios de desviación. O la información recogida por las tarjetas de crédito posibilitando el chantaje a la intimidad. O la imposibilidad de cambiar de trabajo sin verse perseguido por la información acumulada, diseminada. O la abundancia y manipulación de las encuestas sustituyendo a, haciendo las veces de, una verdadera opinión pública. Entre el optimismo vacío y la paranoia caben sin duda aquellas preguntas que ponen en relación las virtualidades de la tecnología con sus usos sociales, esto es con los "manuales de uso" que ellas conllevan materializados en los hábitos y las tendencias de nuestras sociedades<sup>30</sup>. Apostar por un salto adelante, por un cambio desde las tecnologías mismas sin referencia a esos hábitos sociales sería paradójicamente el más craso de los voluntarismos y de la mala fe política.

Lo que las nuevas tecnologías ponen al descubierto parecería ser el desfase entre la nueva era "de la información" —resultado de la revolución electrónica— y la vieja organización social y política aún moldeada sobre los restos de la revolución industrial. Nos hallamos entonces ante la crisis última del modelo político liberal y de sus dos dispositivos claves: el Estado nacional y el espacio público no deducible de, ni reductible a, los intereses privados<sup>31</sup>. Al hallarse ligadas "desde dentro" a la forma nueva de transnacionalidad del capital, las nuevas tecnologías afectan la forma y las

funciones de los Estados nacionales. No tanto por el tamaño de las inversiones que requiere su implantación sino, sobre todo, por el ámbito de su operación. Si hubo un tiempo en que un tractor no era rentable más que para un número determinado de hectáreas, ahora nos encontramos con unas tecnologías cuyo espacio de operación *adecuada*, que es otro modo de decir rentable, rebasa por entero lo nacional. Y si a esa condición la ponemos en relación con la situación de deuda externa de los países latinoamericanos nos encontramos frente al círculo de esa condición: las presiones económicas convertidas en opción tecnológica que a su vez se traduce en chantaje político. Lo que, como afirma Roncagliolo, ya no puede ser pensado en términos de imperialismo pues es un modelo político, y no sólo económico, el que está siendo internacionalizado<sup>32</sup>. Un modelo que recorta día a día más la capacidad de decisión de los Estados nacionales en el diseño del desarrollo de los países. En respuesta a lo cual la defensa de las soberanías nacionales pasa a ser un problema a enfrentar *como región* latinoamericana. El acoso tecnológico se torna así llamada a la construcción de un ámbito de autonomía desde donde sea posible pensar hoy tanto la implantación "racional" de tecnologías como la defensa de las soberanías nacionales.

Pero el acoso al Estado le viene también de dentro de "la creciente incapacidad, según Hamelink, para distinguir entre los ámbitos públicos y privado"<sup>33</sup>, y de la desocialización de lo público<sup>34</sup>. El "viejo" y fundamental concepto de "servicio público" parecería estar perdiendo sentido al ritmo de una privatización acelerada de todo aquello que se consideraba por derecho, *público*: desde el transporte urbano a la educación. El caso de la televisión en Europa es bien elocuente: se privatiza en Italia y está en proceso en Francia y

España. Y lo más paradójico: esa privatización se lleva a cabo por gobiernos presididos por socialistas. Como si la superación de la crisis económica estuviera ligada indisolublemente a la dinámica de la privatización, como si en el área de las comunicaciones el avance pasara irremediamente por la "superación" de la vieja idea de un espacio público. Lo que en ese movimiento se estaría perdiendo es, según Richeri<sup>35</sup>, la identidad misma de los medios de comunicación. Pues lo que pasa en los medios, y especialmente en la televisión, cada vez parece tener menos relación con su identidad comunicativa y más con el hecho tecnológico en sus posibilidades de reconversión industrial, esto es, las tecnologías de comunicación como nuevo espacio de inversión del capital en crisis. La innovación en el ámbito tecnológico no es acompañada ni de lejos por la innovación en la programación, los *usos sociales* de las potencialidades nuevas no parecen interesar en absoluto a los productores y programadores. A lo que viene a unirse el carácter *transversal* de las nuevas tecnologías, esto es la forma en que se inscriben en la cotidianidad afectando el funcionamiento de la sociedad civil. Pues ya no afectan la vida cotidiana desde algún punto en especial sino que se instalan en todos, la afectan desde todos —el trabajo, la escuela, el hospital, la administración— creando una red electrónica que como "nuevo tejido" vendría a suplir las viejas formas de asociación social. Una amiga desde Brasil me escribe: "El derecho a la representación política puede estar comenzando a morir en este país. Un Estado que teme el fortalecimiento de la sociedad civil ha conseguido promover la ruptura: la relación entre Estado y nación se hace cada vez más a través de los nuevos medios de comunicación y no de los partidos ni de los movimientos sociales. Es algo que yo

conocía en los Estados Unidos pero todavía no había visto en ningún país de América Latina<sup>36</sup>.

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

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

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

## NOTAS

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

33. C. Hamelink, en *La era teletinformática*, p. 59.

34. M. Mattelart, *La culture contre la démocratie?*, La Découverte, París, 1984, p. 59 y ss. Edición en español: *¿La cultura contra la democracia?*, Editorial Mitre, Barcelona, 1985.

35. G. Richeri, (Ed.), *La televisión: entre servicio público y negocio*, Gustavo Gili, Barcelona, 1983, p. 17 y ss.

36. Correspondencia personal.

37. G. Richeri, en "Nuevas tecnologías e investigación sobre las comunicaciones de masa", en *Sociología de la comunicación de masas*, vol. IV, p. 77, obra citada.

SEGUNDA PARTE

AÑOS '90:  
PENSAR LA SOCIEDAD DESDE LA  
COMUNICACIÓN



## I. ITINERARIOS DE LA INVESTIGACIÓN

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

ZIGMUN BAUMAN

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

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