

Jesús Martín-Barbero*

➤ Medios y culturas en el espacio latinoamericano

Convertida en ecosistema comunicativo, la tecnología re-articula hoy las relaciones entre comunicación y cultura haciendo pasar al primer plano la dimensión y la dinámica comunicativa de la cultura, de todas las culturas, y la envergadura cultural que en nuestras sociedades adquiere la comunicación. Al exponer cada cultura a las otras, tanto del mismo país como del mundo, los actuales procesos de comunicación aceleran e intensifican el intercambio y la interacción entre culturas como nunca antes en la historia. Poner a comunicar las culturas deja entonces de significar la puesta en marcha de movimientos de propagación o divulgación para significar ahora la activación de la experiencia creativa y de la competencia comunicativa de cada cultura. La comunicación en el campo de la cultura deja de ser un movimiento exterior a los procesos culturales mismos –como cuando la tecnología era excluida del mundo de lo cultural y tenida por algo meramente instrumental– para convertirse en un movimiento entre culturas: movimiento de acceso, esto es de apertura, a las otras culturas que implicará siempre la transformación/recreación de la propia. Pues la comunicación cultural en la “era de la información” nombra ante todo la experimentación, es decir, la experiencia de apropiación e invención.

1. Procesos de globalización y cambios tecnológicos

La revolución tecnológica que vivimos no afecta sólo a cada uno de los medios por separado, sino que está produciendo transformaciones transversales que se evidencian en la emergencia de un ecosistema comunicativo, marcado por la hegemonía de la experiencia audiovisual sobre la tipográfica y la reintegración de la imagen al campo de la producción de conocimientos. Ello está incidiendo tanto sobre el sentido y el alcance de lo que entendemos por comunicar como sobre la particular reubicación de cada medio en ese ecosistema, reconfigurando las relaciones de unos medios con otros, con lo que ello implica en el diseño de las políticas de comunicación, ahora ya no pensables como meras “políticas de medios” sino a pensar como políticas culturales sobre el “sistema comunicativo”.

* Fundador y presidente de ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de Comunicación). Autor de *Procesos de comunicación y matrices de cultura* (1988), *Communication, Culture and Hegemony* (1992), *Televisión y melodrama* (1992), *Los ejercicios del ver* (1999). Actualmente se desempeña como profesor/investigador del Departamento de Estudios Socioculturales del ITTESO en Guadalajara, México. Correo electrónico: <Jemartin@megared.net.mx>.

1.1. *Euforia tecnológica y malestar político*

El punto de partida de los actuales cambios se sitúa en la década del 80, años en que despegan las nuevas tecnologías y, de agentes del imperialismo, los medios pasan a ser considerados protagonistas de los nuevos procesos de transnacionalización. El cambio de lenguaje –de medios a tecnologías y de imperialismo a transnacionalización– no es un mero avatar académico sino el inicio de movimientos económicos, políticos y culturales de gran profundidad. Unos pocos años después estaremos llamando a esos dos movimientos “revolución tecnológica” y “globalización”. Por lo que respecta a las nuevas tecnologías, es bien significativo que en la “década perdida” de los 80, una de las pocas industrias que se desarrollaron en América Latina fuera precisamente la de la comunicación: el número de emisoras de televisión se multiplicó –de 205 en 1970 pasó a 1.459 en 1988–, Brasil y México se dotaron de satélites propios, la radio y la televisión abrieron enlaces mundiales vía satélite, se implantaron redes de datos, fibra óptica, antenas parabólicas, televisión por cable, y se establecieron canales regionales de televisión (Fox 1989).

Todo ese crecimiento se realizó siguiendo el movimiento del mercado, sin apenas intervención del Estado, más aún minando el sentido y las posibilidades de esa intervención, esto es, dejando sin piso real el espacio y el servicio público, y acrecentando las concentraciones monopólicas. A mediados de los años 80 ya percibíamos que el lugar de juego del actor transnacional no se encuentra sólo en el ámbito económico –la devaluación de los Estados en su capacidad de decisión sobre las formas propias de desarrollo y las áreas prioritarias de inversión– sino en la hegemonía de una racionalidad des-socializadora del Estado y legitimadora de la disolución de lo público (Martín-Barbero 1987, 1994). El Estado estaba dejando de ser garante de la colectividad nacional como sujeto político para convertirse en gerente de los intereses privados transnacionales. Las nuevas tecnologías de comunicación constituyen así un dispositivo estructurante de la redefinición y remodelación del Estado: hacen fuerte a un Estado que refuerzan en sus posibilidades/tentaciones de control, mientras lo tornan débil al favorecer el movimiento que tiende a desligarlo de sus funciones públicas. No debe extrañarnos entonces que los medios pierdan en su capacidad mediadora lo que ganan como nuevo espacio tecnológico de reconversión industrial.

En gran medida la conversión de los medios en grandes empresas industriales se halla ligada a dos movimientos convergentes: la importancia estratégica que el sector de las telecomunicaciones entra a jugar, desde mediados de los años 80, en la política de modernización y apertura neoliberal de la economía, y la presión que, al mismo tiempo, ejercen las transformaciones tecnológicas hacia la desregulación del funcionamiento empresarial de los medios. En pocos años esa convergencia rediseña el mapa. El medio que registra más rápidamente los cambios es la radio (Lalinde 1996), a la que la modernización tecnológica torna flexible en un doble sentido: la FM (frecuencia modulada), aligerando el aparataje y los costos tecnológicos posibilita una gran diversificación de las emisoras de una misma cadena, dedicadas por entero a segmentos precisos de audiencia, no sólo por géneros –noticias, música– sino por segmentos de edad y de gusto; de otra parte, la conexión satelital hace posible la instantaneidad de la noticia desde cualquier parte del mundo, lo que conducirá a modelos de programación más dúctiles, por módulos armables en los que cabe una gran diversidad de subgéneros y en los que son fácilmente insertables las “noticias en vivo”. Apoyada en el primer tipo de flexibilidad

va a surgir también una segunda generación de emisoras locales y comunitarias, a través de las cuales movimientos sociales barriales o locales y ONGs encuentran en la radio la posibilidad de un nuevo tipo de espacio público: ya no para ser representados sino reconocidos desde sus propios lenguajes y relatos.

Por su parte, la prensa es el medio que más tardíamente y con mayores recelos se ha insertado en la revolución tecnológica. Pero las tendencias de esa inserción son mayoritariamente preocupantes. Pues, al mismo tiempo que refuerzan el monopolio de la información escrita por algunas pocas empresas, amenazan la existencia del periodismo investigativo (Bonilla 1995). En cuanto a lo primero, bien pueden servir de ejemplo las transformaciones que en los últimos años ha experimentado el periódico *El Tiempo* de Bogotá, que copa actualmente cerca del 80% de los lectores del país: ha inaugurado ediciones vía satélite en Cali y otras ciudades colombianas, ha formado cadenas de prensa semanal en un buen número de capitales de departamentos y tiene prensa barrial en Bogotá, acoge diariamente en su sección de economía varias páginas del *Wall Street Journal* y publica una separata semanal de la revista *Time*. Respecto a lo segundo, parecería que la apropiación del computador y las nuevas tecnologías de diseño estuvieran ante todo posibilitando a la prensa escrita competir con la televisión: predominio de la imagen sobre el texto escrito hasta extremos disparatados en las ediciones del domingo, brevedad de los artículos con tendencia a ser cada día más cortos y más fácilmente digeridos. A su vez, los cambios introducidos por las nuevas tecnologías en la producción material y formal del periódico rehacen grandemente la geografía de los oficios periodísticos, implicando más directamente a los periodistas en la hechura formal del periódico mientras facilitan la concentración de las decisiones sobre lo realmente publicado y el peso otorgado a cada información. Un segundo renglón de las relaciones entre prensa e innovación tecnológica se halla en la edición electrónica de los principales periódicos y revistas de cada país, posibilitando la multiplicación de los lectores tanto dentro como fuera de las fronteras nacionales, y la multiplicidad de modos de lectura, lo que está replanteando tanto la oposición apocalípticamente maniquea entre el mundo de la escritura y el de la imagen como la creencia en un solo, y tipográfico, modo de lectura.

La envergadura de la incidencia de los cambios tecnológicos en las transformaciones de la televisión merecerían un capítulo aparte. Recogeremos en forma sintética solamente los cambios con mayor relevancia política y cultural (Herrán 1991; Rey 1998) De un lado, las nuevas tecnologías multiplican en cada país la presencia de las imágenes globales, e intensifican la globalización de las imágenes de lo nacional; pero de otro, los movimientos de democratización desde abajo encuentran en las tecnologías –de producción como la cámara portátil, de recepción como las parabólicas, de postproducción como el computador y de difusión como el cable– la posibilidad de multiplicar las imágenes de nuestra sociedad desde lo regional a lo municipal e incluso lo barrial. Aunque para la mayoría de los críticos el segundo movimiento no puede compararse con el primero por la desigualdad de las fuerzas en juego, soy de los que piensan que minusvalorar la convergencia de las transformaciones tecnológicas con el surgimiento de nuevas formas de ciudadanía –lo que ya en solitario anticipara Walter Benjamin al analizar las relaciones del cine con el surgimiento de las masas urbanas– sólo puede llevarnos de vuelta al miope maniqueísmo que ha paralizado durante años la mirada y la acción de la inmensa mayoría de las izquierdas en el campo de la comunicación y la cultura. Claro que el sentido de lo local o lo regional en las televisiones por cable varía enormemente, pues va

desde el mero negocio hasta lo mejor de lo comunitario. Pero son nuevos actores los que en no pocos casos toman forma a través de esas nuevas modalidades de comunicación que conectan –rediseñándolas– las ofertas globales con las demandas locales vía parabólicas y cable. Hay también, en lo que a las nuevas modalidades de televisión concierne, otro ámbito de contradicciones a tener en cuenta: la puesta en escena de lo latinoamericano que, cargada de esquematismos y deformaciones pero también de polifonías, están realizando las subsidiarias latinas de CBS y CNN en unos países con frecuencia inmersos en una muy pobre información internacional, y especialmente en lo que atañe a los otros países de Latinoamérica. Las descontextualizaciones y frivolidades de que está hecha buena parte de la información que difunden esas cadenas de televisión no pueden ocultarnos la apertura y contraste informativos que ellas posibilitan, pues en su entrecruce de imágenes y palabras se deshacen y rehacen imaginarios que, reubicando lo local, nos sitúan en un cierto espacio latinoamericano.

1.2. Nuevas estructuras de poder y formas de propiedad

Dos son las tendencias más notorias en este plano. Una, la conversión de los grandes medios en empresas o corporaciones multimedia, ya sea por desarrollo o fusión de los propios medios de prensa, radio o televisión, o por la absorción de los medios de comunicación por parte de grandes conglomerados económicos; y la otra, la desubicación y reconfiguración de la propiedad. La primera tiene en su base la convergencia tecnológica entre el sector de las telecomunicaciones (servicios públicos en acelerado proceso de privatización) y el de los medios de comunicación, y se hizo especialmente visible a escala mundial en la fusión de la empresa de medios impresos TIME con la Warner de cine, a la que entra posteriormente la japonesa Toshiba, y a la que se unirá después CNN, el primer canal internacional de noticias; o en la compra de la Columbia Pictures por la SONY. En América Latina, a la combinación de empresas de prensa con las de televisión, o viceversa, además de radio y discografía, O Globo y Televisa le han añadido últimamente las de televisión satelital. Ambas participan en la empresa conformada por News Corporation Limited, propiedad de Robert Murdoch, y Telecommunication Incorporated, que es el consorcio de televisión por cable más grande del mundo. Televisa y O Globo ya no están solos, otros dos grupos, uno argentino y otro brasileño, se han sumado a las grandes corporaciones multimedia (Mastrini/Bolaños 1999). El grupo Clarín que, partiendo de un diario, edita hoy revistas y libros, es dueño de la red Mitre de radio, del Canal 13 de televisión, de Multicanal, la mayor proveedora de televisión por cable que cubre la ciudad capital y el interior, y de la mayor agencia nacional de noticias, además de tener participación en empresas productoras de cine y de papel. El grupo Abril, que a partir de la industria de revistas y libros, se ha expandido a las empresas de televisión por cable y de vídeo, y que forma parte del macro grupo DIRECTV, en el que participan Hughes Communications, uno de los más grandes consorcios constructores de satélites, y el grupo venezolano Cisneros, el otro grande de la televisión en Latinoamérica.

En un nivel de menor capacidad económica pero no menos significativo se hallan varias empresas de prensa que se han expandido en los últimos años al sector audiovisual, como El Tiempo, de Bogotá, que está ya en televisión por cable, acaba de inaugurar el canal local para Bogotá CitiTV y construye actualmente un conjunto multisalas de

cine; el grupo periodístico El Mercurio, de Santiago de Chile, dueño de la red de televisión por cable Intercom; el grupo Vigil, argentino, que partiendo de la editorial Atlántida posee hoy el canal Telefé y una red de televisión por cable que opera no sólo en Argentina sino en Brasil y Chile.

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

La otra tendencia señala al campo de los medios de comunicación como uno de los ámbitos en los que las modalidades de la propiedad presentan mayor movimiento. Pues es éste uno de los campos donde más se manifiesta el llamado postfordismo: el paso de la producción en serie a otra más flexible, capaz de programar variaciones cuasi “personalizadas” para seguir el curso de los cambios en el mercado. Un modelo de producción así, que responde a los ritmos del cambio tecnológico y a una aceleración en la variación de las demandas, no puede menos que conducir a formas flexibles de propiedad. Nos encontramos ante verdaderos movimientos de “des-ubicación de la propiedad” que, abandonando en parte la estabilidad que procuraba la acumulación, recurren a alianzas y fusiones móviles que posibilitan una mayor capacidad de adaptación a las cambiantes formas del mercado comunicativo y cultural. Como afirma Castells (1999: 397) no asistimos a la desaparición de las grandes compañías pero “sí a la crisis de su modelo de organización tradicional [...] La estructura de las industrias de alta tecnología en el mundo es una trama cada vez más compleja de alianzas, acuerdos y agrupaciones temporales, en la que las empresas más grandes se vinculan entre sí” y con otras medianas y hasta pequeñas en una vasta red de subcontratación. A esa red de vínculos operativos de relativa estabilidad corresponde una nueva cultura organizativa que pone el énfasis en la originalidad de los diseños, la diversificación de las unidades de negocio y un cierto fortalecimiento de los derechos de los consumidores, que corresponde a la creciente participación de la ciudadanía a través de veedurías y ligas o asociaciones de consumidores y usuarios.

Lo que en esas re-configuraciones de la propiedad está en juego son las nuevas formas que debe adoptar cualquier regulación que busque la defensa de los intereses colectivos, los sistemas de vigilancia sobre las prácticas monopolísticas y la promoción de la competencia, además de los trastornos que ahí sufren las diversas figuras jurídicas de propiedad de los medios: privada, pública, mixta, comunitaria.

1.3. *Los medios como actores sociales*

Frente a lo que se piensa desde una dominante concepción ahistórica –que es compartida por la visión meramente reproductiva de los integrados y por la moralista de los

apocalípticos— la función de los medios en nuestras sociedades ha cambiado profundamente y en muy diversos sentidos: tanto en su relación con el poder político o con las lógicas del mercado, como con los cambios que nos han llevado de una sociedad tradicional, unanimita y confesional, a otra moderna, secularizada y plural, pasando por las sociedades que han configurado el populismo, el desarrollismo y el neoliberalismo. Así, la función que cumplieron los medios en la “primera modernidad” latinoamericana de los años 30-50 —que configuraron especialmente los populismos en Brasil, México y Argentina— respondió al proyecto político de constituir estos países en naciones modernas mediante la creación de una cultura y una identidad nacionales. Ese proyecto fue en buena medida posible por la comunicación que los medios posibilitaron entre masas urbanas y Estado. Los medios, y especialmente la radio, se convirtieron en voceros de la interpelación que desde el Estado convertía a las masas en pueblo y al pueblo en nación. La radio en todos, y el cine en algunos países —México, Brasil, Argentina— hicieron la mediación entre las culturas rurales tradicionales con la nueva cultura urbana de la sociedad de masas, introduciendo en ésta elementos de la oralidad y la expresividad de aquéllas, y posibilitándoles hacer el paso de la racionalidad expresivo-simbólica a la racionalidad informativo-instrumental que organiza la modernidad.

El proceso que vivimos hoy es no sólo distinto sino en buena medida inverso: los medios de comunicación son uno de los más poderosos agentes de devaluación de lo nacional. Lo que desde ellos se configura hoy, de una manera más explícita en la percepción de los jóvenes, es la emergencia de culturas que, como en el caso de las musicales y audiovisuales, rebasan la adscripción territorial por la conformación de “comunidades hermenéuticas” difícilmente comprensibles desde lo nacional. No por estar ligadas a estrategias del mercado transnacional de la televisión, del disco o del vídeo, pueden ser subvaloradas estas culturas en lo que ellas implican de nuevos modos de percibir y de operar la identidad. Ellas refieren a identidades de temporalidades menos “largas”, más precarias, dotadas de una plasticidad que les permite amalgamar ingredientes que provienen de mundos culturales muy diversos y por lo tanto están atravesadas por fuertes discontinuidades, en las que conviven gestos atávicos, residuos modernistas, eclecticismos posmodernos (Margulis et al. 1998; Reguillo 2000). Los medios ponen así en juego un contradictorio movimiento de globalización y fragmentación de la cultura, que es a la vez de des-localización y revitalización de lo local.

De una manera peculiar, los medios en América Latina movilizan hoy una profunda compenetración —complicidad y complejidad de relaciones— entre la oralidad que perdura como experiencia cultural primaria de las mayorías y la “oralidad secundaria” que teje y organiza las gramáticas de la visualidad electrónica. Las mayorías acceden a, y se apropian de, la modernidad sin dejar su cultura oral, pues la dinámica de las transformaciones que calan en la cultura cotidiana proviene de la desterritorialización y las hibridaciones culturales que propician y agencian los medios masivos en su desconcertante convergencia con “estratos profundos de la memoria colectiva sacados a la superficie por las bruscas alteraciones del tejido social que la propia aceleración modernizadora comporta” (Marramao 1988: 60). Y también en el plano político la identidad de los medios ha cambiado profundamente. De un lado, los medios están pasando de meros intermediarios de las formaciones políticas con la sociedad a mediadores en la constitución del sentido mismo del discurso y de la acción política. De meros transmisores de información o de doctrina y consignas, los medios han empezado a actuar en la política —aunque en ello se

disfracen también otras intenciones e intereses— como fiscalizadores de la acción del gobierno y de la corrupción en las distintas instituciones del Estado. Actúan también al estimular y apoyar la presencia de candidatos independientes o cívicos y al facilitar la interlocución entre el Estado y las organizaciones de la sociedad civil.

Mediante esas nuevas actuaciones, los medios buscan responder a su manera a las nuevas demandas sociales y a las nuevas figuras de lo político. Y en esa búsqueda se están viendo obligados a desbordar los intereses de sus aliados tradicionales para abrirse a la interlocución con organizaciones nacionales y locales de tipo cívico o ecológico, dándose asimismo interlocutores provenientes del ámbito de las ciencias sociales y las transformaciones culturales. De otro lado, las nuevas tensiones estratégicas, que fuerzan a los medios a cambiar, se ubican entre su predominante carácter comercial, el reordenamiento de sus relaciones con el Estado y el surgimiento de nuevas figuras y expresiones de la libertad, entre su búsqueda de independencia y las condiciones que crean los procesos de globalización, entre sus tendencias a la inercia y las transformaciones que imponen los cambios tecnológicos y las nuevas demandas de los públicos.

El modo en que los medios se relacionan con los públicos revela, finalmente, uno de los cambios más importantes: la transformación de la cultura de masas en una cultura segmentada. Ello responde a la manera como la industria mediática ha sabido asumir que el público o la audiencia no designan un ente indiferenciado y pasivo sino una fuerte diversidad de gustos y modos de consumir. En los últimos años los medios interpelan y construyen una audiencia que, aunque es masiva por la cantidad de gente a la que se dirige, ya no lo es en relación a la uniformidad y la simultaneidad de los mensajes, lo que obliga a replantear la visión que identifica cultura mediática con homogenización cultural. Cierto que hay homogenización en nuestra sociedad pero ella, más que efecto de los medios, es condición de funcionamiento del mercado en general, mientras que los actuales modos de producción cultural de los medios van en la dirección de la fragmentación y especialización de las ofertas y los consumos. Ahora bien, la construcción de públicos que, desde la acción de la prensa del siglo XIX, ha jugado un papel democratizador en la sociedad al abrir el acceso de los bienes informativos y culturales a sectores diversos de las elites, adquiere hoy una marcada ambigüedad. Si la segmentación de públicos sigue, en cierta medida, teniendo un rol democratizador —como en el caso de las emisoras musicales que atienden demandas de los diferentes grupos de edad y de diversos tipos de gustos/consumos culturales— estamos sin embargo ante una fragmentación de la oferta que funcionaliza las diferencias socio-culturales a los intereses comerciales, y tiende a construir solamente diferencias vendibles.

2. Culturas en comunicación

La “cuestión cultural” emerge hoy como clave insoslayable de comprensión de las involuciones que sufre el desarrollo en los países del llamado Tercer Mundo y de lo mentiroso de las pasividades atribuidas a las colectividades por los salvadores de turno. Esta es una cuestión crucial, pues o las construcciones identitarias son asumidas como dimensiones constitutivas de los modelos y procesos de desarrollo de los pueblos o las identidades culturales tenderán a atrincherarse colocándose en una posición de antimodernidad a ultranza, con el consiguiente reflatamiento de los particularismos y los

fundamentalismos étnicos y raciales. Pues si lo que constituye la fuerza del desarrollo es la capacidad de las sociedades de actuar sobre sí mismas y de modificar el curso de los acontecimientos y los procesos, la forma globalizada que hoy asume la modernización choca y exacerba las identidades generando tendencias fundamentalistas frente a las cuales es necesaria una nueva conciencia de identidad cultural “no estática ni dogmática, que asuma su continua transformación y su historicidad como parte de la construcción de una modernidad sustantiva” (Calderón/Hopenhayn 1996: 34), es decir, de una nueva concepción de modernidad que supere su identificación con la racionalidad puramente instrumental a la vez que revalorice su impulso hacia la universalidad como contrapeso a los particularismos y los guetos culturales.

Hasta no hace muchos años el mapa cultural de nuestros países era el de miles de comunidades culturalmente homogéneas, fuertemente homogéneas pero aisladas, dispersas, casi incomunicadas entre sí y muy débilmente vinculadas a la nación. Hoy el mapa es otro: América Latina vive un desplazamiento del peso poblacional del campo a la ciudad que no es meramente cuantitativo —en menos de cuarenta años el 70% que antes habitaba el campo está hoy en ciudades— sino también indicio de la aparición de una trama cultural urbana heterogénea, formada por una densa multiculturalidad que es heterogeneidad de formas de vivir y de pensar, de estructuras del sentir y de narrar, pero muy fuertemente comunicada, al menos en el sentido de la exposición de cada cultura a todas las demás. Se trata de una multiculturalidad que desafía nuestras nociones de cultura y de nación, los marcos de referencia y comprensión forjados sobre la base de identidades nítidas, de arraigos fuertes y deslindes claros. Pues nuestros países son hoy el ambiguo y opaco escenario de algo no representable ni desde la diferencia excluyente y excluida de lo étnico-autóctono, ni desde la inclusión uniformadora y disolvente de lo moderno.

También hasta hace poco creíamos saber con certeza de qué estábamos hablando cuando nombrábamos dicotómicamente lo tradicional y lo moderno, pues mientras la antropología tenía a su cargo las culturas “primitivas”, la sociología se encargaba de las “modernas”. Lo que implicó dos ideas opuestas de cultura: si para los antropólogos cultura es todo, pues en el magma primordial que habitan los primitivos tan cultura es el hacha como el mito, la maloca como las relaciones de parentesco, el repertorio de las plantas medicinales o el de las danzas rituales, para los sociólogos, por el contrario, cultura es sólo un tipo especial de actividades y de objetos, de productos y prácticas, casi todos pertenecientes al canon de las artes y las letras. Pero en la tardo-modernidad que ahora habitamos, la separación que instauraba aquella doble idea de cultura se ve desdibujada, de una parte, por el movimiento creciente de especialización comunicativa de lo cultural, ahora “organizado en un sistema de máquinas productoras de bienes simbólicos que son transmitidos a sus públicos consumidores” (Brunner 1996: 134): es lo que hace la escuela con sus alumnos, la prensa con sus lectores, la televisión con sus audiencias y hasta las iglesias con sus fieles. Al mismo tiempo, la cultura vive otro movimiento radicalmente opuesto: se trata de un movimiento de *antropologización*, mediante el cual la vida social toda se convierte en cultura. Hoy son sujeto/objeto de cultura tanto el arte como la salud, el trabajo como la violencia, y también hay cultura política, del narcotráfico, cultura organizacional, cultura urbana, juvenil, de género, profesional, audiovisual, científica, tecnológica, etc.

Algo parecido nos pasa con la dicotomía entre lo rural y lo urbano, pues lo urbano era lo contrario de lo rural. Hoy esa dicotomía está siendo disuelta no sólo en el discurso

del análisis sino en la experiencia social misma por los procesos de desterritorialización e hibridación que ella atraviesa. Lo urbano no se identifica ya hoy únicamente con lo que atañe a la ciudad (Monguín 1995: 43) sino que permea con mayor o menor intensidad el mundo campesino pues urbano es el movimiento que inserta lo local en lo global, ya sea por la acción de la economía o de los medios masivos de comunicación. Aun las culturas más fuertemente locales atraviesan cambios que afectan los modos de experimentar la pertenencia al territorio y las formas de vivir la identidad. Se trata de los mismos movimientos que desplazan las antiguas fronteras entre lo tradicional y lo moderno, lo popular y lo masivo, lo local y lo global. Esos cambios y movimientos resultan hoy cruciales para comprender cómo sobreviven, se deshacen y recrean las comunidades tradicionales, las nacionales y las urbanas.

2.1. *Reconfiguración de las culturas tradicionales*

Al hablar de comunidades tradicionales en América Latina nos estamos refiriendo normalmente a las culturas prehispánicas de los pueblos indígenas, pero esa denominación abarca también histórica y antropológicamente a las culturas negras y las campesinas. Las culturas indígenas fueron vistas durante siglos, y especialmente en la mirada de los indigenistas, como “el hecho natural de este continente, el reino de lo sin historia, el punto de partida inmóvil desde el que se mide la modernidad” (Lauer 1982: 113). En los años 70 esa mirada parecía haber sido superada por una concepción no lineal del tiempo y del desarrollo, pero hoy nos encontramos, de un lado, con que el proceso de globalización está reflatando y agudizando una mentalidad desarrollista para la cual modernidad y tradición vuelven a aparecer como irreconciliables hasta el punto de que para poder mirar al futuro hay que dejar de mirar al pasado. Por otro lado, el discurso posmoderno idealiza la “diferencia indígena” como mundo intocable, dotado de una autenticidad y verdad intrínseca que lo separa del resto y lo encierra sobre sí mismo. Simultáneamente, otro discurso “post” hace de la “hibridación” la categoría que nos permitiría nombrar una indolora desaparición de los conflictos que subyacen a la resistencia cultural.

Pero es sólo en la dinámica histórica cómo lo indígena puede ser comprendido en su complejidad cultural: tanto en su diversidad temporal –lo indígena que vive en ciertas etnias nómadas de las selvas amazónicas, lo indígena conquistado y colonizado, los diversos modos y calados de su modernización– como en los movimientos y formas de mestizaje e hibridación: desde lo prehispánico recreado –el valor social del trabajo, la virtual ausencia de la noción de individuo, la profunda unidad entre hombre y naturaleza, la reciprocidad expandida– hasta las figuras que hoy componen la trama de modernidad y las discontinuidades culturales, de memorias e imaginarios que revuelven lo indígena con lo rural y el folclor con lo popular urbano, lo masivo.

Los pueblos indígenas renuevan día a día sus modos de afirmación cultural y política. Son los prejuicios de un etnocentrismo solapado, que permea con frecuencia incluso el discurso antropológico, los que nos incapacitan para percibir los diversos sentidos del desarrollo en esas comunidades étnicas. El cambio en las identidades pasa eminentemente por los procesos de apropiación, que se materializan especialmente en los cambios que presentan las fiestas o las artesanías y a través de los cuales las comunidades se apropian de una economía que las agrade o de una jurisprudencia que las estandariza para seguir

trazando puentes entre sus memorias y sus utopías. Así lo demuestran la diversificación y desarrollo de la producción artesanal en una abierta interacción con el diseño moderno y hasta con ciertas lógicas de las industrias culturales (García Canclini 1982; Quintero 1998), el desarrollo de un derecho consuetudinario indígena cada día más abiertamente reconocido por la normatividad nacional e internacional (Sánchez Botero 1998), la existencia creciente de emisoras de radio y televisión programadas y gestionadas por las propias comunidades (Alfaro 1998), y hasta la palabra del comandante Marcos haciendo circular por la transterritorialidad de Internet los derechos del movimiento indígena zapatista a una utopía que no se quiere sólo alternativa en lo local sino reconfiguración del sentido de los movimientos actuales de democratización en México (Rojo Arias 1996).

La actual reconfiguración de esas culturas –indígenas, campesinas, negras– responde no sólo a la evolución de los dispositivos de dominación que entraña la globalización, sino también a un efecto derivado de ésta: la intensificación de la comunicación e interacción de esas comunidades con las otras culturas de cada país y del mundo. Desde dentro de las comunidades esos procesos de comunicación son percibidos a la vez como otra forma de amenaza a la supervivencia de sus culturas –la larga y densa experiencia de las trampas a través de las cuales han sido dominadas carga de recelo cualquier exposición al otro–, pero al mismo tiempo la comunicación es vivida como una posibilidad de romper la exclusión, como experiencia de interacción, que si comporta riesgos también abre nuevas figuras de futuro. Ello está posibilitando que la dinámica de las propias comunidades tradicionales desborde los marcos de comprensión elaborados por los folcloristas: hay en esas comunidades menos complacencia nostálgica con las tradiciones y una mayor conciencia de la indispensable reelaboración simbólica que exige la construcción del futuro.

Las culturas tradicionales cobran hoy, para las sociedades modernas de estos países, una vigencia estratégica en la medida en que nos ayudan a enfrentar el trasplante puramente mecánico de culturas, al mismo tiempo que, en su diversidad, ellas representan un reto fundamental a la pretendida universalidad deshistorizada de la modernización y su presión homogeneizadora. Pero para eso necesitamos –especialmente en el trazado de políticas culturales que en lugar de conservarlas, de mantenerlas “en conserva”, estimulen en esas culturas su propia capacidad de desarrollarse y recrearse– comprender en profundidad todo lo que en esas comunidades nos reta, descolocando y subvirtiendo nuestro hegemónico sentido del tiempo. Este tiempo se revela absorbido por un presente autista, que pretende bastarse a sí mismo, lo que sólo puede provenir del debilitamiento del pasado, de la conciencia histórica, que es el tiempo fabricado por los medios y últimamente reforzado por las velocidades cibernéticas. En un tiempo sin pasado, o con un pasado separado de la memoria, convertido en cita –un adorno con el que colorear el presente siguiendo con las “modas de la nostalgia”– nuestras sociedades se hunden en un presente sin fondo y sin horizonte. Para enfrentar esa inercia que nos arroja a un futuro convertido en mera repetición, la lúcida y desconcertante concepción de tiempo que nos propuso Walter Benjamin puede ser decisiva. Pues en ella el pasado está abierto ya que no todo en él ha sido realizado. Y es que el pasado no está configurado sólo por los hechos, es decir, por “lo ya hecho” sino también por lo que queda por hacer, por virtualidades a realizar, por semillas dispersas que en su época no encontraron el terreno adecuado. Hay un futuro olvidado en el pasado que es necesario rescatar, redimir y movilizar. Lo que implica que el presente sea entendido por Benjamin como el “tiempo-ahora”:

la chispa que conecta el pasado con el futuro, que es todo lo contrario de nuestra pasajera y aletargada actualidad (Benjamin 1982: 191). El presente es ese ahora desde el que es posible des-atar el pasado amarrado por la pseudo continuidad de la historia y desde él construir futuro. Frente al historicismo que cree posible resucitar la tradición, Benjamin piensa la tradición como una herencia, pero no acumulable ni patrimonial sino radicalmente ambigua en su valor y en permanente disputa por su apropiación, reinterpretada y reinterpretable, atravesada y sacudida por los cambios y en conflicto permanente con las inercias de cada época. La memoria que se hace cargo de la tradición no es la que nos traslada a un tiempo inmóvil sino la que hace presente un pasado que nos desestabiliza.

2.2. *Nuevas culturas urbanas*

Nuestro pensamiento nos ata todavía al pasado, al mundo tal como existía en la época de nuestra infancia y juventud. Nacidos y criados antes de la revolución electrónica, la mayoría de nosotros no entiende lo que ésta significa. Los jóvenes de la nueva generación, en cambio, se asemejan a los miembros de la primera generación nacida en un país nuevo. Debemos entonces *reubicar el futuro*. Para construir una cultura en la que el pasado sea útil y no coactivo, debemos ubicar el futuro entre nosotros, como algo que está aquí, listo para que lo ayudemos y protejamos antes de que nazca, porque de lo contrario sería demasiado tarde (Margaret Mead 1972: 105).

Al hablar de “nuevas culturas urbanas” estamos nombrando especialmente los profundos cambios que hoy afectan los modos de “estar juntos”. Esos cambios responden a unos procesos de urbanización salvajemente acelerados y estrechamente ligados con los imaginarios de una modernidad identificada con la velocidad de los tráfico y con la fragmentariedad de los lenguajes de la información. Al mismo tiempo vivimos en unas ciudades desbordadas no sólo por crecimiento de los flujos informáticos sino por esos otros flujos que sigue produciendo la pauperización de los campesinos. Las contradicciones de la urbanización están bien a la vista: mientras ella permea la vida campesina, nuestras ciudades sufren una “des-urbanización”, es decir, el hecho de que cada día más gente –perdidos los referentes culturales, insegura y desconfiada– usa menos la ciudad, restringe los espacios en que se mueve, los territorios en que se reconoce, tendiendo a desconocer todo el resto. Y es en esas ciudades donde descubrimos que además de las culturas étnicas, raciales o de género, conviven hoy en nuestras sociedades “indígenas” de dos abigarradas y desconcertantes culturas: los indígenas de la cultura oral, que constituyen el mundo urbano popular, y los indígenas de la cultura audiovisual e informática, jóvenes especialmente.

Cuando hablamos de cultura oral se trata de algo que no puede ser en modo alguno confundido con el analfabetismo, pues constituye el idioma de una cultura otra, la de la “oralidad secundaria” (Ong 1987) desde la que se configura el mundo urbano popular, y en el que se hibridan tres universos de relatos de identidad: el de los cuentos de miedo y de misterio que desde el campo se han desplazado a la ciudad –que es el de la narración, el chiste y el refrán– el de los relatos de la radio, el cine y la televisión, y el mundo de la música popular que va del vallenato al *rap* pasando por el rock. El mundo popular se inserta en la dinámica urbana a través de las transformaciones de la vida laboral, de la

identificación de las ofertas culturales con los medios masivos y del progreso con los servicios públicos; pero también está marcado por su incierta relación con el Estado y su distancia del desarrollo tecnológico, por la persistencia de elementos que vienen de la cultura oral y del mantenimiento de las formas populares de transmisión del saber, así como por la refuncionalización del machismo como clave de supervivencia y por los usos “prácticos” de la religión. Estamos ante un mapa cultural bien diferente de aquel al que nos tiene acostumbrados la retórica maniquea del desarrollismo, pues se trata de un mapa hecho de continuidades y destiempos, de secretas vecindades e intercambios entre modernidad y tradiciones. Existen allí barrios que son el ámbito donde sobreviven entremezclados autoritarismos feudales con la horizontalidad tejida en el rebusque y la informalidad urbanos, cuya centralidad aún está asociada a la religión mientras vive cambios que afectan no sólo el mundo del trabajo o la vivienda sino la subjetividad, la afectividad y la sensualidad. El suburbio –nuestros desmesurados barrios de invasión, *favelas* o callampas– se ha convertido en lugar estratégico del reciclaje cultural: de la formación de una “cultura del rebusque” (Campos/Ortiz 1998) en la que se mezclan la complicidad delincinencial con solidaridades vecinales y lealtades a toda prueba, una trama de intercambios y exclusiones que hablan de las transacciones morales sin las cuales resulta imposible sobrevivir en la ciudad, del mestizaje entre la violencia que se sufre y aquella otra desde la que se resiste, de las hibridaciones entre las sonoridades étnicas y los ritmos urbanos del rock o del *rap*.

Retomando a Eduard P. Thompson (1979) podemos hablar de la memoria de una “economía moral” que desde el mundo popular atraviesa la modernización y se hace visible en un “sentido de la fiesta” que, de la celebración familiar del bautismo o la muerte al festival del barrio, integra sabores culturales y saberes de clase, transacciones con la industria cultural y afirmaciones étnicas. Es ésa otra vivencia del trabajo, que subyace a la llamada “economía informal” en la que se mezclan el rebusque como estrategia de supervivencia marginal, incentivada o consentida desde la propia política económica neoliberal, con lo que en los sectores populares aún queda de rechazo a una organización del trabajo incompatible con cierta percepción del tiempo, cierto sentido de la libertad y del valor de lo familiar, economía otra que habla de que no todo destiempo con relación a la modernidad es pura anacronía, puede ser también residuo no integrado de una aún empecinada utopía. Es también el chisme y el chiste, en muchos casos modo de comunicación que difunde contra-información, a un mismo tiempo vulnerable a las manipulaciones mediáticas y manifestación de las potencialidades de la cultura oral (Riaño 1986; Villa 1993). También el centro de nuestras ciudades es con frecuencia un lugar popular de choques y negociaciones culturales “entre el tiempo homogéneo y monótono de la modernidad y el de otros calendarios, los estacionales, los de las cosechas, los religiosos” (Echeverría 1995: 34). En el centro se pueden descubrir los tiempos de las cosechas de las frutas, mientras los velones, los ramos o las estampas anuncian la Semana Santa, el mes de los difuntos o las fiestas de los santos patronos.

En el mundo de los jóvenes, a dónde apuntan los cambios es a una reorganización profunda de los modelos de socialización: ni los padres constituyen ya el patrón de las conductas, ni la escuela es el único lugar legitimado del saber, ni el libro es ya el eje que articula la cultura. Como lo afirmó pioneramente, ya a comienzos de los años 70, Margaret Mead: “Nuestro pensamiento nos ata todavía al pasado, nacidos y criados antes de la revolución electrónica la mayoría de nosotros no entiende lo que ésta significa. Los jóve-

nes de la nueva generación, en cambio, se asemejan a los miembros de la primera generación nacida en un país nuevo” (Mead 1972: 105).

Una doble caracterización opositora nos ayudará a visualizar las comunidades juveniles urbanas. Primero, frente a las culturas cuyo eje es la lengua y por lo tanto el territorio, las nuevas culturas audiovisuales y electrónicas rebasan esa adscripción produciendo nuevas “comunidades”, que responden a nuevos modos de “estar juntos”. Culturas que por estar ligadas a estrategias del mercado transnacional de la televisión, del disco o del vídeo, no pueden ser subvaloradas en lo que ellas implican de nuevos modos de percibir y de narrar la identidad. Se trata ahora de identidades de temporalidades menos “largas”, más precarias, dotadas de una plasticidad que les permite amalgamar ingredientes que provienen de mundos culturales muy diversos, y por lo tanto atravesadas por discontinuidades, por no-contemporaneidades en las que conviven gestos atávicos, residuos modernistas, rupturas radicales. Un testimonio:

El marginado que habita en los grandes centros urbanos, y que en algunas ciudades ha asumido la figura del sicario, no es sólo la expresión del atraso, la pobreza o el desempleo, la ausencia del Estado y una cultura que hunde sus raíces en la religión católica y en la violencia política. También es el reflejo, acaso de manera más protuberante, del hedonismo y del consumo, de la cultura de la imagen y la drogadicción, en una palabra de la colonización del mundo de la vida por la modernidad (Giraldo 1996: 260).

Segundo, frente a la distancia y prevención con que gran parte de los adultos resienten y resisten esa nueva cultura —que desvaloriza y vuelve obsoletos muchos de sus saberes y destrezas— los jóvenes experimentan una empatía cognitiva con las tecnologías audiovisuales e informáticas, y una complicidad expresiva con sus relatos e imágenes, sus sonoridades, fragmentaciones y velocidades, en los que ellos encuentran su idioma y su ritmo. En ese idioma se expresa la más profunda brecha generacional y algunas de las transformaciones más de fondo que está sufriendo una socialidad urbana atravesada por la conciencia dura de la descomposición social, la falta de trabajo, la desazón moral y la exasperación de la agresividad y la inseguridad.

Vivimos hoy en una “socialidad de red” (Castells 1999), hecha de nudos que conforman las nuevas “tribus” (Maffesoli 1990; Pérez Tornero 1996), esas nuevas grupalidades que particularmente las generaciones jóvenes viven en el cruce de la homogeneización inevitable del vestido, de la comida, de la vivienda, con una profunda pulsión de diferenciación. Son nuevas comunas cuya ligazón no proviene ni de un territorio fijo ni de un consenso racional y duradero, sino de la edad y del género, de los repertorios estéticos y los gustos sexuales, de los estilos de vida y las exclusiones sociales, y que frente a los tiempos largos, pero también a la rigidez de las identidades tradicionales, amalgaman referentes locales con expresiones a través de la vestimenta o de símbolos lingüísticos desterritorializados, en un replanteamiento de las fronteras políticas y culturales que saca a flote la arbitraria artificiosidad de unas demarcaciones que han ido perdiendo la capacidad de hacernos sentir juntos. Es lo que nos descubren a lo largo y ancho de América Latina las investigaciones sobre las tribus de la noche en Buenos Aires, los *chavos-banda* en Guadalajara y las pandillas juveniles de las comunas nororientales de Medellín (Margulis 1994; Reguillo 1991; Salazar 1990). Esto es lo que está conduciendo a la sociología a retomar la idea weberiana de la “comunidad emocional” —que remite a un

cierto retorno de la comunidad abolida por la sociedad moderna, de que hablara Tonies— para dar cuenta de las hondas transformaciones que atraviesa el “nosotros”, y la necesidad entonces de reintroducir en el análisis lo sensible, y no sólo lo mensurable, de “estudiar lo que pasa en el nivel carnal y perceptible de la vida social” (Sansot 1986: 31)

En las comunidades juveniles, la política se sale de sus discursos y escenarios formales para reencontrarse en los de la cultura, desde el *graffiti* callejero a las estridencias del rock. Entre los jóvenes no hay territorios acotados para la lucha o el debate político. Éstos se hacen desde el cuerpo o la escuela: erosionando la hegemonía del discurso racionalistamente maniqueo que opone goce a trabajo, inteligencia a imaginación, oralidad a escritura, modernidad a tradición. Donde esa contracultura se está haciendo más expresiva en estos últimos años es en el rock en español. Identificado hasta hace bien poco con el imperialismo cultural y los bastardos intereses de las transnacionales, el rock adquiere en los años 80 una sorprendente capacidad de decir, en nuestros países, algunas transformaciones claves de la cultura política (Casullo 1982; Brito 1991). En Colombia el rock en español nace a comienzos de los años 80 ligado a un claro sentimiento pacifista con los grupos *Génesis* o *Banda nueva*, para pasar estos últimos años a expresar la cruda experiencia urbana de las pandillas juveniles en los barrios de clase media-baja en Medellín y media-alta en Bogotá, convirtiéndose en vehículo de una conciencia dura de la descomposición del país, de la presencia cotidiana de la muerte en las calles, de la falta de trabajo, de la exasperación y lo macabro. Desde la estridencia sonora del *heavy metal* a los nombres de los grupos —*La pestilencia*, *Féretro*, *Kraken*— y de la discoteca alucinante al concierto barrial, en el rock se hibridan hoy los sones y los ruidos de nuestras ciudades con las sonoridades y los ritmos de las músicas indígenas y negras, y las estéticas de lo desechable con las frágiles utopías que surgen de la desazón moral y el vértigo audiovisual.

3. Por unas políticas interculturales

Entre el atrincheramiento fundamentalista y la homogeneización mercantilizada hay lugar para estudiar y discutir qué puede hacerse desde las políticas culturales a fin de que las alianzas económicas no sirvan sólo para que circulen libremente los capitales sino también las culturas (García Canclini 1999: 26).

La relación entre medios y culturas, sobre todo en el campo audiovisual, se ha tornado especialmente compleja en los años 90. Como demostró, en la última reunión del GATT —ahora Organización Mundial de Comercio—, el debate entre la Unión Europea y los Estados Unidos sobre la “excepción cultural”, la producción y circulación de las industrias culturales exigen una mínima puesta en común de decisiones políticas. En América Latina ese mínimo de políticas culturales comunes ha sido imposible de lograr hasta ahora. En primer lugar por las exigencias y presiones del patrón neoliberal, que ha acelerado el proceso de privatización del conjunto de las telecomunicaciones y desmontado las pocas normas que de algún modo regulaban la expansión de la propiedad. A lo que ahora asistimos es a la conformación y reforzamiento de poderosos conglomerados multimediales que manejan, a su antojo y conveniencia, en unos casos la defensa interesada del proteccionismo sobre la producción cultural nacional, y en otros la apología de

los flujos transnacionales. En los dos grandes acuerdos de integración subregional –la entrada de México al TLC (Tratado de Libre Comercio) entre Estados Unidos y Canadá, y la creación del Mercosur entre Brasil, Argentina, Uruguay y Paraguay– la presencia del tema cultural es hasta ahora netamente marginal: objeto sólo de anexos o acuerdos paralelos (Galpering 1998: 27; Recondo 1997).

Los objetivos directa e inmediatamente económicos –desarrollo de los mercados, aceleración de los flujos de capital– obturan la posibilidad de plantearse un mínimo de políticas acerca de la concentración financiera y el ahondamiento de la división social entre los *inforricos* y los *infopobres*. La otra razón de fondo que impide integrar aunque sea en forma mínima las políticas sobre industrias culturales en los acuerdos de integración latinoamericana, estriba en el divorcio entre el predominio de una concepción fundamentalista de la identidad nacional, asociada a lo étnico, y el pragmatismo radical de que hacen gala los Estados a la hora de insertarse en los procesos de globalización económica y tecnológica. Concentradas en preservar patrimonios y promover las artes de elite, las políticas culturales de los Estados han desconocido por completo el papel decisivo de las industrias audiovisuales en la cultura cotidiana de las mayorías. Ancladas en una concepción básicamente preservacionista de su identidad, y en una práctica desarticulación con respecto a lo que hacen las empresas y los grupos independientes, ese “tercer sector” cada día más denso, las políticas públicas están siendo en gran medida responsables de la desigual segmentación de los consumos y del empobrecimiento de la producción endógena. Y ello sucede en momentos en que la heterogeneidad y la multiculturalidad ya no pueden ser vistas como un problema sino como la base de la renovación de la democracia, y cuando el liberalismo, al expandir la desregulación hasta el mundo de la cultura, está exigiendo a los Estados y los organismos internacionales la reconstrucción de la esfera pública.

Pero si del lado de los Estados la integración cultural sufre los obstáculos que acabamos de enumerar, existen otras dinámicas que movilizan el escenario audiovisual latinoamericano hacia la integración. En primer lugar, se asiste al desarrollo de nuevos actores y formas de comunicación desde los que se están recreando las identidades culturales. Me refiero a las radioemisoras y televisoras regionales, municipales y comunitarias, y a los innumerables grupos de producción de vídeo popular que están constituyendo “un espacio público en gestación, representante de un impulso local hacia arriba, destinado a convivir con los medios globales. Esta convivencia constituye quizá la tendencia más clara de las industrias culturales “de punta” en la región (Roncagliolo 1996: 53). Sin ser de los más avanzados en ese terreno, Colombia por ejemplo cuenta ya con 546 emisoras de radio comunitaria y con cerca de 400 experiencias de televisión local y comunitaria. Todas ellas forman parte de esas redes informales que, desde aldeas y barriadas –vía los encadenamientos posibilitados por la televisión por cable y las antenas parabólicas– ponen a comunicar, mestizándolas, sus propias configuraciones culturales con la diversidad de las culturas del mundo que, aun descontextualizadas y esquematizadas, se asoman por las redes globales.

Otro ámbito a tener en cuenta son las brechas y contradicciones que fisuran las grandes máquinas de los conglomerados multimedia. Me refiero en particular a la puesta en escena de lo latinoamericano que, cargada de esquematismos pero también de polifonías, están realizando las subsidiarias latinas de las cadenas de televisión CBS y CNN (Rey 1999) en unos países con frecuencia inmersos en una muy pobre información internacional, y espe-

cialmente en lo que atañe a los otros países de Latinoamérica. Las descontextualizaciones y frivolidades que permean buena parte de la información que difunden esas cadenas de televisión no pueden ocultarnos las posibilidades de apertura, contraste y puesta en comunicación que ellas producen, pues también en su tejido de imágenes y palabras se deshacen y rehacen identidades e imaginarios de las culturas nacionales y regionales.

También entre las grandes industrias del rock se observan hoy movimientos de comunicación cultural nada despreciables. El movimiento del rock latino despierta creatividades insospechadas de mestizajes e hibridaciones de las estéticas transnacionales con los sonos y ritmos más locales. Como afirma una joven investigadora colombiana:

En tanto afirmación de un lugar y un territorio, este rock es a la vez propuesta estética y política. Uno de los lugares donde se construye la unidad simbólica de América Latina, como lo ha hecho la salsa de Rubén Blades, las canciones de Mercedes Sosa y de la Nueva Trova Cubana, lugares desde donde se miran y se construyen los bordes de lo latinoamericano (Rueda 1998).

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

La identidad cultural de los pueblos podrá continuar siendo narrada y construida en los nuevos relatos y géneros audiovisuales sólo si las industrias comunicacionales son tomadas a cargo por políticas culturales capaces de asumir lo que los medios masivos tienen de y hacen con la cultura cotidiana de la gente, y capaces también de implicar explícitamente el sistema educativo en la transformación de las relaciones entre la escuela y los campos de experiencia que configuran las nuevas sensibilidades, los nuevos lenguajes y las escrituras informáticas. Ello está exigiendo que esas políticas se basen no en declaraciones de intención, sino en un serio reconocimiento de los problemas y en un análisis preciso de las posibilidades, que sean políticas no generalistas, dirigidas al público abstracto de las declaraciones de intención, sino diversificadas y dirigidas a los organismos internacionales, a las universidades y los investigadores, a las asociaciones de usuarios y a los profesionales del sector, y orientadas a posibilitar la negociación de los organismos internacionales y los gobiernos con los empresarios. Y puesto que en una economía cada día más globalizada el ámbito de referencia de las políticas culturales rebasa lo nacional, necesitamos que “nuestros países se decidan a concertar e intercambiar sus propias producciones, impulsando al mismo tiempo la exportación de lo nuestro y la importación de lo que producido en cualquier lugar del mundo venga a fortalecer y enriquecer la identidad y pluralidad de nuestros pueblos” (VV.AA. 1994: 12).

Bibliografía

- Alfaro, Rosa María (1998): *Redes solidarias, culturas y multimedialidad*. Quito: Ocic-AL/Uclap.
- Benjamin, Walter (1982): “Tesis de Filosofía de la Historia”. En: *Discursos interrumpidos*, vol. I. Madrid: Taurus.
- Bonilla, Jorge I. (1995): *Violencia, medios y comunicación*. México: Trillas.
- Brito García, Luis (1991): *El imperio contracultural: del rock a la postmodernidad*. Caracas: Nueva Sociedad.

- Brunner, José Joaquín (1996): *Cartografías de la modernidad*. Santiago de Chile: Dolmen.
- Calderón, Fernando/Hopenhayn, Martín (1996): *Esa esquivada modernidad: desarrollo, ciudadanía y cultura en América Latina y el Caribe*. Caracas: Nueva Sociedad.
- Campos, Yesid/Ortiz, Ismael (comps.) (1998): *La ciudad observada: violencia, cultura y política*. Bogotá: Tercer Mundo.
- Castells, Manuel (1999): *La era de la información*. Vol. 1. Madrid: Alianza.
- Casullo, Nicolás (1982): "Argentina: el rock en la sociedad política". En: *Comunicación y Cultura*, N.º 12, México.
- Echeverría Carvajal, Jorge (1995): *Itinerarios y metáforas: agorazein*. Medellín: Universidad Nacional.
- Fox, Elisabeth (ed.) (1989): *Medios de comunicación y políticas en América Latina*. Barcelona: G. Gili.
- Galpering, Hernan (1998): "Las industrias culturales en los acuerdos de integración regional". En: *Comunicación y sociedad*, N.º 31, Guadalajara, México.
- García Canclini, Néstor (1982): *Las cultura populares en el capitalismo*. México: Nueva Imagen.
- (1995): "Las identidades como espectáculo multimedia". En: *Consumidores y ciudadanos*, México: Grijalbo, pp. 107-116.
- (1999): *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*. México: Grijalbo.
- Giraldo, Fabio (1996): "La metamorfosis de la modernidad". En Giraldo, Fabio/Viviescas, Fernando: *Colombia: el despertar de la modernidad*, Bogotá: Foro
- Herrán, María Teresa (1991): *La industria de los medios de comunicación en Colombia*. Bogotá: Fescol.
- Lalinde, Ana M. (1996): *La radio en Colombia: Estudio exploratorio documental*. Bogotá: Universidad Javeriana.
- Lauer, Mirko (1982): *Crítica de la artesanía: plástica y sociedad en los andes peruanos*. Lima: Desco.
- Maffesoli, Michel (1990): *El tiempo de las tribus*. Barcelona: Icaria.
- Margulis, Mario (1994) (coord.) *La cultura de la noche. La vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires*. Buenos Aires: Espasa.
- Margulis, Mario et al. (1998): *Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*. Bogotá: Siglo del Hombre.
- Marramao, Giacomo (1988): "Metapolítica: más allá de los sistemas binarios". En: Jarauta, Francisco (coord.): *Razón, ética y política*, Barcelona: Anthropos.
- Martín-Barbero, Jesús (1987): "Innovación tecnológica y transformación cultural". En: *Telos* (Madrid), N.º 9.
- (1994): "Identidad, comunicación y modernidad". En: Herlinghaus, H. /Walter, M. (ed.): *Postmodernidad en la periferia. Enfoques latinoamericanos de la nueva teoría cultural*, Berlín: Langer Verlag, pp. 83-110.
- Mastrini, Guillermo/Bolaños, Cesar (eds.) (1999): *Globalización y monopolios en la comunicación de América Latina*. Buenos Aires: Biblos.
- Mead, Margaret (1972): *Cultura y compromiso*. Buenos Aires: Granica.
- Monguin, Olivier (1995): *Vers la trisième ville*. París: Hachette.
- Ong, Walter (1987): *Oralidad y escritura*. México: FCE.
- Pérez Tornero, José Manuel et al. (1996): *Tribus urbanas*. Barcelona: Gedisa.
- Quintero Rivera, Ángel G.(1998): *Salsa, sabor y control*. México: Siglo XXI.
- Recondo, Gerardo (comp.) (1997): *Mercosur, La dimensión cultural de la integración*. Buenos Aires: Ciccus.
- Reguillo, Rossana (1991): *En la calle otra vez. Las bandas: identidad urbana y usos de la comunicación*. Gualajara, México: Iteso.
- (2000): *Estrategias del desencanto. Emergencia de culturas juveniles*. Buenos Aires: Norma.

- Rey, Germán (1998): *Balsas y medusas. Visibilidad comunicativa y narrativas políticas*. Bogotá: Cerec/Fundación Social/Fescol.
- (1999): “Integración y reacomodamientos de las industrias culturales”. En: Carlos J. Mone-
ta/García Canclini, Néstor (coords.): *Las industrias culturales en la integración latinoameri-
cana*, México: Grijalbo.
- Riaño, Pilar (1986): *Prácticas culturales y culturas populares*. Bogotá: Cinep.
- Rojo Arias, Sofía (1996): “La historia, la memoria y la identidad en los comunicados del EZLN”.
En: *Identidades, número especial de Debate feminista*, México.
- Roncagliolo, Rafael (1996): “La integración audiovisual en América Latina: Estados, empresas y
productores independientes”. En: García Canclini, Néstor (coord.): *Culturas en globaliza-
ción*, Caracas: Nueva Sociedad.
- Rueda, Amanda (1998): *Representaciones de lo latinoamericano: memoria, territorio y transna-
cionalidad en el videoclip del rock latino*. Cali: Univalle.
- Salazar, Alonso (1990): *No nacimos p’a semilla. La cultura de las bandas juveniles en Medellín*.
Bogotá: Cinep.
- Sánchez Botero, Ester (1998): *Justicia y pueblos indígenas de Colombia*. Bogotá: Univ.
Nacional/Unijus.
- Sansot, Pierre (1986): *Les formes sensibles de la vie sociale*. París: P.U.F.
- Thompson, Eduard P. (1979): *Tradición, revuelta y conciencia de clase*. Barcelona: Crítica.
- Villa Mejía, Víctor (1993): *Polisinfonías urbanas*. Medellín: Caribe.
- VV.AA. (1994): *El espacio audiovisual latinoamericano*. Lima: UNESCO/IPAL.