

Comunicación: el descentramiento de la modernidad

Jesús Martín Barbero

Universidad del Valle
Cali, Colombia.

Rebut: octubre/1995

[Metadata, citation and](#)

tes Catalanes amb Accés Obert

un reconocimiento de que los procesos que la conforman han perdido su centro para desplegarse por el mundo al ritmo de formación de los capitales, la internacionalización de los mercados, la difusión de los conocimientos y las tecnologías, la globalización de los medios de comunicación masiva, la extensión de la enseñanza escolarizada, la vertiginosa circulación de las modas y la universalización de ciertos patrones de consumo».

J.J. Bruner

Resumen

Partiendo de la centralidad que el campo de la comunicación ocupa en el debate modernidad/postmodernidad, se analiza el peso que los medios de comunicación han adquirido tanto en los sucesivos procesos de modernización de América Latina como en los modos en que ésta se apropia de la modernidad; y se rescata como un «tema» estratégico en el campo de la comunicación y en el debate la cuestión del pluralismo en que desemboca la postmoderna exaltación de la diferencia.

Palabras clave: Descentramiento de la modernidad, postmodernidad, oralidad/visualidad electrónica, globalización, desterritorialización cultural, pluralismo.

Abstract. *Communication: Decentering Modernism*

This article, setting out from the basis of the central role of the field of communication in the modernism/postmodernism debate, examines the influence exerted by the media in the various modernization processes which have taken place in Latin America and in the ways in which Latin America has taken to modernity and adapted it. The article also restores the concept of pluralism to its place as an important consideration in the field of communication and in the modernism/postmodernism debate in general. Pluralism is seen as an outcome of the postmodern exaltation of difference.

Key words: Decentering modernism, postmodernism, electronic orality/visuality, globalization, cultural deterritorialization, pluralism.

Aunque la nuestra parecería estar más ligada a la *deuda* —y por lo tanto a las contradicciones de la modernización que diseñan empresarios y políticos— que a la *duda* sobre la modernidad que padecen los intelectuales, filósofos y científicos en Europa y Estados Unidos, las crisis se entrelazan y sus discursos no se complementan. De alguna forma el reflotamiento del proyecto modernizador en nuestros países es la otra cara de su crisis, por lo que hacernos cargo de ella resulta condición indispensable para pensar en América Latina un proyecto de sociedad en el que la modernización económica y tecnológica no imposibilite o suplante a la modernidad cultural.

Lo que vincula ese debate de un modo muy especial al campo de la comunicación, es que no sólo la modernización es identificada cada día más explícitamente con el desarrollo de las tecnologías de la información, sino que tanto en la reformulación de la vigencia de la modernidad como en lo que en ella anuncia la postmodernidad, la comunicación aparece como un *lugar* estratégico.

En los últimos años, especialmente en los países ricos, la comunicación se ha vuelto crucial a la hora de imaginar y nombrar los nuevos modelos de sociedad. Así «la sociedad de la información», que es aquella en que la información se ha vuelto la materia prima más valiosa y costosa, y en la que la comunicación se ha convertido en el modelo de su propia organización¹: red de conexión, entre todos los circuitos, todos los espacios y funciones de lo social, *autoregulación* y *retroacción* constantes, y transparencia, que es la *convertibilidad* y traductibilidad de todos los sabores al código hegemónico de la información.

La comunicación se ha vuelto paradójicamente también crucial en un sentido opuesto al de su positivación en el modelo informacional. Habermas ha ligado expresamente la «praxis comunicativa» a la búsqueda y defensa de una racionalidad otra que la instrumental, que es aquella en la que se hallan aún vivas las dimensiones liberadoras de la modernidad, ésas que nos permiten cuestionar la reducción del proyecto moderno a sus aspectos puramente técnicos y económicos. La razón comunicativa² aparece así en el centro de la reflexión social llenando el vacío, la «orfandad epistemológica» producida por la crisis de los paradigmas de la producción y la representación, y proveyendo a la sociedad de un potencial de resistencia y orientación moral del que se alimentan los nuevos movimientos sociales, desde los étnicos y ecológicos hasta los feministas. Desde la perspectiva abierta por Habermas, y más allá de las críticas a su idealización de la razón y la acción comunicativa en su radical exclusión de las dimensiones instrumentales³, lo que parece insoslayable es la

1. BAUDRILLARD, J. «El éxtasis de la comunicación», en *La postmodernidad*, Kairos, Barcelona, 1985. BRETON, Ph. *L'utopie de la communication*, La Découverte, Paris, 1992.
2. HABERMAS, J. *Teoría de la acción comunicativa*, Taurus, Madrid, 1986. *El discurso filosófico de la modernidad*, Taurus, Madrid, 1989.
3. MARRAMAQ, G. «Más allá de los esquemas binarios acción, sistema y comunicación/estrategia», en *Razon, ética y política*, Anthropos, Barcelona, 1989. ALEXANDER, J. «Ensayo de revisión: la nueva teoría crítica de Habermas», en *Sociológica*, núm. 7/8. UAM Azcapotzalco, México, 1988.

relevancia que cobra la comunicación en la renovación de la agenda de investigación, y en la reformulación epistemológica y política de la teoría crítica.

En la otra vertiente, la de la crisis como anuncio e inicio de la postmodernidad, también la comunicación cobra relevancia. De un lado, el relevamiento de la estructura comunicativa de la sociedad postindustrial: lejos de ser un mero instrumento o modalidad de la acción, la comunicación habría pasado a ser, según Lyotard⁴ —y vía nuevas relaciones entre ciencia y tecnología— elemento constitutivo de las nuevas condiciones del saber. Que es donde se está produciendo el cambio de fondo en el sentido de *cambio de época*: en un saber que no pertenece ya a aquella razón moderna ambiciosa de unidad, sino por el contrario a una razón que se mueve entre la apertura de un horizonte ilimitado de exploración y la conciencia del carácter limitado de toda forma de conocimiento, de la imposibilidad de los metarelatos, y del irreductible «carácter local» de todos los discursos. En esa misma dirección, pero despojada aún del austero optimismo que practica Lyotard, la sociedad de la comunicación que ausculta Vattino es aquella en que emerge el «debilitamiento de lo real»⁵ que experimenta el hombre urbano en la constante mediación que ejercen las tecnologías, el incesante entrecruce de informaciones, interpretaciones e imágenes que producen las ciencias y los medios de comunicación. Es la sociedad de masas como experiencia declinante de los valores-fuerza y despotenciación de las categorías centrales de la modernidad —tradición/innovación, progreso/reacción, vanguardia/*kitsch*— por la *cuestión del otro*: el espesor político y cultural de las diferencias étnicas, sexuales, regionales.

1. Visibilidad social y cultural de la modernidad en América Latina

También América Latina vive a su modo la ambigua y estratégica centralidad de la comunicación. Durante la «perdida década» de los ochenta la única industria en la que se hicieron grandes inversiones y que tuvo un notable desarrollo fue la de las comunicaciones. Valgan como muestra estos datos: el número de emisoras de televisión pasó entre mediados de los setenta y los ochenta, de 400 a 1.500, Brasil y México se dotaron de satélites propios, la radio y la televisión abrieron enlaces mundiales vía satélite en la mayoría de estos países, se implantaron redes de datos, antenas parabólicas, redes de televisión por cable y se establecieron en varios países canales regionales de televisión. Así mismo, desde los ochenta la comunicación y la informatización se han convertido en espacio de punta de la apertura económica y de justificación al modelo neoliberal. Ello se ha hecho evidente en la prioridad otorgada a la privatización de las empresas de telecomunicaciones desde Argentina a Perú pasando por la frustrada intentona en Colombia, en la privatización de la televisión en los pocos paí-

4. LYOTARD, J.F. *La condición postmoderna. Informe sobre el saber*, Cátedra, Madrid, 1984. *La diferencia*, Gedisa, Barcelona, 1988.

5. VATTINO, G. *El fin de la modernidad*, Gedisa, Barcelona, 1986. *La sociedad transparente*, Paidós, Barcelona, 1990.

ses en los que, como en México y Colombia, aún quedan algunos canales públicos. ¿Por qué esa prioridad dada a la privatización de las empresas de comunicación sino porque ese espacio se ha tornado estratégico, no sólo en el plano de la renovación tecnológica sino también en el de las decisiones macroeconómicas? O, dicho en otra forma: el enclave tecnológico y político de la comunicación se ha vuelto decisivo en el diseño y la reorganización de la economía y de la sociedad. Lo que a su vez ha implicado —como una especie de presupuesto— la idea de que las instancias públicas serían incapaces de entender y manejar la envergadura de las apuestas y los cambios que entrañan las innovaciones tecnológicas en el campo de la comunicación. De esa manera la iniciativa en este campo es dejada al movimiento del mercado al tiempo que la intervención del Estado es vista como una intromisión lindante con propósitos de censura. La ceremonia de la confusión ha conducido a dejar sin piso aquello que por años se entendió como servicio público⁶ y que ahora se ha tornado imprescindible repensar si queremos que guarde algún sentido la democracia misma.

En Colombia los años ochenta han sido también los años del despliegue de las industrias de comunicación. Tenemos uno de los sistemas de radio más modernos de América Latina y un notable desarrollo tecnológico y empresarial de la televisión. Estamos asistiendo al despliegue de toda la parafernalia de la telefonía celular, de fibra óptica y los enlaces satelitales de las antenas parabólicas y las redes de cable. Pero, al mismo tiempo, Colombia atraviesa uno de los quiebros más profundos en la comunicación de sus comunidades y sus actores sociales. En una paradoja flagrante, el país vive un desarrollo pujante, como pocos, de los medios y las tecnologías de la información, al mismo tiempo que una crisis profunda de su convivencia, de la comunicación entre las colectividades que lo conforman como sociedad y como nación. La crisis de convivencia tiene alguna de sus expresiones y catalizaciones más perversas justamente en el ámbito de la comunicación. Es algo que vengo tratando de comprender a la luz de una hipótesis⁷ que formulé ya a finales de los ochenta: como en ningún otro país latinoamericano, en Colombia los medios viven de los miedos. Son los miedos de la gente los que han hecho que los medios, especialmente la radio y la televisión, ocupen un lugar tan decisivo en la sociedad, en la política y en la cultura (o incultura) de las mayorías. Los medios han sabido catalizar nuestros miedos, esos que hacen desconfiar cada día más de la gente y nos encierran en la casa: esos que permiten a la televisión fagocitar la comunicación imposible en las plazas públicas y la teatralidad callejera de la política. Es por eso que la modernización de la televisión resulta a la vez tan estratégica —como lo ha demostrado el debate sobre la ley 182 que regula su

6. Es lo que atestiguan estudios como los recogidos en: FOX, E. (ed.), *Medios de comunicación y política en América Latina*, G. Gili, Barcelona, 1989. ZEMELMAN, H. (coord.), *Cultura y política en América Latina*, Siglo XXI, México, 1991.

7. MARTÍN BARBERO, I. «Comunicación y ciudad: entre medios y miedos», en *Imágenes y reflexiones de la cultura en Colombia*, Colcultura, Bogotá, 1991.

privatización— y tan ambigua: porque en un país tan dividido y roto la televisión se ha convertido no sólo en chivo expiatorio al que cargarle las cuentas de la violencia y la desmoralización que nos acosan, sino también en ese único y extraño lugar donde se dan cita y se encuentran vicaria y perversamente los colombianos.

A partir de ese cuadro, indicador del papel que los procesos y las tecnologías de la comunicación ocupan en el escenario de la modernización de las sociedades latinoamericanas, se hacen más comprensibles los desplazamientos que ha sufrido en estos países el debate a la *modernidad*. Hasta hace bien poco la modernidad latinoamericana fue pensada como mera prolongación de la europea, claro que desviada, deformada y hasta paródica, pero en últimas referida siempre a la modernidad de la Ilustración y la cultura letrada⁸. Hoy, sin embargo vemos que pensar la crisis desde América Latina tiene como condición arrancarnos a aquella lógica preguntándonos si la incapacidad del centro para reconocerse en las modernidades diversas no muestra su incapacidad para pensar una diferencia que no puede ser asimilada ni expulsada. Y es ese descentramiento el que han comenzado a pensar algunos sociólogos para los que la modernidad latinoamericana, en cuanto experiencia colectiva⁹, tiene menos que ver con las doctrinas ilustradas y las estéticas letradas que con la masificación de la escuela y la expansión de las industrias culturales, especialmente los medios de comunicación. La modernidad resulta entonces ligada estructuralmente al proceso mediante el cual las fuentes de la producción de la cultura han dejado de serlo la comunidad, el Estado o la Iglesia, para pasar a serlo las industrias y los aparatos especializados. Ese desplazamiento ha implicado, en primer lugar, la secularización y la internacionalización de los mundos simbólicos. Lo que significa, de un lado, una acelerada sustitución de las «vidas ejemplares» por los estilos de vida propuestos por esos espejos de la mundialización que son hoy la publicidad y la moda; y, de otro, la progresiva autonomía del mundo de la cultura —desde la ciencia a la sexualidad— en relación con aquella sujeción de orden religioso que focalizó la Iglesia católica en América Latina. Secularización que nada tiene ya que ver con la irreligiosidad del siglo XIX o el anticlericalismo hispánico, como lo muestran la revitalización de creencias de raigambre protestante, animista y oriental sin que ellas enterven un crecimiento visible de la autonomía de lo cultural y el peso que ella ha cobrado estos últimos años en la orientación misma de la sociedad¹⁰.

De una manera peculiar, la modernidad habla en América Latina de la profunda compenetración —la complicidad y complejidad de relaciones entre la

8. RAMOS, J. *Desencuentros de la modernidad en América Latina*, F.C.E. México, 1989. LANDER, E. (ed.), *Modernidad & Universalismo*, Nueva Sociedad, Caracas, 1991.
9. BRUNNER, J.J. *Cartografías de la modernidad*, Dolmen, Santiago, 1994. GARCÍA CANCELINI, N. *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Grijalbo, México, 1990. ORTIZ, R. *A moderna tradicao brasileira, Brasiliense*, Sao Paulo, 1988.
10. MORANDE, P. *Cultura y modernización en América Latina*, Univ. Católica, Santiago, 1984. GONZÁLEZ, F.E. «Ética pública, sociedad moderna y secularización», en *Una casa para todos*, Bogotá, 1991.

oralidad que perdura como experiencia cultural primaria de las mayorías y la oralidad secundaria que tejen y organizan las gramáticas de la visualidad electrónica¹¹. ¿Cómo seguir pensando separadas la memoria y la modernidad —y la modernidad ilustradamente anclada en el libro— cuando en América Latina las mayorías acceden a y se apropian de la modernidad sin dejar su cultura oral; cuando la dinámica de las transformaciones que calan en la cultura cotidiana de las mayorías 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»?¹²

Indagando esa *nueva oralidad* en las bandas juveniles de Medellín, Alonso Salazar encontró que en ella la modernidad se hibridaba al fondo *paisa* —de la cultura de los arrieros con su afán de lucro, su fuerte religiosidad y espíritu de «retaliación»— y a la cultura del tango con sus exaltaciones de los valores del macho y la idealización de la madre. La modernidad, por su parte, se halla formada de tres ingredientes. Un sentido *efímero del tiempo*, que se expresa en la extensión a las personas de la corta vida de la mayoría de los objetos —y, por tanto, como ellos desechables—, y en el valor que cobra el instante presente cuando ni el pasado ni el futuro importan mucho, ese que cambia el sentido de la muerte y la convierte en la experiencia más fuerte de la vida. Un sentido moderno del *consumo* que es a la vez forma de hacerse y exhibirse poderosos y asimilación de la transacción económica a todas las esferas de la vida. Y finalmente un *lenguaje fuertemente visual*, que impregna tanto los modos de vestir como los de hacer música y los de hablar; todos ellos fragmentados y llenos de imágenes, inspirados en mitologías visuales de la guerra y atravesados por las estridencias sonoras y gestuales del *punk*¹³.

De esa modernidad, sin embargo, no parecen haberse enterado ni se hacen cargo unas instituciones y unas políticas culturales ocupadas en buscar y conservar autenticidades, o en denunciar la decadencia del arte y la confusión cultural. Y no es extraño, pues la experiencia de modernidad que asumen e incorporan las mayorías en América Latina se halla tan alejada de las preocupaciones conservadoras de los tradicionalistas como de los experimentalismos de las vanguardias. Postmoderna a su modo, esa modernidad se realiza efectuando fuertes desplazamientos sobre los compartimentos y exclusiones que durante más de un siglo instituyeron aquéllos, esto es generando hibridaciones entre lo tradicional y lo moderno, lo autóctono y lo extranjero, lo popular y lo culto, y de ambos con lo masivo. Categorías y demarcaciones todas ellas que se han vuelto incapaces de dar cuenta de la trama que dinamiza el mundo cultural, del movimiento de integración, homogeneización y diferenciación que

11. A ese propósito: ANCESCHI, G. y otros, *Videoculturas de fin de siglo*, Cátedra, Madrid, 1990. ONG, W. *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*, F.C.E., México, 1987.

12. MARRAMAQ, G., obra citada, p. 60.

13. SALAZAR, A. *No nacimos pa' semilla*, Cinep, Bogotá, 1990.

viven nuestras sociedades. «La modernización reubica el arte y el folclor, el saber académico y la cultura industrializada, bajo condiciones relativamente semejantes. El trabajo del artista y del artesano se aproximan cuando cada uno experimenta que el orden simbólico específico en que se nutría es redefinido por la lógica del mercado. Cada vez pueden sustraerse menos a la información y a la iconografía modernas, al desencanto de sus mundos autocentrados y al reencantamiento que propicia la espectacularización de los medios»¹⁴. Las experiencias culturales dejan así de corresponder lineal y excluyentemente a los ámbitos y repertorios de las etnias o las clases sociales. Hay un tradicionalismo de las élites letradas que poco tiene que ver con el de los sectores populares y un modernismo en el que comunican —convocadas por los gustos que moldean las industrias culturales— parte de las clases altas y medias con los sectores populares.

Algunos de esos procesos vienen de largo, de la modernización que arranca en los años treinta —e incluso antes en algunos países del cono sur—. Pero incluso lo que viene de esos años sólo alcanza visibilidad social en los años cincuenta con la masificación de la escuela y el desarrollo de las industrias culturales. Es a partir de entonces que se extiende a la experiencia colectiva la profesionalización y especialización de los productores, y la fragmentación de los públicos nos obliga a mirar las industrias culturales no sólo desde la perspectiva del mercado sino también de la cultura, esto es, a asumir la industria cultural, los medios masivos, como espacios de producción y circulación de culturas que corresponden no sólo a innovaciones tecnológicas o a movimientos del capital, sino también a nuevas formas de sensibilidad, a nuevos modos de percepción, de apropiación y disfrute. Esa nueva sensibilidad tiene su correlato más decisivo en las nuevas formas de sociabilidad con que la gente enfrenta hoy la heterogeneidad simbólica y la inabarcabilidad de la ciudad. Pues es desde las nuevas formas de «estar juntos»¹⁵ pero también de excluirse, de reconocerse y desconocerse, que adquiere espesor social y relevancia cognitiva lo que pasa en y por los medios y las tecnologías de comunicación. Pues es desde ahí que los medios masivos han entrado a mediar en la producción de un nuevo imaginario que, de algún modo, viene a integrar la desgarrada experiencia urbana de los ciudadanos.

Pensar la relación entre modernidad y comunicación en América Latina nos exige soltar pesadas herencias teóricas y lastres ideológicos que nos están impidiendo analizar las industrias culturales en cuanto matrices de desorganización y reorganización de la experiencia social. Matrices que operan en el cruce de las desterritorializaciones y relocalizaciones que acarrear las migraciones sociales y las fragmentaciones de la vida urbana. Una experiencia urbana que viene a echar por tierra aquella bien mantenida y legitimada separación que colocó la masificación o la industrialización de los bienes culturales en los

14. GARCÍA CANCLI, N. *Culturas híbridas*, p. 18.

15. Sobre la nuevas formas de socialidad: MAFFESOLI, M. *El tiempo de las tribus*, Icaria, Barcelona, 1990.

antípodos del desarrollo social, permitiéndoles así a las élites adherir fascinadamente a la modernidad tecnológica mientras conservaban su rechazo y su asco a la diseminación de los centros de poder cultural y a la expansión y democratización de la creatividad. Es esa misma experiencia nueva la que nos está obligando a repensar las relaciones entre cultura y política, a conectar la cuestión de las políticas culturales con las transformaciones de la cultura política y a asumir ésta en lo que tiene de espesor comunicativo. Pues una cultura política es un modo de interperlación entre actores sociales, una trama de interperlaciones y discursos mediante la que se constituyen en sujetos¹⁶. Es por ello que las transformaciones de la modernidad nos están exigiendo pensar la comunicación no sólo como asunto de mercados y tecnologías sino también como espacio decisivo en la construcción de la democracia.

2. Imágenes modernas de lo nacional y nuevo imaginario latinoamericano

Constituidas en naciones al ritmo de su transformación en «países modernos», no es extraño que una de las dimensiones más contradictorias de la modernidad latinoamericana se halle en los proyectos de nación y en los desajustes con lo nacional. En los años veinte lo nacional se propone con síntesis de la particularidad cultural y la generalidad política que «transforma la multiplicidad de deseos de las diversas culturas en un único deseo de participar (formar parte) del sentimiento nacional»¹⁷. En los años cuarenta/cincuenta el nacionalismo se transmuta en populismos que consagran el protagonismo del Estado en detrimento de la sociedad civil, un protagonismo que es racionalizado como modernizador tanto en la ideología de las izquierdas como en la política de las derechas¹⁸. Y en los ochenta, la afirmación de la modernidad, al identificarse con la sustitución del Estado por el mercado como agente constructor de hegemonía, acabará produciendo una profunda devaluación de lo nacional¹⁹.

¿Qué papel han jugado los medios y los modos de comunicación a lo largo de ese proceso? La modernización que atravesamos entraña un fuerte cambio con la posición que tuvieron los medios en la «primera» modernización²⁰, la de los años treinta/cincuenta, la que estuvo orientada por los populismos de Vargas en Brasil, de Cárdenas en México, de Perón en Argentina. En aquel proceso de modernización que sostiene el proyecto de construcción de naciones modernas en los treinta articula un movimiento económico —entrada de las economías nacionales a formar parte del mercado internacional— a un proyecto político: constituir las naciones mediante la creación de una cultura, una identidad y

16. LANDI, O. *Reconstrucciones: las nuevas formas de la cultura política* Puntosul, Buenos Aires, 1988.

17. NOVAES, A. *O nacional e o popular na cultura brasileira*, Brasiliense, Sao Paulo, 1983, p. 10.

18. GARRETON, M.A. *La cuestión nacional*, ILET, Santiago, 1984.

19. SCHWARZ, R. «Nacional por sustracción», *Punto de vista*, núm. 28, Buenos Aires, 1987.

20. A ese propósito: MARTÍN BARBERO, J. «Modernidad y massmediación en América Latina», en *De los medios a las mediaciones*, G. Gili, México, 1987.

un *sentimiento nacional*. Proyecto que sólo será posible mediante la comunicación entre masas urbanas y Estado. Los medios, y especialmente la radio, se convertirán en voceros de la interpelación que desde el Estado convertía a las masas en pueblo y al pueblo en nación. Los caudillos populistas encontrarán en la radio el medio que los posibilitó un nuevo modo de comunicación y la emergencia de un nuevo discurso político que venía a romper con la retórica de los sermones y también con la del parlamento. Oscar Landi ha estudiado la modernidad del discurso de Perón²¹, en el que, junto con los de la revolución mexicana, se hallan las primeras interpelaciones a los obreros y campesinos como *ciudadanos*. Un discurso nuevo que tuvo en la radio una mediación fundamental con el lenguaje «popular», con su capacidad de reelaborar la oralidad y ciertas maneras de la expresividad coloquial que enlazan lo territorial con lo discursivo.

De otro lado, los medios van a proporcionar a las gentes de las provincias y las regiones una experiencia cotidiana de integración, la traducción de la idea de nación en vivencia y cotidianidad. La radio en todos, y en algunos países el cine, van a hacer la mediación de las culturas rurales con la nueva cultura urbana de la sociedad de masas, introduciendo en ésta elementos de la oralidad y la expresividad expresivo-simbólica a la racionalidad informativo-instrumental²² 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 nacional²³. Lo que desde ellos se configura hoy, de una manera más explícita en la percepción de los jóvenes, es la emergencia de *culturas sin memoria territorial*, o en las que lo territorial ha pasado a un plano secundario. Frente a las culturas cuyo eje es la lengua y por lo tanto el territorio, las nuevas culturas musicales y visuales rebasan aquella adscripción produciendo comunidades nuevas, *tribus*²⁴ difícilmente comprensibles y comparables con las territoriales. 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 operar y percibir la identidad. 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. Qué difícil no proyectar sobre esas nuevas sensibilidades desterritorializadas la dicotomía fundante de los estados nacionales

21. LANDI, O. *Crisis y lenguajes políticos*. Cedes, Buenos Aires, 1982.

22. MUNIZAGA, G. y GUTIÉRREZ, P. «Radio y cultura popular de masas», en *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*, G. Gili, México, 1987.

23. SCHWARZ, R., obra citada.

24. Ver la elaboración de ese concepto en MAFFESOLI, M. *El tiempo de las tribus* Icaria, Barcelona, 1990; y la reflexión latinoamericana sobre ello en MARGULIS, M. y otros, *La cultura de la noche: la vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires*, Espasa Calpe, Buenos Aires, 1994. REGUILLO, R. *En la calle otra vez Las Bandas: identidad urbana y comunicación*, Iteso, Guadalajara, 1991.

haciéndonos aún más difícil comunicar a los jóvenes el sentido y el valor que aún puede tener lo nacional. Y sin embargo los medios introducen hoy un orden otro de organización de lo cultural que no es pensable en términos de nacional/antinacional. Pues lo que ellos ponen en juego es un contradictorio movimiento de globalización y fragmentación de la cultura, de mundialización y revitalización de lo local. Tanto la prensa como la radio y aceleradamente la televisión son hoy los más interesados en *diferenciar* las culturas, ya sea por regiones o por edades, para al mismo tiempo poder conectar cada una de ellas a los ritmos e imágenes de lo global. De manera que la devaluación de lo nacional no proviene únicamente de la desterritorialización que efectúan los circuitos de la interconexión global de la economía y la cultura-mundo, sino de la erosión interna que produce la *liberación* de las diferencias, especialmente de las regionales y las generacionales. Mirada desde la cultura planetaria, la nacional aparece provinciana y cargada de lastres estatistas. Mirada desde la diversidad de las culturas locales, la nacional es identificada con la homogeneización centralista y el acartonamiento oficialista. Lo nacional en la cultura resulta siendo un ámbito rebasado en ambas direcciones replanteando así el sentido de las *fronteras*. ¿Qué sentido guardan las fronteras geográficas en un mundo en el que los satélites pueden «fotografiar» la riqueza del subsuelo y en el que la información que pesa en las decisiones económicas circula por redes informales? Claro que sigue habiendo fronteras, pero ¿no son quizá hoy más insalvables que las nacionales las «viejas» fronteras de clase y de raza, y las nuevas fronteras tecnológicas y generacionales? Lo que no implica que lo nacional no conserve vigencia como mediación histórica de la memoria larga de los pueblos, esa precisamente que hace posible la comunicación entre generaciones. Pero a condición de que esa vigencia no se confunda con la intolerancia que hoy rebrota en ciertos nacionalismos y particularismos, potenciados quizá por la disolución de fronteras que vive especialmente el mundo occidental.

Y en esa reinvencción de las imágenes de lo nacional, ¿qué sentido cobra lo *latinoamericano*? Hace muchos años que los medios masivos vienen integrando un imaginario latinoamericano. Especialmente el cine con sus ídolos y la radio con la música —el tango, la ranchera, el bolero y últimamente la salsa— han hecho que los latinoamericanos se *sientan juntos*. Pero los medios, las industrias culturales de la radio, el cine y la televisión trabajan hoy al interior de una situación cada día más paradójica: la que hace que la *integración* de los países latinoamericanos pase hoy ineludiblemente por su *integración a* una economía-mundo regida por la más pura y dura lógica del mercado. Y como en ningún otro terreno es en el de la comunicación donde se hace visible lo que la integración latinoamericana tiene hoy de necesidad ineludible y de contradicción difícilmente superable. Pues si hay un movimiento poderoso de superación de barreras y disolución de fronteras es el que pasa por las tecnologías de información y comunicación²⁵. Son justamente esas tecnologías las que más fuer-

25. DRAGO, T. (ed.), *Integración y comunicación*, Turner, Madrid, 1989.

temente aceleran la integración de nuestros países a la cultura y la economía-mundo mediante una *revolución* que hace de lo nacional un marco cada día más insuficiente para aprovecharla o defenderse de ella, al mismo tiempo que refuerza y densifica la desigualdad del intercambio: en los países avanzados es cada vez mayor el ahorro y la sustitución de las materias primas, que siguen constituyendo el renglón clave de las exportaciones latinoamericanas, mientras el intercambio se desplaza hacia bienes y servicios con mayores grados de composición tecnológica.

Las contradicciones que atraviesan y sostienen la integración latinoamericana desembocan, desde nuestro campo, en la pregunta por el peso que las industrias del audiovisual están teniendo en esos procesos. Pues esas industrias juegan en el terreno estratégico de la producción y reproducción de las imágenes que de sí mismos se hacen estos pueblos y con las que se hacen reconocer de los demás. ¿Qué significa en esa perspectiva el enorme y disperso crecimiento de canales de televisión y de la oferta en horas, o el que en varios países de Latinoamérica haya más videogravadoras que en Bélgica o Italia, si ello está acompañado de una reducción en los porcentajes de producción endógena y de una creciente homogeneización de lo que se importa? Claro que es importante que en el espacio audiovisual del mundo se hagan presentes Televisa y Redeglobo, lo inquietante es que esa presencia de empresas latinoamericanas se haga a costa de moldear la imagen de estos pueblos en función de públicos cada vez más neutros, más indiferenciados, se acabe disolviendo la diferencia cultural en el folclorismo o el exotismo más rentable y barato.

Ahí están la publicidad y las telenovelas indicándonos el derrotero que ha tomado en los últimos años la relación modernidad/medios. Del lado de la publicidad, *moderno* significa internacionalización acelerada del contenido y desplazamiento de los criterios de calidad hacia la sofisticación técnica²⁶. Pues más allá de su peso económico, la publicidad ocupa un lugar privilegiado en la experimentación de imágenes que posibilita en computador, y por ello en la renovación de los modos de *representación de la modernidad*: las imágenes de la publicidad y del videoclip —estéticamente cada día más cercanas— son las que hacen la mediación cotidiana entre innovación tecnológica y transformación narrativa. Esa que encontró en las imágenes de la guerra del Golfo un momento cimero al insertar un fuerte sistema de identificaciones primarias en una estética de la simulación y el juego visual²⁷ en la que prima la seducción que hace indolora la pérdida de los referentes culturales.

Cargada con pesados esquematismos narrativos y cómplice de fuertes inercias ideológicas, la telenovela constituye sin embargo parte también decisiva de los dispositivos de modernización del imaginario latinoamericano. Al menos entre sus públicos el éxito se debe en gran medida a su *capacidad de hacer de una*

26. FESTA, R. y SANTORO, L.F., «A terceira idade da TV: o local e o internacional», en *Rede imaginalia: televisão e democracia*, Companhia das Letras, São Paulo, 1991.

27. SARLO, B. «La guerra del Golfo: representaciones postpolíticas y análisis cultural», *Punto de vista*, núm. 40, Buenos Aires, 1991.

*narrativa arcaica albergue de propuestas modernizadoras de algunas dimensiones de la vida*²⁸. La evolución y diversificación del género ha ido introduciendo temáticas y dimensiones nuevas. Si el universo representado tiene límites muy fuertemente definidos por la ausencia de conflictos sociales cuya presencia haría estallar el esquema melodramático, que sostiene el reconocimiento y la fidelidad de sus audiencias, ello no impide que la complicidad del público con el género sea alentada también por la porosidad del género a las transformaciones de la vida. Para los colombianos esto ha sido notorio a partir de la aparición de telenovelas de «sabor regional» que se inicia con *Gallito Ramírez*, *San Tropol*, *El Divino*, se *macondianiza* en *Caballo viejo* y se hace urbana en *Café*. Claro que la modernidad de las costumbres se halla disfrazada de valores perennes y encorsetada por rituales múltiples, y que los cambios aparecen amparados por su vinculación al mito del progreso. Lo que interesa en todo caso es que en cierto tipo de telenovelas la figura de las jerarquías y las exclusiones sociales pierde rigidez al mismo tiempo que se pluraliza y complejiza el tejido social de las lealtades y sumisiones. La distancia entre pobres y ricos, hombres y mujeres, adultos y jóvenes, son a la vez expuestas y trastornadas al introducir mediaciones y movimientos que hacen visible la otra cara del entramado de las humillaciones y las revanchas, mostrando como la lucha por la vida lo es también —hasta en los sectores más «bajos»— por ser alguien, como ni la dignidad ni el oportunismo están de un solo lado. Ampliando el horizonte de lo telenovelable han ido apareciendo nuevos actores sociales y profesiones, nuevos sobre todo en la medida en que son vistos como mundos de vida, como figuras develadoras de nuevas formas de relación social, de brechas culturales y conflictos morales. En últimas esos indicadores de modernidad, que en muchos casos forman parte de los dispositivos de construcción de la verosimilitud del relato —y por tanto de la renovación del negocio—, dicen también como la identidad que pasa por la telenovela no es mera y tramposa nostalgia, sino dimensión del vivir y el soñar con que los latinoamericanos construyen el hoy.

3. Comunicación plural en una cultura global

La cuestión del pluralismo en la comunicación se ha vuelto crucial a la hora de pensar el tejido e imaginar las figuras de la democracia de fin de siglo. Pero ¿de qué estamos hablando cuando hablamos de pluralismo?; ¿de una cuestión que concierne a problemas de estructura de la comunicación, ya sea en el plano del reconocimiento entre los pueblos, las etnias y las razas, las edades y los sexos, y en el de la flagrante desigualdad del acceso a los medios que aún padecen tanto las mayorías como las minorías?, o de las *levedades* postmodernas de una comunicación descargada, por el milagro tecnológico, de la pesadez de los

28. MARTÍN BARBERO, J. «De la telenovela en Colombia a la telenovela colombiana», en *Televisión y melodrama*, Tercer Mundo, Bogotá, 1992.

conflictos y la opacidad de los actores sociales, en la que «se liberan las diferencias» y sin necesidad de encontrarse todos «comunican»?

Desde el centro, tanto en Europa como los Estados Unidos, no son pocos ni de poca monta los pensadores que afirman que la liberación de las diferencias es resultado de la acción de los medios masivos. Explicitando lo que otros intelectuales sienten quizás pudor de expresar, G. Vattimo afirma: «Los medios han sido determinantes para el venir a darse de la disolución de los puntos de vista centrales [...] A pesar de cualquier esfuerzo por parte de los monopolios y las grandes centrales capitalistas, la radio, la televisión, los periódicos se han convertido en componentes de una explosión y multiplicación generalizada de visiones del mundo»²⁹. Lo que conduce a Vattimo a una muy particular lectura de W. Benjamin, según la cual los medios serían la clave del *sensorium* postmoderno: aquella pluralización que disuelve los puntos de vista unitarios y hace emerger de modo irrefrenable la palabra de las minorías de todo tipo en todo el mundo.

Sería cerrar los ojos negar el estallido que hoy sufren las visiones unitarias de la historia y las concepciones totalitarias. Resulta así mismo imposible desconocer que en las sociedades latinoamericanas los medios, al posibilitar el acceso a otras visiones del mundo y a otras costumbres, han contribuido a enfriar el sectarismo políticos y religiosos, a relajar los talantes represivos y las tendencias autoritarias. Pero en estos países la tolerancia, ese rasgo definitorio de la modernidad, que está en la base de la actual valoración del pluralismo, ha tenido un camino difícil. «Podría narrarse la historia de América Latina como una continua y recíproca “ocupación de terreno”. Ninguna frontera física y ningún límite social otorgan seguridad. Así nace y se interioriza de generación en generación un miedo ancestral al invasor, al otro, al diferente, venga “de arriba” o “de abajo”» afirma N. Lechner³⁰. Ese miedo tornará precario el orden colectivo que tenderá entonces a ser idealizado y no construido cotidianamente, generando una situación de desconfianza y rechazo de la pluralidad, pues ella es percibida como disgregación, del mismo modo que la heterogeneidad es sentida como contaminación y deformación de las purezas culturales. Hasta hace bien poco el debate político y cultural se movía en Latinoamérica «entre esencias nacionales e identidades de clase»³¹. Fue a partir de la crisis de los setenta cuando se puso en cuestión el modelo que exigía desconocer o disolver las identidades étnicas o de género regionales o sectoriales, como condición indispensable de la construcción del proyecto político. La posibilidad de pensar la sociedad como un ser plural se halla ligada a la emergencia de movimientos sociales en los que empieza a ser superada una concepción puramente táctica de democracia, esto es como mera estratagema

29. VATTIMO, G. *La sociedad transparente*, p. 78-79.

30. LECHNER, N. *Los patios interiores de la democracia*, p. 99, FLACSO, Santiago, 1988.

31. SÁBATO, H. «Pluralismo y nación», *Punto de vista*, núm. 34, p. 2, Buenos Aires, 1989; ver también a ese propósito: SCHMUELER, H. «Los rostros familiares del totalitarismo: nación, nacionalismo y pluralidad», *Punto de vista*, núm. 33, 1988.

para la toma del poder. Movimientos sociales en los que son revalorizadas las mediaciones de la sociedad civil y el sentido social de los conflictos más allá de su formulación política, haciendo posible la emergencia, como sujetos sociales, de las etnias y las regiones, los sexos y las generaciones. Lo que a su vez ha implicado una destotalización de la política que no es sólo desacralización de los principios, sino también de la idea misma y del alcance de lo que en ella se juega: la negociación y construcción colectiva de un orden. La política ya no puede pretender llenarlo o atravesarlo todo, ha encontrado también los límites que la diferencian de la ética y la cultura.

Ha sido entonces cuando el pluralismo, que había vivido arrinconado en círculos intelectuales o restringido a tiempos de «hegemonía liberal» se despliega en estos países haciendo posible la convivencia del catolicismo con las religiones afroamericanas, la presencia creciente de sectas protestantes y una secularización progresiva de las costumbres y las ideas. Lo que a su vez hará visible y aceptable una nueva concepción de la identidad, hecha menos de esencias y raíces que de relaciones e interacciones. Así ve C. Monsivais la nueva identidad del mexicano: «El mexicano no es ya un problema existencial y cultural, y pese a las abundantes discusiones, la identidad nacional no está en riesgo. Es una identidad cambiante, enriquecida de continuo con el habla de los marginales, las aportaciones de los *mass media*, las renovaciones académicas, las discusiones ideológicas, la americanización y la resistencia a la ampliación de la miseria, y que se debilita al reducirse la capacidad de los centros de enseñanza y al institucionalizarse la resignación ante la ausencia de estímulos culturales»³².

Los medios tienen sin duda mucho que ver con esos cambios de sensibilidad, pero en forma bien contradictoria. Escenario, expresivo como ningún otro, de las contradicciones de esta época, los medios nos exponen cotidianamente a la diversidad de los gustos y las razones, a la diferencia, pero también a la indiferencia, a la creciente integración de lo heterogéneo de las razas, de las etnias, de los pueblos, de los géneros en el *sistema de diferencias* con el que, según Baudrillard, Occidente conjura y neutraliza, funcionaliza a los *otros*: «mientras la diferencia prolifera al infinito en la moda, en las costumbres, en la cultura, la alteridad dura, la de la raza, la locura, la miseria ha terminado o se ha convertido en un producto escaso»³³. Como si sólo sometidas al *esquema estructural de diferencias*, que Occidente propone nos fuera posible relacionarnos con las otras culturas.

¿No constituyen los medios de comunicación uno de los dispositivos más eficaces de ese esquema? Y ello mediante los procedimientos más opuestos. Así el dispositivo de asimilación que para *acercar* las culturas silencia o adelgaza los trazos más conflictivamente heterogéneos y desafiantes. Para lo cual no habrá más remedio que estereotipar y banalizar al otro, volverlo asimilable sin necesidad de descifrarlo. ¿No es con imágenes esquemáticas y banales de los

32. MONSIVAIS, C. *De la cultura mexicana en vísperas del tratado de libre comercio* Nueva Imagen, México, 1992, p. 192.

33. BAUDRILLARD, J. *La transparencia del mal*, Anagrama, Barcelona, 1991, p. 134.

indígenas, de los negros, de los marginales que la mayoría de los discursos *mass-mediáticos*, especialmente de la televisión, nos aproximan a los otros? Y de forma parecida funciona el dispositivo de distanciamiento: se exotiza al otro, se le folcloriza en un movimiento de afirmación de la heterogeneidad que al mismo tiempo que lo vuelve «interesante» le excluye de nuestro universo negándole la capacidad de interpelarnos y cuestionarnos³⁴.

Pero que nadie busque las razones de ese esquema, que desde los medios tiende a neutralizar las diferencias, en alguna perversión de la sensibilidad de la que tan positivamente habla Vattimo. Pues su racionalidad no es otra que la del complementario movimiento de globalización y fragmentación que configura la *modernidad-mundo*³⁵ de la economía y la cultura hoy, que es la modernidad espacial y temporalmente descentrada, deslocalizada de los contextos territoriales y materializada en la movilidad de la información y la tecnología.

Global es el espacio/tiempo que necesitan y producen el mercado y las nuevas tecnologías. Como lo fue el espacio-nación desde fines del siglo XVII en Europa, ahora el espacio-mundo³⁶ se constituye en horizonte del flujo económico e informacional: que tiene como eje a la empresa, como clave la relación de interdependencia y como vehículo y sustento la trama tecnológica de la comunicación. En el proceso de globalización el que lleva la iniciativa es el mercado, él es el que ahora regula las relaciones entre los pueblos, las naciones y las culturas, el que pone los modelos de comunicación y dinamiza las redes. ¿Qué está significando para el pluralismo el proceso de globalización: una forma de combatir la segregación y la exclusión o la expansión del *no-lugar*, ese mundo de pasajeros y clientes en el que «se está siempre y no se está nunca en casa»³⁷, en el que la abolición de las distancias y la borradora de la memoria producen no sólo la confusión de las lenguas sino también el auge de la insignificancia?

Más que opuesto, complementario de la globalización, el mundo vive un proceso expansivo de fragmentación a todos los niveles y en todos los planos. Desde el estallido de las naciones a la proliferación de las sectas, desde la revalorización de lo local a la descomposición de lo social. Imposible soslayar la pregunta: ¿El crecimiento de la conciencia de la diversidad no está desembocando en la relativización y hasta negación de cualquier tipo de comunidad, de socialidad³⁸? ¿Y el desarraigo que supone o produce esa fragmentación en el

34. Sobre la «diferencia excluyente»: MUÑIZ SODRÉ, *A verdade seduzida*, Codecri, Rio de Janeiro, 1983, p. 42 y s.

35. ORTIZ, R. «Cultura e modernidade-mundo», en *Mundializacao e cultura*, Brasiliense, São Paulo, 1994.

36. Ver a ese propósito: MATTELART, A. *La communication-monde*, en especial el capítulo 10 «L'emprise de la geo-économie: la quete de la culture globale», Ed. La decouverte, París, 1992. Del mismo autor ver también el capítulo 3: «Le scenario global» en *L'internationale publicitaire*, Ed. La decouverte, París, 1989.

37. AUGÉ, M. *Los no-lugares: espacios de anonimato*, Barcelona, 1993, p. 100 y s.

38. Sobre la disolución de la socialidad por un *diférencialisme absolu*: TOURAINE, A. *Critique de la modernité*, 2a. parte, cap. 3 «Les postmodernismes», Fayard, París, 1992.

ámbito de los territorios o los valores, no estará en la base de los nuevos integristas y fundamentalismos?

El elogio de la diferencia, que tan frecuentemente hacen los postmodernos, habla de una nueva percepción de lo relativo y precario de las ideologías y los proyectos de emancipación, pero habla también del vértigo del eclecticismismo que desde la estética a la política hace que todo valga igual. Confusión a cuyo resguardo los mercaderes hacen su negocio haciéndonos creer, por ejemplo, que la diversidad en televisión equivale a la cantidad de canales, así esa cantidad acabe con la calidad y no ofrezca sino el simulacro hueco de la pluralidad.

Frente a ese tramposo pluralismo, que confunde diversidad con fragmentación, y al fundamentalismo de los nacionalistas étnicos que transforman la identidad en intolerancia, comunicación plural significa el reto de asumir la heterogeneidad como un valor articulable a la construcción de un nuevo tejido de lo colectivo. Pues en América Latina, como afirma Lechner, «la heterogeneidad sólo producirá dinámica social ligada a alguna noción de comunidad»³⁹. No ciertamente a alguna idea de comunidad rescatada de algún idealizado pasado, sino aquella desde la que nos sea posible recrear hoy las formas de convivencia y deliberación ciudadana sin reasumir la moralización de los principios o la absolutización de las ideologías, rehaciendo más bien las identidades y los modos de simbolizar los conflictos y los pactos desde la opacidad de las hibridaciones y las reapropiaciones.

39. LECHNER, N. «La democratización en el contexto de una cultura postmoderna», en *Cultura política y democratización*, FLACSO/CLACSO, Santiago de Chile, 1987.