

**Transformaciones en el Mapa:
Identidades e Industrias Culturales
Jesús Martín – Barbero**

Documentación de reflexión y debate
documento nº 06

Jesús Martín-Barbero

**TRANSFORMACIONES EN EL MAPA: IDENTIDADES E INDUSTRIAS
CULTURALES.**

*Seminario Internacional "Hacia la consolidación de un espacio
cultural común latinoamericano"*

Sevilla

1998

TRANSFORMACIONES EN EL MAPA : IDENTIDADES E INDUSTRIAS CULTURALES

Introducción: mínimas acotaciones conceptuales

I. Las Identidades: entre la sociedad multicultural y la globalización comunicacional

1. Des-centramientos de lo nacional y reconfiguraciones de la identidad
2. Des-ubicación de lo popular y culturas urbanas

II. Integración latinoamericana: matrices culturales y formatos industriales

1. Integración económica y emborronamiento de lo cultural
2. Los avatares de la identidad industrializada

III. Por un espacio audiovisual latinoamericano

Jesús Martín-Barbero. Bogotá, Colombia

Ponencia del Seminario Internacional "Hacia la consolidación de un espacio cultural común latinoamericano", celebrado en Sevilla del 28 al 30 de octubre de 1998, organizado por el Convenio Andrés Bello y la Junta de Andalucía.

INTRODUCCIÓN: MÍNIMAS ACOTACIONES CONCEPTUALES

Hasta hace pocos años pensar la cultura era otear un mapa claro y sin arrugas: la antropología tenía a su cargo las culturas *primitivas* y la sociología se encargaba de las *modernas*. Lo que implicaba dos opuestas ideas de cultura: 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; mientras para los sociólogos *cultura es sólo* un especial tipo de actividades y de objetos, de productos y prácticas, casi todos pertenecientes al canon de las artes y las letras. En la tardo-modernidad que ahora habitamos, la separación que instauraba aquella doble idea de cultura se ve emborronada, 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": es lo que hace la escuela con sus alumnos, la prensa con sus lectores, la televisión con sus audiencias y la iglesia con sus fieles. Pero al mismo tiempo la cultura vive otro movimiento radicalmente opuesto: se trata de un movimiento de *antropologización*, mediante el cual la vida social toda deviene, *se convierte en cultura*. Como si la imparparable máquina de la racionalización modernizadora, que sólo sabe separar y especializar, estuviera girando en círculo, la cultura escapa a toda compartimentalización irrigando la vida por entero. Hoy son sujeto/objeto de cultura tanto el arte como la salud, el trabajo como la violencia, y también hay cultura política, y del narcotráfico, cultura organizacional y cultura urbana, juvenil, de género, profesional, audiovisual, científica, tecnológica etc. La articulación de ese doble movimiento se halla hoy en la hegemonía de una *razón comunicacional* que -frente al consenso dialogal del que se nutre la "razón comunicativa" según Habermas- se halla cargada de la opacidad discursiva y la ambigüedad política que introducen la mediación tecnológica y mercantil; y cuyos dispositivos -la fragmentación que disloca y descentra, el flujo que globaliza y comprime, la conexión que desmaterializa e hibrida- agencian el *devenir mercado de la sociedad*. En ese movimiento se inscriben hoy unas industrias culturales y comunicacionales convertidas en el más eficaz motor del desenganche e inserción las culturas étnicas, nacionales o locales, en el espacio/tiempo del mercado-mundo y las tecnologías globales.

Pensar desde ahí las *industrias culturales* no puede confundirse con un retorno al sentido inicial dado por los de Frankfurt a ese concepto: desublimada "caída del arte en la cultura" y reducción de la cultura a mercancía². Pues ello nos impediría pensar las contradicciones que dinamizan la complejidad cultural de la sociedad fin de siglo. Ya que ni la industria es lo contrario del arte, como ha demostrado sobradamente la existencia misma del cine, ni la estandarización implica la total anulación de la innovación, de la tensión creadora, como hace tiempo comprobó E. Morin³. Quedan sin embargo en la actual operativización del concepto -que posibilitó su pluralización por la UNESCO a finales de años 70⁴- remanentes tenaces de la ilustrada oposición entre masas y cultura, que se hacen evidentes en la mayoría de unas políticas culturales limitadas por el contenidismo -la cultura reducida a contenido noble de los medios masivos- y el difusionismo de una comunicación-instrumento de propagación o divulgación cultural, e incapaces por tanto de asumir la heterogeneidad de la producción simbólica en nuestras sociedades y la envergadura estructural de las industrias culturales en la puesta en comunicación de nuestros pueblos. Para lo cual necesitamos pensar las industrias culturales aliviadas del "peso de la gravedad causal", esto de "su remisión en cadena a las totalidades"⁵, para concebirlas más bien como lugares de condensación e interacción de redes culturales múltiples, de entrecruzamiento de diferentes espacios de la producción social, conformadas por dispositivos complejos que no son de orden meramente tecnológico, mercantil o político, y en las que pesan menos las filiaciones que las alianzas, las pesadas máquinas de la fabricación que las sinuosas trayectorias de la circulación y donde las estrategias de la apropiación deben ser tenidas en cuenta tanto como las lógicas de la propiedad.

Es una compleja *reorganización de la hegemonía*⁶ la que materializan hoy las industrias culturales, lo que nos está exigiendo concebirlas como dispositivos claves en la construcción de las identidades colectivas, esto es de los procesos de diferenciación y reconocimiento de los sujetos que conforman las diversas agrupaciones sociales. Rompiendo con el círculo que conduce de la identidad concebida como separación o repliegue excluyente, a su negación por

integración en la fatalidad de la homogenización, la reflexión actual plantea la identidad como *una construcción que se relata*. De lo que ese nuevo modo de pensar la identidad está hablando es de la crisis de las *monoidentidades*, y la emergencia de multiculturalidades que desbordan por arriba y por abajo tanto lo étnico como lo nacional. La globalización económica y tecnológica disminuyen la importancia de lo territorial devaluando los referentes tradicionales de la identidad. Contradictoria y completariamente las culturas locales y regionales se revalorizan exigiendo cada día una mayor autodeterminación, que es derecho a contar en las decisiones económicas y políticas y a crear sus propias imágenes. El actual "malestar en lo nacional" responde a unas dinámicas de la economía y la cultura-mundo que movilizan no sólo la heterogeneidad de los grupos y su readecuación a las presiones de lo global sino la coexistencia de códigos muy diversos al interior de un mismo grupo, conmocionando la experiencia que hasta ahora teníamos de identidad.

I. LAS IDENTIDADES : ENTRE LA SOCIEDAD MULTICULTURAL Y LA GLOBALIZACION COMUNICACIONAL

"Al movimiento de las nacionalidades y de la liberación de los pueblos colonizados se añadió el de las mujeres y las minorías sexuales, también el de las étnias, pues la creciente globalización económica despertó fuerzas y formas de identidad cada vez más profundas, menos sociales y más culturales, que atañen a la lengua, a las relaciones con el cuerpo, a la memoria. Hay un cambio total de perspectiva: se consideraba que el mundo moderno estaba unificado mientras que la sociedad tradicional estaba fragmentada; hoy por el contrario, la modernización parece llevarnos de lo homogéneo a lo heterogéneo en el pensamiento y en el culto, en la vida familiar y sexual, en la alimentación o el vestido".

Alain Touraine

1. Des-centramientos de lo nacional y reconfiguraciones de la identidad

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 el indicio de la aparición de una trama cultural urbana heterogénea, esto es 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. Se trata de una multiculturalidad que desafía nuestras nociones de cultura, de nación y de ciudad, o marcos de referencia y comprensión forjados sobre la base de identidades nítidas, de arraigos fuertes y deslindes claros. Pues nuestras ciudades 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 uniformante y disolvente de lo moderno. Estamos ante cambios de fondo en los "modos de estar juntos"⁷, esto es de experimentar la pertenencia al territorio y de vivir la identidad.

Pero en Latinoamérica la multiculturalidad, tanto en el discurso como en la experiencia social, moviliza antiguas y nuevas contradicciones. Como afirma el chileno N. Lechner "podría narrarse la historia de América Latina como una continua y recíproca ocupación de terreno. No hay demarcación estable reconocida por todos. 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"⁸. Ese miedo se expresa aun en la tendencia, generalizada entre los políticos, a percibir la diferencia como disgregación y ruptura del orden, y entre los intelectuales a ver en la heterogeneidad una fuente de contaminación y deformación de las purezas culturales. El autoritarismo no sería entonces en nuestros países

una tendencia perversa de sus militares o sus políticos sino una respuesta a la precariedad del orden social, la debilidad de la sociedad civil y la complejidad de mestizajes que contiene, haciendo del Estado la figura que contrarreste las debilidades societales y las fuerzas de la dispersión. Lo que ha significado la permanente sustitución del pueblo por el Estado y el protagonismo de éste en detrimento de la sociedad civil⁹. Los países de América Latina tienen una larga experiencia de la inversión de sentido mediante la cual la identidad nacional es puesta al servicio del chauvinismo de un Estado que en lugar de articular las diferencias culturales lo que ha hecho es subordinarlas al centralismo desintegrándolas. Pues hasta hace bien poco la idea de lo nacional era incompatible, tanto para la derecha como la izquierda, con la *diferencia*: el pueblo era uno e indivisible, la sociedad un sujeto sin texturas ni articulaciones internas y el debate político-cultural "se movía entre esencias nacionales e identidades de clase"¹⁰.

Es esa equivalencia entre identidad y nación la que la multiculturalidad de la sociedad actual latinoamericana hace estallar. Pues de un lado la globalización disminuye el peso de los territorios y los acontecimientos fundadores que telurizaban y esencializaban lo nacional, y de otro la revaloración de lo local redefine de la idea misma de nación. Mirada desde la cultura-mundo, la nacional aparece proviciana y cargada de lastres estatistas y paternalistas. Mirada desde la diversidad de las culturas locales, la nacional equivale a homogenización centralista y acartonamiento oficialista. De modo que es tanto la idea como la experiencia social de *identidad* la que desborda los marcos maniqueos de una antropología de lo tradicional-autóctono y una sociología de lo moderno-universal. La identidad no puede entonces seguir siendo pensada como expresión de una sola cultura homogénea perfectamente distinguible y coherente. El monolingüismo y la uniterritorialidad, que la primera modernización reasumió de la colonia, escondieron la densa multiculturalidad de que está hecho lo latinoamericano y lo arbitrario de las demarcaciones que trazaron las fronteras de lo nacional. Hoy nuestras identidades -incluidas las de los indígenas- son cada día más multilingüísticas y transterritoriales. Y se constituyen no sólo de las diferencias entre culturas desarrolladas separadamente sino mediante las desiguales apropiaciones y combinaciones que los diversos grupos hacen de elementos de distintas sociedades y de la suya propia.

Lo que nos devuelve a la multiculturalidad de la ciudad, es en ella mucho más que en el Estado donde se incardinan las nuevas identidades, hechas de imaginarias nacionales, tradiciones locales y flujos de información transnacionales, y donde se configuran nuevos modos de representación y participación política, es decir nuevas modalidades de ciudadanía. Pues las fronteras entre posiciones hoy no son sólo borrosas sino móviles, trasladándose de uno a otro campo, desplazando el sentido de las identidades culturales -etnias, razas, géneros- tanto como el de las posiciones ideológicas y políticas, confundiéndolas y encabalgándolas. Lo cual no debe ser leído ni en la clave *optimista* de la desaparición de las fronteras y el surgimiento (al fin!) de una comunidad universal, ni en la catastrofista de una sociedad en la que la "liberación de las diferencias" acarrearía la muerte del tejido societario, de las formas elementales de la convivencia social. Como lo ha señalado J. Keane existe ya una *esfera pública internacional*¹¹ que moviliza formas de *ciudadanía mundial*, como lo muestran las organizaciones internacionales de defensa de los derechos humanos y las ONG^s que, desde cada país, median entre lo internacional y lo local. Pero también están ahí los fundamentalismos que, transvestidos de políticas modernizadoras de la economía o de derechos laborales de los nativos frente a los emigrantes, refuerzan la exclusión social y cultural; sin olvidar las perversiones de lo excluido: comunidades y minorías étnicas que se atrincheran¹² -desde Nueva York a París, pasando por la Costa pacífica colombiana- en una perversa reconversión del racismo. Es el desafío, planteado por la complejidad de las imbricaciones entre fronteras y mediaciones que secretamente enlazan las figuras y los movimientos de la identidad, el que invito a pensar a partir de la imagen/metáfora del *palimpsesto*: pues los referentes y significados, los territorios y discursos de la identidad tienen hoy la frágil textura del palimpsesto, *ese texto en el que un pasado borrado emerge tenazmente, aunque borroso, en las entrelineas que escriben el presente*.

Desde esa perspectiva la *diferencia* en América Latina ha dejado de significar la búsqueda de aquella autenticidad en que se conserva una forma de ser en su pureza original, para convertirse en la indagación del modo *des-viado* y *des-centrado* de nuestra inclusión en, y nuestra apropiación de, la modernidad: el de una diferencia que no puede ser digerida ni expulsada, alteridad que resiste desde dentro al proyecto mismo de universalidad que entraña la modernidad. A esa doble tarea están contribuyendo sociólogos y antropólogos que han

colocado en el eje del análisis el doble *des-centramiento* que sufre la modernidad en América Latina: su tener que ver menos con las doctrinas ilustradas y las estéticas letradas que con la masificación de la escuela y la expansión de las industrias culturales, y por lo tanto con la conformación de un mercado cultural, en el que las fuentes de producción de la cultura pasan de la dinámica de las comunidades o la autoridad de la Iglesia a la lógica de la industria y los aparatos especializados, que *sustituyen* las formas tradicionales de vivir por los estilos de vida conformados desde la publicidad y el consumo, *secularizan* e *internacionalizan* los mundos simbólicos y *segmentan* al pueblo en públicos contruidos por el mercado.

De otro lado, la moderna diferenciación y autonomización de la cultura sufre un segundo des-centramiento: esa autonomía se produce en Latinoamérica cuando el Estado no puede ya ordenar ni movilizar el campo cultural, debiendo limitarse a asegurar la libertad de sus actores y las oportunidades de acceso a los diversos grupos sociales, dejándole al mercado la coordinación y dinamización de ese campo; y cuando las experiencias culturales han dejado de corresponder lineal y excluyentemente a los ámbitos y repertorios de las étnias o las clases sociales. Fuertemente cargada aun de componentes premodernos, la modernidad se hace experiencia colectiva de las mayorías latinoamericanas merced a dislocaciones sociales y perceptivas de cuño claramente postmoderno: efectuando fuertes desplazamientos sobre los compartimentos y exclusiones que la modernidad instituyó durante más de un siglo, esto es generando hibridaciones entre lo culto y lo popular y de ambos con lo masivo, entre vanguardia y kitsch, entre lo autóctono y lo extranjero, categorías y demarcaciones todas ellas que se han vuelto incapaces de dar cuenta del ambiguo y complejo movimiento que dinamiza el mundo cultural en unas sociedades en las que "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 el mercado, y cada vez pueden sustraerse menos a la información y la iconografía modernas, al desencantamiento de sus mundos autocentrados y al reencantamiento que propicia el espectáculo de los medios"¹³.

2. Des-ubicaciones de lo popular y culturas urbanas

Hubo un tiempo en el que creíamos saber con certeza de qué estábamos hablando cuando nombrábamos lo rural y lo urbano, pues lo urbano era *lo contrario* de lo rural. Esa dicotomía está siendo disuelta no solo en el discurso del análisis sino en la experiencia social misma por los procesos de desterritorialización e hibridaciones que ella atraviesa. *Lo urbano* no se identifica ya únicamente con lo que atañe a la ciudad¹⁴ sino con *lo que nos inserta en lo global*, y que hoy permea con mayor o menor intensidad el mundo campesino -especialmente pero no sólo por la acción de los medios masivos de comunicación- de modo que aun las culturas más fuertemente locales atraviesan cambios que afectan a 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. Esos cambios y movimientos resultan hoy cruciales en dos ámbitos: el de las culturas populares y el de las culturas juveniles.

El mundo popular se inserta en la dinámica urbana a través de las transformaciones de la vida laboral, de la identificación del progreso con los servicios públicos, de los desajustes culturales que produce el desarrollo tecnológico, de la amalgama de los discursos informativos de los medios con los modos de comunicación que, como el refrán, el chisme o el chiste, remiten a la persistencia de la cultura oral, pero en una *oralidad secundaria*¹⁵, esto es atravesada ya ella misma por los formatos de la radio y la telenovela. Estamos ante un mapa cultural bien diferente de aquel al que nos tiene acostumbrados la maniquea retórica del desarrollismo. Pues se trata de un mapa hecho de continuidades y destiempos, de secretas vecindades e intercambios entre modernidad y tradiciones, entre país urbano y país rural. Es un mapa con muchas poblaciones a medio camino entre el pueblo campesino y el barrio ciudadano, con *pueblos* donde las relaciones sociales ya no tienen la estabilidad ni la elementalidad de lo rural, y con *barrios* que son el ámbito donde sobreviven entremezclados autoritarismos feudales con la horizontalidad tejida en el rebusque y la informalidad urbanos. Pueblos cuya centralidad sigue aun estando en la religión mientras al mismo tiempo viven cambios que afectan no sólo el mundo del trabajo o la vivienda sino la subjetividad, la afectividad y la sensualidad. Por su parte 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* en la que se mezclan la complicidad delincriminal 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 sonoridades étnicas y los ritmos urbanos del rock o del rap. "El marginado que habita en los grandes centros urbanos de Colombia, 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 de la acción del Estado en su lugar de residencia y de 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 el consumo, la cultura de la imagen y la drogadicción, en una palabra de la colonización del mundo de la vida por la modernidad"¹⁶.

En lo que concierne al mundo de los jóvenes urbanos -que, como dijimos antes, no se identifican ya con los de ciudad- a donde 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 setenta, 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 jóvenes de la nueva generación, en cambio, se asemejan a los miembros de la primera generación nacida en un país nuevo"¹⁷. Los jóvenes viven hoy la emergencia de nuevas sensibilidades, dotadas de una especial empatía con la cultura tecnológica, que va de la información absorbida por el adolescente en su relación con la televisión a la facilidad para entrar y manejarse en la complejidad de las redes informáticas. 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, y a la que responsabilizan de la decadencia de los valores intelectuales y morales que padece hoy la sociedad- los jóvenes experimentan una *empatía cognitiva* hecha de una gran facilidad para relacionarse con las tecnologías audiovisuales e informáticas, y de una *complicidad expresiva*: con sus relatos e imágenes, sus sonoridades, fragmentaciones y velocidades en los que ellos encuentran su idioma y su ritmo. Pues frente a las culturas letradas, ligadas a la lengua y al territorio, las electrónicas, audiovisuales, musicales, rebasan esa adscripción produciendo nuevas *comunidades* que responden a nuevos modos de *estar juntos*, de percibir y narrar la identidad. Estamos ante nueva identidades, de temporalidades menos largas, más precarias pero también más flexibles, capaces de amalgamar y hacer convivir ingredientes de universos culturales muy diversos. Y cuya mejor expresión es quizás el *rock en español*: ese idioma en que se dice la más profunda brecha generacional y algunas de las transformaciones más de fondo que está sufriendo la representación política. Se trata de un rock que ha ido convirtiéndose en vehículo de una conciencia dura de la descomposición social, de la presencia cotidiana de la muerte en las calles, de la sinsalida laboral, la desazón moral y la exasperación de la agresividad y lo macabro. "En nuestras barriadas populares tanemos camadas enteras de jóvenes, cuyas cabezas dan cabida a la magia y la hechicería, a las culpas cristianas y a su intolerancia piadosa, lo mismo que al mesianismo y al dogma estrecho e irsuto, a utópicos sueños de igualdad y libertad, indiscutibles y legítimos, así como a sensaciones de vacío, ausencia de ideologías totalizadoras, fragmentaciones de la vida y tiranía de la imagen fugaz, y al sonido musical como único lenguaje de fondo"¹⁸.

II. INTEGRACION LATINOAMERICANA: MATRICES CULTURALES Y FORMATOS INDUSTRIALES

"Realidad contradictoria y desafiante la de una sociedad de masa que, en la lógica perversa salvaje, de lo viejo forma lo nuevo y con lo nuevo rehace lo viejo, haciendo coexistir y juntarse, de modo paradójicamente natural, la sofisticación de los medios de comunicación de masa con masas de sentimientos provenientes de la cultura más tradicionalmente popular".

Marlyse Meyer

Tensionado entre los discursos del Estado y la lógica del mercado, se oscurece y desgarran el significado de las siglas que multiplicada y compulsivamente dicen el deseo de integración latinoamericana. Pues la *integración* de los países latinoamericanos pasa hoy ineludiblemente por su *integración* a una economía-mundo regida por la más pura y dura lógica de la competitividad capitalista. Lo que está fracturando la solidaridad regional especialmente por las modalidades de *inserción excluyente*¹⁹ de los grupos subregionales (TLC, Mercosur) en los macrogrupos del Norte y de Europa. La revolución tecnológica, por su parte, plantea claras exigencias de integración al hacer del espacio nacional un marco cada día más insuficiente para aprovecharla o para defenderse de ella²⁰, al mismo tiempo que refuerza y densifica la desigualdad del intercambio²¹. Es a nombre de una integración globalizada que los gobiernos de nuestros países justifican los enormes costos sociales que la "apertura" acarrea: esa modernización tecnoeconómica que amenaza otra vez con suplantar en nuestros países al proyecto sociocultural de la modernidad. Pues si hay un movimiento poderoso de *integración* —entendida ésta como superación de barreras y disolución de fronteras— es el que pasa por las industrias culturales de los medios masivos y las tecnologías de información. Pero a la vez son esas mismas industrias y tecnologías las que más fuertemente aceleran la integración de nuestros pueblos, la heterogénea diferencia de sus culturas, a la *indiferencia* del mercado. Sobre las posibilidades de comprender, sin azucarar viejos maniqueísmos e integrismos, y de enfrentar políticamente las contradicciones que moviliza esa paradoja se juega hoy la supervivencia cultural de nuestras identidades colectivas.

1. Integración económica y emborronamiento cultural

A diferencia del proceso que hasta los años setenta se definió como *imperialismo*, la globalización de la economía redefine las relaciones centro/periferia: lo que la globalización nombra ya no son movimientos de *invasión* sino transformaciones que se producen desde y en lo nacional y aun en lo local. Es desde dentro de cada país que no sólo la economía sino la cultura se *mundializan*²². Lo que ahora está en juego no es una mayor difusión de productos sino la rearticulación de las relaciones entre países mediante una des-centralización que concentra el poder económico y una des-localización que hibrida las culturas.

En América Latina la globalización económica es percibida sobre dos escenarios: el de la *apertura nacional* exigida por el modelo neoliberal hegemónico, y el de la *integración regional* con que nuestros países buscan insertarse competitivamente en el nuevo mercado mundial. Ambos colocan la "sociedad de mercado" como requisito de entrada a la "sociedad de la información". El escenario de la *apertura económica* se caracteriza por la desintegración social y política de lo nacional. Pues la racionalidad de la modernización neoliberal sustituye los proyectos de emancipación social por las lógicas de una competitividad cuyas reglas no las pone ya el Estado sino el mercado, convertido en principio organizador de la sociedad en su conjunto. Y ¿cómo construir democracia en países donde la polarización social se profundiza colocando al cuarenta por ciento de la población por debajo de los niveles de pobreza?; ¿qué viabilidad pueden tener proyectos nacionales cuando los entes financieros transnacionales sustituyen a los Estados en la planificación del desarrollo? El crecimiento de la desigualdad atomiza la sociedad deteriorando los mecanismos de cohesión política y cultural, y desgastadas las representaciones simbólicas "no logramos hacernos una imagen del país que queremos, y por ende la política no logra fijar el rumbo de los cambios en marcha"²³.

El escenario de la *integración regional* latinoamericana se comprenderá quizás mejor en su contraste con la europea. Pues aunque una y otra responden a los retos que plantea la globalización, las contradicciones que movilizan son bien distintas. La Unión Europea, pese a la enorme diversidad de lenguas y de historia que divide a esos países y, aun siendo todavía más un hecho económico que político, tiende sin embargo a crear ciertas condiciones de igualdad social y a fortalecer el intercambio cultural entre y dentro de sus países. En América Latina por el contrario, aun estando estrechamente unida por la lengua y por largas y densas tradiciones, la integración económica está haciendo prevalecer las exigencias de competitividad sobre las de cooperación regional, lo que se traduce en una acelerada concentración del ingreso con reducción del gasto social y el deterioro de la escena pública. Y mientras en Europa pasa al primer plano la cuestión de las *naciones sin Estado*, esas identidades diluidas o subvaloradas en el proceso de integración de los Estados nacionales, lo que se traduce en un cierto fortalecimiento público de su capacidad de producción

audiovisual²⁴, en Latinoamérica la integración de su producción audiovisual, al obedecer casi únicamente al interés privado, está por el contrario produciendo un movimiento creciente de neutralización y borramiento de las señas de identidad regionales y locales²⁵.

En la "perdida década" de los 80 una de las pocas industrias que se desarrolló en América Latina fue la de la comunicación: el número de emisoras de televisión se multiplicó —de 205 en 1970 pasó a 1459 en 1988—, Brasil y México se dotaron de satélites propios, la radio y la televisión abrieron enlaces mundiales via satélite, se implantaron redes de datos, antenas parabólicas y TVCable, y se establecieron canales regionales de televisión²⁶. Pero todo ese crecimiento se realizó siguiendo el movimiento del mercado, sin apenas intervención del Estado, más aun minando el sentido y las posibilidades de esa intervención, esto es dejando sin piso real al espacio y al servicio público, y acrecentando las concentraciones monopólicas.

Mientras en los tiempos de la modernización populista, años 30-50, las industrias comunicacionales contribuyeron a la gestación de un poderoso imaginario latinoamericano, hecho de símbolos cinematográficos —Maria Felix, Cantinflas— y musicales como el tango, el bolero, la ranchera, en los últimos años las industrias culturales del cine, la radio y la televisión atraviesan una situación paradójica: la inserción de su producción cultural en el mercado mundial tiene como contraparte un claro debilitamiento de su capacidad de *diferenciación* cultural. La presencia en el espacio audiovisual del mundo de empresas como la mexicana Televisa o la brasileña Redeglobo se hace en gran parte a costa de moldear la imagen de estos pueblos en función de públicos cada día más neutros, más indiferenciados. Son exigencias del modelo que impone la globalización las que orientan esos cambios. Exigencias que se evidencian en el reordenamiento privatizador de los sistemas nacionales de televisión en Europa²⁷ y en las contradicciones culturales que conlleva la apertura económica del sureste asiático. La expansión del número de canales, la diversificación y crecimiento de la televisión por cable, y las conexiones via satélite, han acrecentado el tiempo de programación empujando una demanda intensiva de programas que abre aun más el mercado a la producción televisiva latinoamericana produciendo pequeñas brechas en la hegemonía televisiva norteamericana y en la división del mundo entre un Norte identificado con países productores y un Sur con países únicamente consumidores. Pero significa también el triunfo de la *experiencia del mercado* en rentabilizar la diferencia cultural para renovar gastadas narrativas conectándolas a otras sensibilidades cuya vitalidad es resemantizada en la tramposa oferta de una *cultura de la indiferencia*. Que es la otra cara de la *fragmentación* cultural que produce la globalización.

Las contradicciones latinoamericanas que atraviesan y sostienen su globalizada integración desembocan decisivamente en la pregunta por el peso que las industrias del audiovisual están teniendo en estos procesos. Pues esas industrias juegan en el terreno estratégico de *las imágenes que de sí mismo 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 de programación, o el que en varios países de Latinoamérica haya más video-gravadoras por habitante que en Bélgica o Italia, si ello va acompañado de una reducción en los porcentajes de producción endógena y de una creciente homogenización de lo que se importa?. Ahí están el cine y la telenovela indicándonos el derrotero que marca la globalización comunicacional.

El cine, acosado entre la retirada del apoyo estatal²⁸ a las empresas productoras —que ha hecho descender a menos de la mitad la producción anual en los países con mayor tradición como México o Brasil— y la disminución de expectadores que, por ejemplo en México significó en los años 80 la caída de 123 a 61 millones de espectadores y en Argentina de 45 a 22 millones, se debate hoy entre una propuesta comercial sólo rentable en la medida en que pueda *superar* el ámbito nacional, y una propuesta cultural sólo viable en la medida en que sea capaz de insertar los temas locales en la sensibilidad y la estética de la cultura-mundo. Lo que obliga al cine a subordinarse al video en cuanto tecnología de circulación y consumo doméstico: ya en 1990 había en América Latina diez millones de videogravadoras, doce mil videoclubes de alquiler de cintas y trescientos cuarenta millones de cintas alquiladas al año²⁹. En ciudad de México mientras hay un cine por cada 62.800 habitantes existe un videoclub por cada 4500 personas, lo que a la vez que refuta las pesimistas previsiones de los apocalípticos sobre la cercana muerte del cine señala sin embargo algunas tendencias claramente preocupantes: casi el 80 % de la oferta de cintas en los videoclubes son de cine norteamericano, el cine europeo, incluido el español, no llega al 10 %, y el propio cine

mexicano que se oferta en los videoclubes del país más pretendidamente nacionalista de Latinoamérica, tampoco llega al 10 %³⁰.

Pero donde se hacen más explícitas las lógicas de la globalización es en la *televisión*, y especialmente en ese enclave estratégico de la producción audiovisual latinoamericana, tanto por su peso en el mercado como por el papel que juega en el reconocimiento cultural de estos pueblos, que es la *telenovela*.

2. Los avatares de la Identidad Industrializada

Hasta mediados de los años setenta las series norteamericanas dominaban en forma aplastante la programación de ficción en los canales latinoamericanos de televisión. Lo que, de una parte, significaba que el promedio de programas importados de los EE.UU -en su mayoría comedias y series melodramáticas o policíacas- ocupaba cerca del 40 % de la programación³¹; y de otra parte, esos programas ocupaban los horarios más rentables, tanto los nocturnos entre semana como a lo largo de todo el día los fines de semana. A finales de los setentas la situación comienza a cambiar y durante los años 80 la producción nacional crecerá y entrará a disputar a los seriados norteamericanos los horarios "nobles". En un proceso sumamente rápido la telenovela nacional en varios países -México, Brasil, Venezuela, Colombia, Argentina- y en los otros la telenovela brasileña, mexicana o venezolana, desplazan por completo a la producción norteamericana³². A partir de ese momento, y hasta inicios de los años noventa, no sólo en Brasil, México y Venezuela, principales países exportadores, también en Argentina, Colombia, Chile y Perú la telenovela ocupa un lugar determinante en la *capacidad nacional de producción televisiva*³³, esto es en la consolidación de la industria televisiva, en la modernización de sus procesos e infraestructuras -tanto técnicas como financieras- y en la especialización de sus recursos: libretistas, directores, camarógrafos, sonidistas, escenógrafos, editores. La producción de telenovelas ha significado a su vez una cierta apropiación del género por cada país: su *nacionalización*. Pues si bien el género telenovela implica rígidos estereotipos en su esquema dramático, y fuertes condicionantes en su gramática visual -reforzados por la lógica estandarizadora del mercado televisivo mundial- también lo es que cada país ha hecho de la telenovela *un particular lugar de cruces entre la televisión y otros campos culturales* como la literatura, el cine, el teatro. En la mayoría de los países se empezó copiando, en algunos importando incluso los libretos, del mismo modo como había sucedido años atrás con la radionovela cuando, de la mano de Colgate Palmolive, los guiones se importaban de Cuba o Argentina. La dependencia del formato radial y de la concepción de la imagen como mera ilustración de un "drama hablado" se fue rompiendo a medida que la televisión se iba industrializando y los equipos humanos de producción iban "conquistando" el nuevo medio, esto es apropiándose de sus posibilidades expresivas. La telenovela se convirtió entonces en un conflictivo pero fecundo terreno de *redefiniciones político-culturales*: mientras en países como Brasil se incorporaban a la producción de telenovelas valiosos actores de teatro, directores de cine, prestigiosos escritores de izquierda, en otros países la televisión en general y la telenovela en particular eran rechazadas por los artistas y escritores como la más peligrosa de las trampas y el más degradante de los ámbitos profesionales. Poco a poco, sin embargo, la crisis del cine por un lado, y la superación de los extremismos ideológicos por otro, han ido incorporando a la televisión, sobre todo a través de la telenovela, a muchos artistas, escritores, actores que aportan temáticas y estilos por los que pasan dimensiones claves de la vida y las culturas nacionales.

En el momento de su mayor creatividad, la telenovela latinoamericana atestiguará las dinámicas internas de una identidad cultural plural. Pero será justamente esa heterogeneidad narrativa, que hacía visible la diversidad cultural de lo latinoamericano, la que la globalización esta reduciendo progresivamente. Paradójicamente el éxito de la telenovela, que fue el trampolín hacia su internacionalización, y que respondía a un movimiento de activación y reconocimiento de lo latinoamericano en los países de la región, va a marcar también, sin embargo, el inicio de un movimiento de uniformación de los formatos neutralizador de las señas de una identidad plural. En los últimos años la apertura del mercado mundial a las telenovelas latinoamericanas ha incorporado también la producción colombiana y argentina poniendo en evidencia el grado de desarrollo alcanzado por la empresas nacionales de televisión. Pero ello al costo de una *industrialización del melodrama* que acarrea el borramiento progresivo de las marcas de autor y

de las señas de identidad que se habían conseguido. La pregunta es entonces: será verdad que la globalización de los mercados significa la disolución de toda verdadera diferencia o su reducción a recetas de congelados folklorismos? O ese mismo mercado no está ya reclamando también exigentes procesos de experimentación e innovación que permitan insertar en los lenguajes de una sensibilidad mundializada la diversidad de narrativas, gestualidades e imaginarios en que se expresa la verdadera riqueza de nuestros pueblos?. Es lo que, desde Colombia, está sucediendo en los últimos años con la telenovela *Café* que, en un relato estéticamente innovador, traza los lazos que ligan la hacienda cafetera con la bolsa de Nueva York, los artesanales modos de su recolección con la tecnificada producción y comercialización de sus variedades, evidenciando la autonomía lograda por la mujer, los desplazamientos de la movilidad social tanto hacia arriba como hacia abajo, la legitimación del divorcio, etc.; y cuyo éxito en la mayoría de países de América Latina ha sido enorme. O con seriaditos que, como *Señora Isabel*, narra el coraje de un ama de casa que después de veinte años de casada se siente capaz de exigirle a la vida libertad y pasión develando las complicidades del machismo con el moralismo fin de siglo, y de la cual se hacen actualmente versiones "propias" en México y Venezuela.

Aunque cargada con pesados esquematismos narrativos y cómplice de mistificadoras inercias ideológicas, la telenovela hace sin embargo parte de los modernos dispositivos de recreación del imaginario latinoamericano. Un imaginario que remite, de un lado, a las transformaciones tecnoperceptivas que posibilitan a las mayorías una *peculiar interpenetración, o complicidad, de su oralidad cultural con la visualidad electrónica*³⁴, lo que asigna un lugar estratégico a las *industrias de la imagen* en los procesos de constitución de la identidad. Y de otro, ese imaginario remite a la larga experiencia del mercado, y en especial de las industrias audiovisuales, para captar, en la estructura repetitiva de la serie, las dimensiones ritualizadas de la vida cotidiana, y juntando el saber hacer cuentas con el arte de contar historias, conectar con las nuevas sensibilidades populares para revitalizar gastadas narrativas.

III. POR UN ESPACIO AUDIOVISUAL LATINOAMERICANO

"Entre el atrincheramiento fundamentalista y la homogenización 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(.) 'Lo latinoamericano' no es un destino revelado por la tierra ni por la sangre: fue muchas veces un proyecto frustrado; hoy es una tarea relativamente abierta y problemáticamente posible".

N.García Canclini

El *escenario audiovisual* de los años noventa en América Latina se muestra doblemente cargado de contradicciones: las que se originan en la convergencia de la aceleración de los cambios tecnológicos con la des-regulación de sus mercados que, a la vez que despotencian el valor de lo público, comportan serias des-ubicaciones en las formas de la propiedad; y las que se generan en la reconfiguración de la "identidad social" de los medios —especialmente de la televisión y el computador— sobre la que están incidiendo movimientos de conformación de nuevos modos de ciudadanía y nuevos espacios en la esfera pública. La integración cultural latinoamericana pasa decisivamente por las ambigüedades y dinámicas de ese escenario. Y sin embargo la presencia de las industrias audiovisuales en los acuerdos de integración subregional (TLC y MERCOSUR) es hasta ahora netamente marginal: "objeto de anexos o acuerdos paralelos"³⁵.

Comencemos por dilucidar esa paradoja. No es por falta de peso económico que se produce esa marginación, pues las industrias del audiovisual —cine, radio, discos, televisión (que incluye satélites, parabólicas, cable) telemática, video, videojuegos— están creciendo como ninguna otra área del mercado³⁶. Esto responde más bien a la complejidad de relaciones que

el mercado audiovisual plantea entre economía y cultura, entre los engañosos celos de los empresarios por "la" identidad de lo nacional y las heterogeneidades que moviliza lo regional.

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 exige una mínima puesta en común de decisiones políticas. En América Latina ese mínimo de políticas culturales comunes ha sido imposible de lograr hasta ahora. En primer lugar por las exigencias y presiones del patron neoliberal que ha acelerado el proceso de privatización del conjunto de las telecomunicaciones y desmontado las pocas normas que en algún modo regulaban la expansión de la propiedad. A lo que ahora asistimos es a la conformación y 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 el caso de la entrada de México³⁷ al TLC, entre EE. UU. y Canadá, fuera de unas limitaciones relativas al porcentaje de inversiones extranjeras en el sector audiovisual y una más "simbólica" que real cuota mínima de pantalla, las industrias culturales están excluidas del acuerdo. Tampoco en los acuerdos de Mercosur hay legislación sobre las industrias culturales: en los considerandos del Tratado de Asunción no se hace ninguna mención expresa a la cultura, y posteriormente las declaraciones de intención se han multiplicado en reunión.

Técnica en Brasilia, 1992, Especializada en Buenos Aires 1995, en una agenda de políticas culturales³⁸ orientada especialmente a la homologación de legislaciones, a la protección del patrimonio, a la constitución de redes de información y en general a la difusión de la "alta cultura". Así lo prueba el Protocolo de Integración cultural firmado en 1996, y el "Sello Mercosur cultural" que facilita los trámites aduaneros para la exhibición de artes plásticas, las ediciones cofinanciadas, las becas para jóvenes artistas o el programa de intercambio de escritores. Las industrias audiovisuales no parecen caber en ese "sello" pero mientras tanto aparece el Grupo Clarín, un conglomerado multimedia que se coloca en un tercer lugar del espacio audiovisual latinoamericano, detrás de Redeglobo y Televisa. Los objetivos directamente económicos—desarrollo de los mercados, aceleración de los flujos de capital—obturán 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 un mínimo las políticas sobre industrias culturales en los acuerdos subregionales de integración latinoamericana, estriba en el predominio de una concepción fundamentalista de la identidad nacional asociada a lo étnico—que por otra parte, como plantea García Canclini³⁹, se divorcia del pragmatismo radical que rige la inserción de nuestro países en los procesos de globalización económica y tecnológica—y una concepción de cultura estructuralmente asociada a lo patrimonial y a "lo culto". 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. Las grandes industrias culturales, por el contrario, a través de los medios masivos, están logrando penetrar la vida personal y familiar organizando el tiempo libre mediante la oferta a domicilio de entretenimiento y del manejo estratégico de información. Ancladas en una concepción básicamente preservacionista de la 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 en momentos en que la heterogeneidad y la multiculturalidad no pueden ser más vistas como un problema sino como la base de la renovación de la democracia. Y cuando el liberalismo al expandir la desregulación hasta el mundo de la cultura, está exigiendo a los Estados y los organismos internacionales la *reconstrucción de la esfera pública*. Lo que no podrá lograrse sin una concertación entre Estados, grandes empresas y grupos independientes—pequeñas empresas mediáticas, ONGs, asociaciones comunitarias—que permita salvaguardar y desarrollar intereses colectivos irremplazables.

Pero si del lado de los Estados la integración cultural sufre de los obstáculos que acabamos de enumerar, existen otras dinámicas que movilizan hacia la integración el escenario audiovisual latinoamericano. En primer lugar el desarrollo de *nuevos actores y formas de comunicación*: las radioemisoras y televisoras regionales (como las colombianas y mexicanas) municipales y comunitarias o los grupos de producción de video popular que constituyen, como afirma Roncagliolo "un espacio público en gestación" pues "representan un impulso

local, hacia arriba, que parece destinado a convivir con los medios globales. Tal convivencia constituye quizá la tendencia más clara de las industrias culturales 'de punta' en la región⁴⁰. Sin ser de los más avanzados en ese terreno Colombia cuenta ya con 546 emisoras de radio comunitaria y con cerca de 400 experiencias de televisión local y comunitaria. Todas ellas hacen parte de esas *redes de iniciativas informales* que, atravesando aldeas y barriadas ponen en relación las demandas locales con las ofertas globales, via antenas parabólicas por ejemplo. Y cuya "densidad social y cultural" debería tenerse en cuenta a la hora de pensar las posibilidades de integración regional⁴¹.

Otro ámbito a tener en cuenta son las brechas y contradicciones que fisuran las grandes máquinas de los conglomerados multimedia. Puesto que ya he hablado de la telenovela empezaré por 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 las posibilidades de apertura y contrastación informativas que ellas producen pues en su entrecruce de imágenes y palabras se deshacen y rehacen imaginarios que rebasan lo local y nos sitúan en un cierto espacio globalizado pero latinoamericano.

También entre las grandes industrias del rock pasan hoy movimientos de integración cultural nada despreciables. El movimiento del *rock latino* rompe con la mera escucha juvenil para despertar creativities insospechadas de mestizajes e hibridaciones: tanto de lo cultural con lo político como de las estéticas transnacionales con los sonos y ritmos más locales. De *Botellita de Jerez a Maldita Vecindad, Caifanes o Café Tacuba* en México, *Charly Garcia, Fito Paez* o los *Enanitos verdes y Fabulosos Cádillac* en Argentina, hasta *Estados Alterados y Aterciopelados* en Colombia. "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 Ruben Blades, las canciones de Mercedes Sosa y de la Nueva Trova Cubana, lugares desde donde se miran y se construyen los bordes de lo latinoamericano" afirma una joven investigadora colombiana⁴². Que se trata no de meros fenómenos locales/nacionales sino de *lo latinoamericano* como un lugar de pertenencia 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.

También la *industria del cine*, tanto en el ámbito de la producción como en la del consumo, muestra cambios nada previsibles hace diez años. Del lado de la producción, como anotábamos antes, la desaparición del cine nacional parecía inatajable: la destrucción neoliberal de las instituciones que desde el Estado apoyaban ese cine así lo aseguraba. Y sin embargo, en los últimos años, ya sea en forma explícita o velada, con menor capacidad económica pero con mayor capacidad de negociación con la industria televisiva e incluso con algunos conglomerados económicos multimediales, esas instituciones reaparecen en Brasil, Argentina, Colombia. De otro lado las coproducciones de países latinoamericanos con europeos va en aumento, apoyándose no sólo en el capital financiero sino también en la experiencia de las entidades cinematográficas de España, Francia o Italia para incorporar a la empresa privada en el sustento de una cinematografía disfrutable por la mayoría sin ser puramente comercial, esto es que conserva alguna capacidad de experimentar estéticamente y de expresar culturalmente. Pero en el ámbito en que el cine experimenta mayores cambios es en el de las formas de consumo. Al cierre acelerado de salas de cine —para dedicarlas a templos protestantes o parqueaderos— que vimos a fines de los años 80 e inicios de los 90 sucedió un fenómeno inesperado: la aparición de los conjuntos multisalas, que reducen drásticamente el número de sillas por sala pero multiplican la oferta de filmes. Y por el mismo tiempo la composición de los públicos habituales de cine también sufre un cambio notable: las generaciones más jóvenes —que devoran videoclips en la televisión— parecen estarse reencontrando con el cine en su "lugar de origen": las salas públicas. De un lado, las multisalas, ubicadas con frecuencia en centros comerciales, al ofrecer una infraestructura renovada de visión y audio además de seguridad y de ampliación de la oferta, y de otro el crecimiento del público joven, están quebrando la tendencia dominante al consumo de cine doméstico, en la televisión o la videocasetera doméstica. A lo que nos enfrentamos entonces es a una profunda diversificación de los públicos de cine, que conlleva cambios en los modos de ver cine y en los tipos de espectador⁴³. Todo ello ha reabierto las posibilidades de

demanda de "cine latinoamericano" como lo demuestra la asistencia creciente de público a ciclos que presentan ese cine, ya sea por países o del conjunto, y a no pocas películas mexicanas, cubanas o argentinas, que se mueven entre el cine de autor y el que sin ser para cinéfilos se denomina "buen cine". El problema más grave que atraviesa el cine en América Latina son los monopolios de la distribución y la circulación. No es buen cine el que escasea, lo que escasean son unas políticas mínimas de distribución que permitan la circulación del cine latinoamericano. Es absurdo que se pueda ver más cine latinoamericano en San Francisco, Lión o Barcelona, que en Bogotá, Caracas o Santiago.

De igual modo los problemas y las posibilidades de un espacio audiovisual latinoamericano pasan por unas políticas audiovisuales capaces de hacerse cargo de lo que los medios tienen de y hacen con la cultura cotidiana de la gente, y de implicar al sistema educativo en la transformación de las relaciones de la escuela con los nuevos lenguajes, los nuevos saberes y las nuevas escrituras audiovisuales e informáticas. Ello exige que esas políticas partan de y se centren no en declaraciones de intenciones sino en un serio reconocimiento de los problemas y en un análisis preciso de las posibilidades. Unas políticas no generalistas y dirigidas al abstracto público de las declaraciones de intención, sino diversificadas y dirigidas a los gobiernos y a los empresarios del sector audiovisual; a los usuarios y a las organizaciones sociales, a los profesionales del sector y a los investigadores, a los organismos internacionales y a las universidades. Unas políticas capaces de responder a preguntas como estas, formuladas ya a comienzos de los 90 en una reunión de consulta de la UNESCO en ciudad de México: "¿Queremos o no preservar y fortalecer los recursos humanos, tecnológicos y culturales del espacio audiovisual que hemos venido generando desde hace un siglo?. ¿Deseamos sostener e incrementar la capacidad productiva de nuestras propias imágenes o aceptamos convertimos colectivamente en meros transmisores de imágenes ajenas?. ¿Intentamos vernos en esos espejos socioculturales que constituyen nuestras pantallas o renunciamos a construir nuestra identidad, nuestra posibilidad de ser colectivo y reconocible?"⁴⁴.

NOTAS :

1. J. J. Brunner, *América Latina: cultura y modernidad*, p. 21, Grijalbo, México, 1992
2. M. Horkheimer y Th. W. Adorno, *Dialéctica de la ilustración*, Buenos Aires, Sur, 1971
3. E. Morin, *L'Esprit du temps*, Paris, Grasset, 1962
4. UNESCO, *Industrias culturales*, F. C. E. , México, 1982
5. M. Piccini, *La imagen del tejedor. Lenguajes y políticas de la comunicación*, ps. 40-41, G. Gili, México, 1988
6. Ver a ese propósito: J. Martín-Barbero, "Modernidad y massmediación en América Latina" en *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, G. Gili, México, 1997
7. M. Maffesoli, *El tiempo de las tribus*, p. 133 y ss. , Icaria, Barcelona, 1990
8. N. Lechner, *Los patios interiores de la democracia*, p. 99, Flacso, Santiago, 1990
9. A ese respecto: A. Flifisch y otros, *Problemas de la democracia y la política en América Latina*, Flacso, Santiago de Chile, 1988.
10. H. Sábato, "Pluralismo y nación", en *Punto de vista* N° 34, Buenos Aires, 1989
11. J. Keane, "Structural Transformations of the Public Sphere" in *The communication Review* , Vol. 1, N°1, ps. 1-22, University of California, 1995
12. R. Hughes, *La cultura de la queja*, ps. 95 y ss. Anagrama, Barcelona, 1994

13. N. Garcia Canclini, *Culturas híbridas*, p. 18, Grijalbo, México, 1990
14. O. Monguín, *Vers la troisième ville?*, p. 25 y ss. , Hachette, Paris, 1995
15. W. Ong, *Oralidad y escritura*, ps. 130 y ss. F. C. E, México, 1987
16. F. Giraldo y H. F. Lopez, "La metamorfosis de la modernidad" en *Colombia, el despertar de la modernidad*, p. 260, Foro, Bogotá, 1991
17. M. Mead, *Cultura y compromiso*, ps. 105-106, Granica, Barcelona, 1971
18. F. Cruz Kronfly, *La sombrilla planetaria*, p. 60, Bogotá, 1994
19. J. Saxe Fernandez, "Poder y desigualdad en la economía internacional," *Nueva sociedad*, N° 143, ps. 62 y ss. Caracas, 1996
20. J. Shutz, "Ciencia, tecnología e integración latinoamericana: un paso más allá del lugar común", *David y Goliath*, N°56, Buenos Aires, 1990
21. M. Castells y R. Laserna, "La nueva dependencia: cambio tecnológico y reestructuración socioeconómica en América Latina", *David y Goliath* N° 55, Buenos Aires, 1989
22. R. Ortiz, *Mundialización e cultura*, ps. 21 y ss. Brasiliense, Sao Paulo, 1994
23. N. Lechner, "La democratización en el contexto de una cultura postmoderna", en *Cultura política y democratización*, p. 253, Flacso, Santiago, 1987
24. Ph. Schlesinger, "La europeidad: un nuevo campo de batalla", *Estudios de culturas contemporáneas*, N°16-17, ps. 121-140, Colima, México; Dossier "FR3 regios: du local au transfrontier" in *Dossiers de l'audiovisuel*, N°33, Paris, 1990
25. J. Martín-Barbero, "Comunicación e imaginarios de la integración", *Inter-medios*, N°2, ps. 6-13, México, 1992
26. F. Reyes Mata, "Los medios locales y la integración", en *Integración y comunicación*, Turner, Madrid, 1990
27. G. Richeri, *La TV che conta. Televisione come impresa*, Baskerville, Bolgna, 1993; A. Silj (ed.), *La nuova televisione in Europa*, Fininvest, Milano, 1992
28. O. Getino (Comp.), *Cine latinoamericano, economía y nuevas tecnologías*, Legasa, Buenos Aires, 1989
29. O. Getino, *Introducción al espacio audiovisual latinoamericano*, INC, B. Aires, 1993
30. N. Garcia Canclini (Coord.), *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México*, Imcine/Conaculta, México, 1994
31. T. Varis, *International inventory of television programmes structure and the flow of the programmes between nations*, University of Tampere, 1973
32. G. Schneider-Madanés (Dir.), *L'Amérique Latine et ses télévisions. Du local au mondial*, Anthropos/Ina, Paris, 1995
33. D. Portales, *La dificultad de innovar. Un estudio sobre las empresas de televisión en América Latina*, Ilet, Santiago de Chile, 1988; R. Ortiz y otros, *Telenovela: historia e produção*, Brasiliense, Sao Paulo, 1985; J. Gonzalez, *Las vetas del encanto- Por los veneros de la producción mexicana de telenovelas*, Universidad de Colima, México, 1990; M. Coccato, "Apuntes para una historia de la telenovela venezolana", *Videoforum*, N°s 1, 2 y 3, Caracas, 1985.

34. J: Martín-Barbero, *Televisión y melodrama*, Tercer Mundo, Bogotá, 1992; del mismo autor: "Heredando el futuro", *Nomádas*, N°5, Bogotá, 1996
35. H. Galpering, "Las industrias culturales en los acuerdos de integración regional, *Comunicación y sociedad*, N°31, p. 12, Guadalajara, México
36. O. Getino, *La tercera mirada: panorama del audiovisual latinoamericano*, Paidós Buenos Aires, 1996; VV. AA., *Industria audiovisual*, N°22 de *Comunicacao e Sociedade*, Sao Paulo 1994; A. Entel y otros, *Las industrias culturales*, Felafacs/Opción; O. Getino, *El impacto del video en el espacio Latinoamericano*, IPAL, Lima, 1990
37. G. Guevara y N. García Canclini, *La educación y la cultura ante el tratado de libre comercio*, Nueva Imgen, México, 1992; N. García Canclini, "Políticas e integración norteamericana, una perspectiva desde México"; G. Yúdice, *El impacto cultural del Tratado de libre comercio norteamericano*; ambos textos en N. García Canclini (Coord.), *Culturas en Globalización. América L.-Europa, -Estados Unidos*, Nueva Sociedad, Caracas, 1996.
38. G. Recondo (Comp.), *Mercosur, La dimensión cultural de la integración*. Ciccus, Buenos Aires, 1997; H. Achugar/F. Bustamante, "Mercosur: intercambio cultural y perfiles de un imaginario", en *Culturas y globalización*, ya citado.
39. N. García Canclini, "Políticas culturales: de las identidades nacionales al espacio latinoamericano", trabajo presentado en el Seminario "Integración económica e industrias culturales en AL", SELA, UNESCO, Convenio Andrés Bello, Buenos Aires, 30-31 Julio, 1998.
40. R. Roncagliolo, "La integración audiovisual en América Latina: Estados, empresas y productores independientes", en *Culturas en globalización*, p.53, ya citado
41. G. Rey, "Integración y reacomodamientos de las industrias culturales", trabajo presentado en el Seminario "Integración económica e industrias culturales en A. L.", Buenos Aires, julio, 1998
42. A. Rueda, *Representaciones de lo latinoamericano: memoria, territorio y transnacionalidad en el videoclip del rock latino*, Tesis, Univalle, Cali, 1998
43. N. García Canclini, D. Holtz, A. R. Mantecon, "La ciudad de México: cinéfilos y videófilos" en *Los nuevos espectadores*, ya citado.
44. UNESCO, Encuentro regional sobre "Políticas audiovisuales en América Latina y el Caribe", México, 1991.