

Comunicación e identidad en América Latina

Las fronteras culturales

Philip Schlesinger/Nancy Morris

La rica producción intelectual latinoamericana sobre cuestiones de medios de comunicación social e identidad se ha pasado por alto en gran medida fuera de esta región. En este artículo se ponen de manifiesto las visiones de algunos de los teóricos latinoamericanos más eminentes sobre los temas de identidad, cultura y comunicación.

INTRODUCCIÓN

La identidad colectiva está en el fondo de todos los debates en la teoría cultural contemporánea (1). Aunque cada vez se discute más en todo el mundo la remodelación de la identidad cultural mediante procesos de comunicación, y se lee y analiza ampliamente la obra de los investigadores norteamericanos y europeos, los trabajos de sus colegas en otras partes no atraen la atención que merecen. Tal es el caso de Latinoamérica, cuya rica producción intelectual sobre cuestiones de medios de comunicación social e identidad se ha pasado por alto en gran medida fuera de esta región.

Nuestro objetivo en este documento es poner de manifiesto las visiones de algunos de los teóricos latinoamericanos más eminentes sobre los temas –relacionados entre sí– de identidad, cultura y comunicación, además de ofrecer un comentario sobre estos trabajos desde la perspectiva de los investigadores que trabajan en Europa y los Estados Unidos. Resulta de especial interés hasta qué punto el Estado se considera capaz o necesitado de regular cultura y comunicación.

Comenzamos con un sucinto bosquejo del contexto de la investigación latinoamericana reciente sobre estos temas, indicando cómo continúa en pugna con el legado de las teorías de la dependencia y las hipótesis racionalistas acerca del papel de la intervención del Estado en el dominio de la cultura. La influencia en nuestros días de las inquietudes culturales posmodernas, posnacionales y globales sobre el pensamiento latinoamericano es innegable y lo ha marcado profundamente en la pasada década. A continuación, estudiamos recientes trabajos de Jesús Martín-Barbero, Néstor García Canclini y Renato Ortiz, investigadores latinoamericanos que se fajan con las consecuencias teóricas de la descentralización del Estado nacional y la crisis, más amplia, de cultura política que ésta ha engendrado. Finalmente, dado que la experiencia europea en el campo del audiovisual se invoca en ocasiones como contrapunto positivo a la latinoamericana, examinamos brevemente algunas disyuntivas clave relativas a la comunicación y la cultura en el proceso de formación de la Unión Europea (UE). Lo anterior parece apropiado por dos razones: en primer lugar, Europa (y en especial la teoría europea) es un punto clave de referencia para muchos investigadores latinoamericanos; en segundo lugar, nuestro pensamiento está en gran medida conformado por nuestra propia situación en Europa –aunque esta sea considerablemente periférica desde el punto de vista geográfico–. Proximidad y distancia pueden prestar distintos grados de encanto (o desencanto) a la dimensión cultural del proyecto europeo.

LATINOAMÉRICA

Las Historias de los países de Latinoamérica, definidos aquí como las veinte antiguas colonias españolas y portuguesas de las Américas y el Caribe, han sido turbulentas desde su independencia de sus respectivas potencias coloniales, la cual, en la mayoría de los casos, se produjo a principios del siglo XIX. En el siglo XX, los regímenes autocráticos dieron lugar a intentos de democracia limitada seguidos de pronunciamientos entre los años 60 y los 80, cuando la mayoría de los países de la región fluctuaron entre dictaduras militares y sistemas políticos democráticos. En la actualidad, con la excepción de Cuba, todos los países latinoamericanos poseen gobiernos salidos de las urnas, aunque algunos de ellos, como Colombia, México y Perú, son un tanto precarios y están bajo amenaza interna. En toda Latinoamérica, la relación entre los Estados y los medios han variado desde el mutuo apoyo hasta el enfrentamiento ideológico y el total control gubernamental de los medios bajo ciertos regímenes autoritarios. Hoy, los medios son propiedad privada en la mayoría de los casos y se rigen por el libre mercado (Fox, 1996: 184). Social y económicamente, la región se caracteriza por enormes discrepancias en la distribución de la riqueza y por sus continuos esfuerzos para modernizar su infraestructura, mejorar sus niveles de vida y promover el desarrollo económico.

Al igual que sus colegas de otros lugares, a los investigadores latinoamericanos les preocupa el papel de los medios, el Estado y la cultura popular en la sociedad; la relación mutua de cada uno de estos factores y el proceso de formación de la identidad, así como la relación de todos ellos con las fuerzas de globalización y desterritorialización. Estos temas se han elaborado en un campo intelectual conformado por condiciones específicas de Latinoamérica: el continuado *status* de Tercer Mundo de la región, la historia latinoamericana de inestabilidad política y gobiernos autoritarios, y su heterogeneidad social, en especial la mezcla de herencia española e india descrita por el término *mestizaje*. En muchas investigaciones se reitera un aspecto: la búsqueda de medios y sistemas adecuados para la tarea de analizar la sociedad contemporánea teniendo en cuenta las peculiaridades de lo latinoamericano. El más importante de tales sistemas ha sido el modelo de dependencia del análisis político, económico e histórico, el cual ha influido poderosamente sobre el discurso intelectual latinoamericano de los tres últimos decenios.

La inquietud acerca de los procesos y resultados de los esfuerzos de modernización engendró el sistema de dependencia, importante y original contribución de los investigadores latinoamericanos. Este modelo, surgido en los sesenta, postulaba que el subdesarrollo no era debido al fracaso de las economías estatales de los países, sino al entrelazado sistema económico global. Los países desarrollados centrales no se lucran simplemente explotando a los periféricos, el capitalismo industrial empuja a los países no industrializados a una continua y subordinada posición de dependencia (Cardoso y Faletto, 1979: xxii).

En lo que respecta a los medios de comunicación social y la cultura, el planteamiento de dependencia concluía que los sistemas de comunicación estaban condicionados por los intereses norteamericanos de comunicación y que tal dominio era, finalmente, destructivo para las culturas e identidades locales (Beltrán, 1976: 127). Esta crítica al imperialismo cultural, ahora familiar, alcanzó importancia en Latinoamérica a principios de los setenta. El argumento del imperialismo cultural sostenía que los productos mediáticos importados (normalmente de los Estados Unidos) contenían ideas conducentes al declive de los estilos de vida y valores tradicionales. Un argumento de este tipo subyace en el estudio de Mattelart y Dorfman, precursor en su género, sobre las historietas de Disney, *Para leer al pato Donald*:

¿Por qué Disney es una amenaza?...Porque este producto de Disneylandia...es importado, junto con tantos otros objetos de consumo al país dependiente...Importando un producto... importamos también las formas culturales de esa sociedad. (1972: 155-6).

El punto de vista de que las formas culturales importadas debilitan el sentido propio de un país y erosionan su identidad nacional no es exclusivo de Latinoamérica o de los países en vías de desarrollo. Durante años, Francia ha sido el paladín de este pensamiento. El finado presidente Mitterrand afirmaba "el derecho de cada país a crear sus propias imágenes", sosteniendo que "una sociedad que abandona los medios de representarse a sí misma tarda poco en ser avasallada" (cita. en Goodell, 1994: 26). Este comentario, hecho en relación con el debate de si incluir o no los productos audiovisuales en el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), indica que las variantes del argumento del imperialismo cultural han continuado formulándose hasta el presente, tanto en Latinoamérica como en otros lugares. Últimamente, sin embargo, estos argumentos han sido en cierta medida desplazados por la noción de globalización, término al que algunos reconocen que "sugiere que la interconexión e interdependencia de todas las zonas globales ocurre de forma mucho menos premeditada que el control intencionado atribuido al imperialismo" (Tomlinson, 1991: 175).

¿HACIA UN NUEVO ORDEN MUNDIAL DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN?

En la década de los setenta, la perspectiva del imperialismo cultural apoyaba una creciente percepción en el Tercer Mundo de los desequilibrios de los noticiarios internacionales y de los flujos mediáticos mundiales. En Latinoamérica, "la primera región del Tercer Mundo en identificar como conjunto ciertos problemas en sus sistemas de medios nacionales" (Fox, 1988: 6), se reunieron en 1976, auspiciados por la UNESCO, representantes de 20 países para estudiar los asuntos relativos a las políticas de comunicación. Estos representantes pidieron un flujo internacional más equitativo de productos mediáticos y recomendaron la democratización del acceso a los medios, la protección de la libertad de expresión y el uso de los medios de comunicación social para apoyar el desarrollo nacional (Fox, 1988: 6-7). Aunque, en última instancia, estas recomendaciones han tenido escaso eco en la política gubernamental, establecieron el foro para ulteriores conferencias multilaterales sobre estos asuntos.

La Comisión internacional para el estudio de los problemas de comunicación, patrocinada por la UNESCO y conocida como Comisión MacBride —en honor de su presidente, el irlandés Sean MacBride— se reunió en 1977. Este grupo estuvo dos años examinando cuestiones relativas al

desfase de comunicación entre los mundos desarrollado y en vías de desarrollo. La preocupación de que la mayoría de los países en desarrollo fuesen meros receptores pasivos de noticias y entretenimiento procedentes del mundo desarrollado inspiró las demandas de crear un nuevo orden de comunicación e información más justo y eficaz, comúnmente abreviado en las siglas inglesas como NWICO (*New World Information and Communication Order*) (International Commission for the Study of Communications Problems 1980: 39).

Los flujos de comunicación han cambiado desde el informe de la Comisión MacBride. En Latinoamérica, Brasil y México han establecido fuertes sectores audiovisuales. Ambos países se han convertido en afortunados exportadores de productos mediáticos –en especial la particular versión de los seriales o *soap operas* llamadas telenovelas– a otros países de Latinoamérica y otros lugares y, en el caso de México, al mercado hispanohablante de los Estados Unidos. No obstante, incluso en los países latinoamericanos con activas industrias mediáticas persiste un gigantesco desequilibrio entre importación y exportación. México importa aún mucho más de su programación que los EEUU –aproximadamente un 30 por ciento en el caso de México y un 2 por ciento los Estados Unidos. Enrique E. Sánchez Ruiz ha sugerido que, por lo tanto, no hay una seria ruptura del patrón mexicano establecido de desarrollo dependiente-asociado bajo el imperio de los Estados Unidos: "el patrón de interdependencia era y continúa siendo asimétrico, con lo que en definitiva es un patrón de dominio, aun cuando no exista necesariamente una voluntad de dominar" (Sánchez Ruiz, 1994: 73).

POLÍTICAS NACIONALES DE COMUNICACIÓN

Un aspecto de la resistencia de los políticos e intelectuales latinoamericanos a la dependencia del imperialismo cultural fue la defensa de políticas nacionales de comunicación concebidas para contrarrestar el dominio de la cultura norteamericana. Los argumentos de tales políticas, especialmente prominentes en los setenta, se basaban en dos hipótesis clave: en primer lugar, que es posible aplicar una política de actuación racional en el terreno cultural; en segundo lugar, que la producción cultural regional o nacional tendrá un efecto integrador sobre las sociedades que la consuman.

Aunque aún se encuentran exponentes de esta perspectiva, tales argumentos han ido pasando de moda y perdiendo persuasión a medida que se ha ido reajustando el papel del Estado nacional y su capacidad para ejercer el poder en el contexto de una economía global, de bloques de comercio transnacionales y estructuras de alianza política. Los análisis de política de comunicación en Latinoamérica, al igual que en Europa, han estado cada vez más influidos por el contexto transformador de la transnacionalización o globalización. No obstante, persiste la línea de argumento de la política nacional de comunicación, lo que ofrece una vara con la que medir los recientes cambios de pensamiento.

Según parece, los partidarios de un planteamiento intervencionista deben por fuerza intentar la negociación con las nuevas realidades y comprobar qué queda después del planteamiento racionalista del análisis de políticas. Varios trabajos recientes muestran con claridad –aunque con intensidades distintas– el alcance y límites del pensamiento involucrado. El Tratado Norteamericano de Libre Comercio (NAFTA) establecido en 1993 entre Estados Unidos, Canadá y México ha sensibilizado a los investigadores mexicanos sobre el posible impacto cultural de una zona de libre comercio. Javier Esteinou Madrid, preocupado por cómo la "fase de integración mundial" de la economía global afectará a la posición de México en un mercado global, da a esto una interpretación más bien apocalíptica. Para él, el Estado ofrece un débil instrumento de control sobre la identidad y cultura nacionales (1993: 78). El nuevo modelo de consumo –argumenta– exige medios electrónicos para crear nuevas condiciones subjetivas: en efecto, la televisión se concibe como una máquina para producir un individualismo orientado al mercado. Desde el punto de vista nacionalista y estatista –afirma Esteinou– México se enfrenta a una "conquista espiritual colectiva" en la que las nuevas mercancías que vienen de fuera equivalen a las lentejuelas y abalorios traídos por los conquistadores españoles hace cinco siglos con el ánimo de cambiar baratijas por nuestros metales preciosos" (1993: 80).

México, según Esteinou, está experimentando una segunda "evangelización comercial de nuestra identidad" a través del GATT y del NAFTA. Por lo tanto, el Estado ha de intervenir mediante una "política racional" de televisión; se precisa una política de comunicación nacionalista para oponerse al impacto fragmentador del medio. La concepción de la televisión es instrumental; se considera como un educador colectivo que necesita promover "el conocimiento de la gente en lo que respecta a los problemas a los que nos enfrentamos como sociedad". Esto, a su vez, conducirá a una "amplia cultura para la supervivencia nacional", opuesta a concepciones culturales elitistas (1993: 82). La comunicación se considera así como

parte de una nueva política cultural, esencial para la supervivencia nacional, análoga al control de los recursos naturales e industrias estratégicas de la nación:

En la actualidad, con el proceso de apertura de las fronteras culturales del país mediante las nuevas tecnologías de la información, para que el Estado mantenga su soberanía ideológica debe elevar la actividad cultural, la identidad nacional y sus instrumentos de difusión colectiva, tales como los medios de comunicación social, al rango de campos estratégicos. (Esteinou Madrid, 1993: 85).

El investigador peruano Rafael Roncagliolo describe el cambiante escenario de las comunicaciones globales en forma muy similar aunque con una respuesta ligeramente más flexible. En su opinión, política, economía y cultura necesitan un replanteamiento; el Estado nacional, continente clásico de poder en estos diferentes dominios, se enfrenta a un profundo desafío.

En la esfera política, el proceso de transnacionalización se caracteriza por la capacidad de las entidades transnacionales para reducir la autonomía de los Estados, tanto centrales como periféricos. En el ámbito económico, esta etapa se caracteriza por una organización global, en lugar de nacional, de las actividades productivas. En lo cultural, este mismo proceso conduce a lo que McLuhan llama "la aldea global" –una comunidad global de receptores nacidos de la expansión centralizada del mercado mundial de servicios y bienes de la información (Roncagliolo 1994: 272).

Por lo tanto, para Roncagliolo, es la transnacionalización lo que recontextualiza las políticas nacionales de comunicación y define la agenda en la que investigación y análisis han de "dialogar con los Estados" (1994: 270-271). Repasando la historia de la investigación latinoamericana este investigador concluye que los intentos anteriores de formular políticas nacionales de comunicación y los esfuerzos para luchar "contra el colonialismo de la información" no dieron resultado y sugiere que, a despecho de pasados fracasos no ha desaparecido la necesidad de la intervención estatal. "En la actualidad, el problema de las políticas nacionales de comunicación es en Latinoamérica más acuciante que nunca... simplemente porque el desarrollo de nuevas tecnologías ha creado una nueva situación y un desafío que los Estados (y el sector privado) no pueden pasar por alto" (1994: 270). Se exige ahora un nuevo realismo: por ejemplo, es equivocado suponer que las nuevas tecnologías son meramente opresoras, en lugar de reconocerles posibilidades progresistas.

El argumento se centra sobre cómo la producción de los medios puede relacionarse con la integración cultural y actuar como contrapeso de las importaciones; junto con la producción audiovisual para mantener la identidad cultural en el ámbito nacional, en Latinoamérica debe haber también intercambios regionales, "los cuales abaratarían los costes de producción en la región, en favor de una integración latinoamericana pluralista y auténtica" (1994: 274). Se trata de un argumento regionalista, a la par que nacionalista, suponiendo, por supuesto, que no exista oposición entre los intereses propios de estos ámbitos.

Al igual que en Europa y otros lugares, los que propugnan un papel continuista de la intervención del Estado nacional en los campos de la política cultural y de medios, han tenido que enfrentarse a un ascendente neoliberalismo. Esta salida revisionista del argumento de dependencia se ha presentado de modo bastante explícito, por ejemplo, en el trabajo del investigador brasileño José Marques de Melo, el cual ha señalado el papel representado por países como Brasil y México como importantes exportadores de telenovelas y música. Para Marques de Melo, una de las consecuencias de la dictadura militar en Brasil, y de los derechos especiales que otorgó a la cadena de televisión Globo a cambio de su cooperación en esta etapa, fue que ello permitió a la televisión crear una conciencia de lo brasileño (1995: 320). El crecimiento logrado en estas condiciones ha permitido a los exportadores brasileños desarrollar mercados exteriores, aunque se reconoce que las exportaciones han contribuido relativamente poco a los beneficios de Globo.

Bajo este argumento de mercado hay un nacionalismo indudable. Marques de Melo escribe con evulción orgullo de la emulación de la producción brasileña y del mercado internacional latinoamericano para escritores y adaptadores de guiones. La intervención del mercado, y no la del Estado, se considera como auspiciadora de la visión de Sean MacBride en cuanto a un orden mundial más justo de la información y la cultura. No obstante, es discutible cierta forma de estatismo, que tanto en Brasil como México implica una manipulación del mercado, que ha permitido el crecimiento de los gigantes mediáticos, alentando la dominación de Globo y Televisa (Sinclair, 1986; Mattelart y Mattelart, 1987).

En otro artículo, Marques de Melo, de modo totalmente consciente, reajusta los términos del informe MacBride argumentando que el final de la Guerra Fría exige un replanteamiento de los objetivos del NWICO en un nuevo contexto democrático. En su opinión, el NWICO no ha llegado a implantarse seriamente en Latinoamérica debido a su obsesión estatista respecto a la radiodifusión de servicio público y los modelos de Europa oriental. Existió un fracaso concomitante en cuanto al reconocimiento de la creciente pujanza de la producción nacional, una fijación con lo popular y un desfase entre los estudios de los intelectuales de la universidad y las necesidades de la industria. Desde esta perspectiva, la entrada en el mercado internacional de negocios tales como Globo y Televisa, y su relativo éxito, se considera como una realización de los objetivos del informe MacBride (Marques de Melo 1992: 118). Como Mitchael y Einsiedel han comentado, "es irónico ver a las empresas autóctonas del sector privado junto a las redes públicas y de comunales promoviendo la visión de MacBride de un flujo mediático internacional más equitativo" (1995: 297).

Es precisamente este aprovechamiento positivo de la apertura del mercado lo que esforzadamente combate Roncagliolo (1995). Para él, esto representa la integración en la economía global, pero sin defensas. También persigue este investigador relativizar el argumento nacionalista señalando que los países latinoamericanos dominantes en la exportación –Brasil y México– constituyen excepciones. Indica Roncagliolo que ahora hay nuevos exportadores, en especial Argentina y Venezuela, pero que la mayoría de los países latinoamericanos continúan siendo importadores netos de bienes culturales. En suma –manifiesta– "todos los países de Latinoamérica son dependientes, pero algunos son más dependientes que otros" (1995: 338). En su opinión aún no ha tenido éxito en Latinoamérica una forma distintiva de integración; la mezcla televisiva está dominada por empresas privadas, con radiodifusión pública y estatal en sus márgenes, y aún hay allí una seria carencia de producción nacional. Todo campo público emergente –afirma– tendrá que surgir de abajo, en el nivel de la producción local y comunal (1995: 341-342).

En el trabajo de Armand Mattelart (1994) se halla un rechazo similar a aceptar el apartamiento de las estructuras clave del poder mediático y cultural. Mattelart sostiene que una de las consecuencias conceptuales del pensamiento en términos de globalización es la eliminación de la diferencia. Para él, la asunción de la libertad de expresión (encarnada al menos en algunas formas de *hibridad* –concebida como nuevas combinaciones de elementos culturales, autoexpresivas) es meramente la libertad de expresión comercial. El mercado libre está ligado al populismo, que es –según sostiene este investigador– la base de una teoría de la audiencia activa que en sus versiones más radicales tiende a igualar la adquisición de poder con el propio consumo; tales planteamientos tienden a dejar a un lado cuestiones de subordinación cultural. Las posturas de Roncagliolo y Mattelart son en muchos aspectos similares a la de Beatriz Sarlo. La suya podría ser tildada de populismo auténtico, en la que el ejercicio de la libertad de elección tiene lugar justo en la base:

Es importante que, si la hibridación es efectivamente un modo de construcción cultural, los materiales que entren en su caldera puedan ser elegidos de la manera más libre que sea posible, más igualitaria desde el punto de vista institucional y económico. (Sarlo, 1994: 132) (2).

Esta perspectiva reconoce, en algún sentido, la existencia de la *hibridación*. No obstante, también exige que apreciemos las dimensiones de poder de las formaciones culturales, las determinaciones que estructuran y están incluidas en las formas culturales. Es decir, la hibridad ha pasado desde el dominio de la libertad al de la necesidad.

Este argumento está claramente articulado en el trabajo del sociólogo de la cultura mexicano Jorge González, que parte de una crítica del supuesto racionalismo de la política de actuación cultural, el cual él considera basado en el método de prueba y desacierto y en una ratificación posterior que responde a las presiones en atención de intereses en competencia. Su investigación está animada por un doble deseo. En primer lugar, desea probar y demostrar la validez de una sociología cultural reflexiva, inspirada en gran medida en el trabajo de Pierre Bourdieu, en el cual la objetivación de las dimensiones de la cultura está emparejada con el reconocimiento de la subjetividad de la acción y el significado. En segundo término, como rechazo consciente de la investigación social orientada hacia el cliente, apunta a añadir un conocimiento sistemático de la oferta cultural disponible en México e investigar cómo se llega a ésta desde diversos ámbitos y cómo se utiliza en los diversos grupos sociales. Más recientemente, el autor ha vinculado expresamente este proyecto a un fin de interés general: apoyar la autonomía nacional:

Colaborar al reforzamiento de una cultura de la información, como recurso estratégico para el crecimiento y un desarrollo más independiente y autónomo de México, es sin duda el telón de esta empresa". (González, 1995: 157).

Se considera que un conocimiento fidedigno para realizar una "cartografía de los recursos culturales" es la base de una intervención política creíble. Este proyecto se lleva a término resueltamente dentro de un marco nacional de referencia, no en uno latinoamericano. A este respecto, el trabajo de este investigador va en una dirección completamente opuesta de las de otros teóricos aquí estudiados, que han considerado lo nacional un marco de análisis cuestionable.

No obstante, al igual que ellos, González concibe la cultura como objeto de disputa, sujeta a las relaciones de poder. Sostiene que las prácticas culturales que están en la raíz del consumo, especialmente aquellas que se producen en el ambiente familiar –aunque también aquellas difundidas por una serie de instituciones– son "siempre de situación y funcionan ligadas a la memoria" (1994: 15). La familia y su gobierno a través de la genealogía y la memoria se convierte en el foco de un encuentro con los bienes culturales más esenciales, es decir, aquellos suministrados por las instituciones religiosas, educativas, de bienestar, artes y medios de comunicación social. En este trabajo se estudian también los lugares públicos de consumo de alimentos, compra de provisiones y esparcimiento.

Lo anterior se apoya en los estudios anteriores de González (1987; 1993), en los que la metáfora de la navegación cultural tiene gran importancia. En este terreno, está interesado en cómo las diferentes formas y lugares de la cultura, tales como santuarios, ferias regionales y telenovelas, han sido consumidas de diversa forma y atacadas por diferentes grupos sociales. El interés de González acerca de las estratificaciones e interacciones del consumo le han llevado lejos del modelo de hibridación y le acercan a una sociología de gustos y usos colectivos, diferenciada estructuralmente, alejada de los cantos de sirena del posmodernismo. Su reciente formulación de una cartografía cultural longitudinal está firmemente enraizada en relaciones derivadas históricamente del poder (1995: 142). Indudablemente, esto constituye una vuelta hacia la estructura y la sistemática.

MEDIOS Y CULTURA POPULAR

Muchos analistas latinoamericanos siguen advirtiendo de los peligros del dominio de los medios y la homogeneización cultural; a ellos se han unido otros investigadores que ponen de relieve cómo la cultura popular burla el poder de las industrias mediáticas internacionales y da cauce a demandas e intereses populares. En tanto que esta importante corriente revisionista del análisis cultural en Latinoamérica reconoce que los países de esta región importan la mayoría de sus películas y gran parte de su programación televisiva de los Estados Unidos, y que la cultura global está profundamente imbricada en la vida cotidiana, se ha producido un giro de gran trascendencia en los argumentos.

En muchas sociedades, los numerosos canales alternativos de expresión que no están controlados por las transnacionales ni por el Estado incluyen actividades como reuniones vecinales, altavoces a bordo de vehículos y fotocopias y cuadernillos informativos (*newsletters*). Tales canales de comunicación han sido especialmente importantes en la reciente historia de Latinoamérica, ofreciendo salidas a la creatividad popular, por no mencionar la resistencia durante las etapas dictatoriales represivas. El florecimiento de medios alternativos fue una importante consecuencia de la censura impuesta por los regímenes militares a los principales medios de comunicación (Fox, 1988: 182). La importancia de tales medios a pequeña escala ha llevado a los analistas latinoamericanos a valorar de nuevo la relación entre medios de comunicación social e identidad.

Dos movimientos cruciales han conformado el análisis de los medios, el Estado y la cultura popular. En primer lugar, se ha producido una amplia reevaluación del papel de la cultura popular en la formación de la identidad, la cual implica profundas consecuencias para el pensamiento por medio de las relaciones entre pueblo y Estado nacional en Latinoamérica. En segundo término, el mismo papel del Estado nacional como ejemplo de soberanía política y cultural se enfrenta a un amplio desafío, el cual ha dejado sin responder algunas preguntas acerca del ámbito y ejercicio del poder cultural.

Como se desprende de lo dicho, ha habido una continua preocupación acerca de que la identidad latinoamericana estaba siendo sofocada por los medios comerciales de los Estados Unidos y otros productos (Morris, 1995, cap. 6 para el caso de Puerto Rico). Normalmente, en este estilo de argumento, se supone que sabemos lo que es la identidad nacional –no se trata como algo problemático– y también normalmente se sostiene que es objeto de efectos negativos.

El intento de aclarar las cuestiones de identidad con un grado mucho mayor de refinamiento que el modelo simplista propio de cierto pensamiento de dependencia es característico del compromiso subyacente en los analistas culturales que estudiamos. Este desarrollo conceptual de teorías de identidad se emprende como parte de una nueva estimación radical de los persistentes argumentos sobre la dependencia cultural latinoamericana en el contexto de la hegemonía global norteamericana. La identidad no es meramente un objeto afectado por fuerzas externas, sino que ha sido repensado como un campo de actuación complejo.

El argumento que se desarrolla acerca del hibridismo de las identidades latinoamericanas forma parte –según algunos sostendrían– de un acercamiento a la teoría posmodernista en Latinoamérica. Por ejemplo, Beverley y Oviedo, en su introducción a una reciente antología, han estudiado la emergencia de una variante regional del posmodernismo –por más que en Europa hay muchas– como resultado de crisis de los proyectos nacionalistas y de reformismo izquierdista. La clásica preocupación marxista con el papel dominante de la ideología y las estructuras de sostenimiento del imperialismo cultural se considera anticuada, lo que lleva a la consecuencia de que debemos aceptar "el desafío de la cultura de masas y de los medios de comunicación social en lugar de considerarlos simplemente como escenarios de producción de falso conocimiento" (Beverley y Oviedo, 1993: 12). Lo anterior es inseparable de la pregonada sustitución del pensamiento de dependencia en muchas partes.

DE LA HEGEMONÍA A LA MEDIACIÓN

El libro de Jesús Martín-Barbero *De los medios a las mediaciones* (1987; traducción al inglés, *Communication, Culture and Hegemony: From the Media to Mediations*, 1993a) ha sido el punto de referencia de un importante desplazamiento de foco en la investigación cultural latinoamericana. Su mensaje político subyacente es que existen olvidados métodos de participación en la vida cotidiana y que tales formas de acción ofrecen puertas de entrada a la cultura dominante y la estructura del poder, subvirtiéndola si es preciso, y destinándola a otros usos.

Martín-Barbero ha señalado una ruptura con las inquietudes acerca de la homogeneización de la cultura debido a su transnacionalización, y expresa dudas sobre las propias categorías de nación y Estado, inquiriendo si el centrarse sobre la política de actuación pública era el mejor medio para comprender el funcionamiento de la cultura popular. Martín-Barbero ofrece una amplia concepción de la comunicación, que va mucho más allá de lo que concierne a los medios en sí mismos hasta la propuesta de que la mediación se convierta en una categoría esencial para el análisis. Esto acarrea el estudiar cómo se negocia la cultura y de qué modo es objeto de transacciones en una serie de contextos, entre ellos el cine, la prensa popular, la televisión, la radio, el circo, las actuaciones musicales y otros muchos. Martín-Barbero sugiere que la naturaleza sincrética de las prácticas populares es de gran importancia en Latinoamérica. Tales prácticas contribuyen tanto a preservar las identidades culturales como a adaptarlas a las modernas demandas. En el fondo, por lo tanto, el interés por las mediaciones es un discurso sobre la formación de identidades.

Los trabajos posteriores de Martín-Barbero han partido de las posturas reflejadas en su libro. Muchos de ellos continúan siendo sugerentes e hipotéticos, una provocación para ulteriores análisis e investigaciones, más que firmemente concluyentes. Pueblan el terreno conceptual con una terminología característica: se abandona la ideología dominante y entran en escena las identidades transnacionales y la ciudadanía cultural. Se proponen cuestiones (si no se resuelven) relativas a los distintos medios y sus cometidos característicos en la constitución de identidad, el papel del Estado nacional y lo que queda de las ideas dominantes de la comunidad política y la soberanía cultural. Una consecuencia de este análisis de los procesos de formación de la identidad cultural es que "la industria cultural, produciendo nuevos híbridos resultantes de la desaparición de fronteras entre la cultura popular y la elitista, entre lo tradicional y lo moderno, lo nacional y lo extranjero, está reorganizando las identidades colectivas y las formas de diferenciación simbólica" (1993a: 26).

Recientemente, en una serie de artículos, Martín-Barbero (p.ej. 1993b, 1993/4) ha profundizado más en un terreno ahora familiar: ha argumentado que necesitamos pensar acerca de la identidad cultural latinoamericana en relación con la cultura popular, y que esta cultura ha modificado profundamente las formas de expresión de la cultura de masas. En una formulación esclarecedora, sugiere que "la comprensión del proceso de comunicación de masas implica reconocer la rearticulación de las fronteras simbólicas y cómo estas nuevas fronteras confirman el valor y poder de las identidades colectivas" (1993b: 26). Por supuesto, esta perspectiva meramente abre la cuestión de cómo se relacionan colectividades y medios, en lugar de decirnos cómo se realizan realmente los cambios.

Martín-Barbero identifica la comunicación de masas como el ámbito crucial de discursos en pugna, el cual, para la izquierda "incluye la punta de lanza del imperialismo y la pérdida de la identidad nacional" y para la derecha "es el mayor ejemplo de decadencia y degradación moral" (1993b: 25). Asimismo argumenta este investigador contra un punto de vista mediocéntrico, y sugiere que los procesos de comunicación deben abordarse desde la base de los movimientos sociales en lugar de partir de supuestos acerca del poder de los medios. En suma, los significados no se descodifican simplemente de acuerdo con las intenciones de la cultura dominante (3).

En el campo de la cultura popular, la música se percibe como una forma clave de expresión, que ha emigrado y se ha re combinado. Martín-Barbero destaca también el importante papel de la radio como sostén del sentido cotidiano de las clases populares en la sociedad urbana (1993b: 22) (4). La televisión es un medio íntimamente ligado –en especial a través de la telenovela– con "las vidas, temores y esperanzas de la gente" (1993b: 22).

Un nuevo tema –que como se verá despierta ecos en todas partes de la teoría cultural norteamericana contemporánea– tiene que ver con lo que se llama memorias desterritorializadas; esto es, la producción de culturas y subculturas ligadas a los mercados mediáticos comerciales de carácter transnacional. Se hace aquí una distinción entre culturas escritas, unidas directamente a las lenguas y por tanto al territorio y "las culturas de las imágenes y música de televisión y vídeo", las cuales producen nuevas comunidades culturales difíciles de comparar o comprender en relación con un territorio dado. Se trata no sólo de nuevas culturas, sino esencialmente culturas de la juventud, tachadas con frecuencia de antinacionales porque no tienen raíces en un territorio determinado. Sin embargo, no son tanto antinacionales como una nueva forma de percibir la identidad. Son identidades con ámbitos temporales más cortos y precarios, con una flexibilidad que les permite aglutinar ingredientes de diferentes mundos culturales. (1993b: 27) (5).

Lo anterior pone sobre el tapete algunas cuestiones vitales acerca de la sostenibilidad y significado de tales comunidades transnacionales apoyadas en la cultura juvenil –en oposición, digamos, a las comunidades étnicas transnacionales. Sin embargo, es evidente la ruptura con la problemática de una hegemonía cultural impuesta desde fuera. La transnacionalización se considera como un factor de dislocación, no de homogeneización de culturas, y en este contexto es difícil ver cómo se puede imponer una identidad colectiva dominante en el ámbito nacional por medio de medidas políticas públicas adoptadas por el Estado.

En su último trabajo, Martín-Barbero (1993/4) cuestiona de raíz la capacidad de acción del Estado para realizar cualquier medida de control importante en el terreno de la comunicación. El investigador argumenta que las nuevas tecnologías de los medios son esenciales para lograr un nuevo modelo social y que la modernización de Latinoamérica necesita ser entendida en sus propios términos en lugar de verse a través del prisma de otras experiencias, como la europea (6).

En esta versión de la modernidad, con nuevas formas de sociabilidad y sensibilidad, los medios, especialmente la televisión, ofrecen "cierta visión global de la ciudad y la sociedad, haciéndolas comprensibles y, hasta cierto punto, *racionales* para un público fragmentado"(1993/4: 43, en cursiva en el original). No obstante, la cultura contemporánea de los medios es ahistórica y discontinua, aspecto que, potencialmente, tiene profundas consecuencias para el sentido que una sociedad tiene sobre sí misma.

Martín-Barbero invita asimismo a una reflexión sobre los viejos modelos de cultura política, en la que "las necesidades de comunicación deben concebirse como un espacio decisivo para redefinir lo público y construir la democracia" (1993/4: 44). En una etapa anterior de modernización –observa este autor– los medios "fueron decisivos para formar y difundir la identidad y sentimiento nacionales" (1993/4: 44). Las economías nacionales entraron entonces en el mercado internacional y el proyecto político de formar un "sentimiento nacional" fue asumido especialmente por la radio, que actuó como mediadora entre el Estado y las masas urbanas, que se transformaron en pueblo y después en nación.

Sin embargo, ahora se ha invertido este proceso: los medios devalúan lo nacional, las memorias se han desterritorializado, las imágenes se han desnacionalizado y la juventud se siente atraída por la música y el vídeo. Con esta perspectiva, la dicotomía entre nacional y antinacional ha sido sustituida por la fragmentación y segmentación de los mercados, proceso que tiene lugar tanto en ámbitos locales como globales. La consecuencia, se argumenta, es que desde un punto de vista global, lo nacional se ve como provincial y lastrado por el estatismo, mientras que desde un punto de vista local se percibe a la nación como

centralizadora. Estas presiones combinadas implican que no hay posibilidades de definir las fronteras de una cultura nacional común, mantenida por la soberanía del Estado.

Comparadas con las soluciones estatistas propuestas por otros analistas –tales como las contenidas en la tradición de la política de comunicación nacional– este es un desmontaje radical del potencial de los Estados para controlar procesos de gestión cultural en beneficio del mantenimiento de la identidad cultural. Por lo tanto, no deben sorprendernos comentarios posnacionales como éste: "es la categoría misma de frontera la que ha perdido sus referencias y con ella la idea de nación que inspiró toda una configuración de lo cultural" (1993/4: 45).

Al mismo tiempo, sin embargo, Martín-Barbero sostiene que lo nacional constituye un espacio estratégico de resistencia a la dominación global, que permite conservar viva la memoria de las gentes y que ofrece un ámbito de diálogo entre las generaciones. Mantiene asimismo este autor que en Latinoamérica, largamente unificada culturalmente por la radio y la música, hay también elementos culturales transnacionales que atraviesan las fronteras de los Estados. No obstante, en la nueva situación, la región se está unificando en el seno de una economía global regida por el mercado, un proceso de integración en el que interpretan un papel esencial las tecnologías de la información y la comunicación. Para los latinoamericanos, los medios audiovisuales son esenciales para ofrecerles imágenes de sí mismos, de suerte que las empresas de medios como Globo en Brasil y Televisa en México, son de vital importancia, en las que la publicidad y el drama cobran formas clave para las audiencias latinoamericanas.

Una consecuencia importante del argumento bosquejado anteriormente es que la defensa de la cultura latinoamericana ha pasado del Estado nacional a la empresa privada nacional (aunque también al mismo tiempo transnacional). La entrada en el mercado global de empresas como Globo y Televisa ofrece una garantía de vitalidad cultural porque se han afianzado en un sector crucial de producción y distribución. Sin embargo, esta posición en el mercado se logra realmente mediante la disolución de la especificidad cultural y un desplazamiento del concepto de calidad desde los contenidos significativos a valores de producción elegantes. No obstante, si estas empresas privadas son ahora los nuevos paladines de la *latinoamericanidad*, ¿cómo se compagina esto con las cuestiones de política pública? El imaginario latinoamericano se está remodelando al margen de los presupuestos del interés público. Es indudable la repercusión del pesimismo posmoderno sobre este argumento, y ello acarrea consecuencias posnacionales de peso.

En su obra más reciente, Martín-Barbero (1996) trata el tema de lo que denomina "descentramiento cultural" y la complejidad de identidad contemporánea que ello produce. Empieza con una pregunta provocativa "¿Desde dónde debemos pensar en la identidad?"; la centralidad o perifericidad del sujeto –sugiere– influye en los asuntos que se discuten y sobre nuestras percepciones de si simplemente hemos de vivir con la diversidad o pensar más fundamentalmente en términos de supervivencia cultural.

En un breve paralelo, Martín-Barbero describe la Europa multilingüística como reconocedora de la diversidad regional y las naciones sin Estado, apoyándolas a través de la producción audiovisual. En consonancia con visiones anteriores, opina que Latinoamérica, a despecho de su cultura común, ha ido en otra dirección: la telenovela –su forma inconfundible de expresión cultural auténtica– ha perdido calidad, se ha comercializado y ha caído en el cliché.

Mientras que las fronteras se han hecho móviles, Martín-Barbero alerta en contra de una interpretación optimista del movimiento hacia una comunidad global. No obstante –apunta– no debemos caer en una interpretación catastrofista. Lo que propone este investigador es que entendamos las identidades contemporáneas como palimpsestos: formaciones estratificadas en las que el fangoso pasado se discierne a través de los velos del presente. Esta metáfora se utiliza para abarcar las tensiones entre el reconocimiento del descentramiento cultural en algunos terrenos y el persistir de la pertinencia de la territorialidad basada en el Estado. De modo creciente, este doblegarse al impacto de la posmodernidad ha ido unido en la teoría cultural latinoamericana a un reconocimiento más decidido del vigente peso de las colectividades más antiguas y del sistema estatal.

Para Martín-Barbero, hay en la actualidad dos lugares estratégicos para pensar sobre la identidad: la nación y la ciudad. La nación ha rebasado sus fronteras y la cultura latinoamericana ha perdido su vinculación orgánica con la lengua y el territorio. La crisis de lo nacional se presenta también como una crisis de legitimidad política y de conocimiento científico social. Esto se traduce en una crisis global de representación, en la que se cuestiona en profundidad el propio lenguaje para representar con sentido a las colectividades. Por lo tanto, lo que ahora se llama "lo público" en algunos sentidos se ha extendido y, sin embargo, se ha debilitado. Existe un nuevo espacio público en el que se han realineado políticos,

intelectuales y comunicación, aunque esto no equivale a mayor participación democrática en el seno de las sociedades nacionales.

La ciudad, afirma Martín-Barbero, se está desintegrando y sufre crecientes intentos de racionalización, proceso que acompaña a una desterritorialización en aumento y una pérdida de los sentimientos de pertenencia de sus habitantes. La sociedad de la información –se sostiene– privilegia la circulación de datos en lugar de los encuentros personales, lo que presta a la ciudad mediada una entidad virtual. Siguiendo a Benjamin, Martín-Barbero apunta que los medios audiovisuales han constituido un nuevo sensorio de experiencia privatizada. Ha habido un desplazamiento de los públicos hacia las audiencias. No obstante, dentro de esta perspectiva distopiana existe un atisbo de emancipación, ya que hay nuevas formas de asociación en la cultura electrónica, especialmente entre los jóvenes. El consumo de la cultura popular, las relaciones lúdicas con las nuevas tecnologías de la información y las solidaridades generadas por la música son elementos de un movimiento opuesto, presagios de la nueva plasticidad humana.

HIBRIDAD CULTURAL

En formas muy similares a las de Martín-Barbero, Néstor García Canclini argumenta que los medios de comunicación social no han barrido las formas tradicionales de expresión cultural, sino que han contribuido a una remodelación que ha transformado y desplazado los modos anteriores de concebir la cultura: "Lo masivo, lo popular y lo elitista ya no se encuentra en sus lugares habituales. Lo tradicional y lo moderno se mezclan continuamente" (1992: 30-31).

En sus planteamientos sobre las culturas híbridas, García Canclini comparte con Martín-Barbero la necesidad de una nueva formulación teórica vinculada por el rechazo de la doble problemática del imperialismo cultural y la política nacional de comunicación. Más recientemente, cambiando el acento, García Canclini ha empezado a estudiar las relaciones entre formaciones culturales cambiantes y la política pública.

En su sintética obra *Culturas híbridas* (1989; en inglés *Hybrid Cultures* 1995a), García Canclini trata del impacto de lo que denomina hibridación de la cultura mundial sobre las concepciones establecidas sobre modernidad de modernización en América Latina. Utiliza este término porque le permite designar "diversas mezclas interculturales" –no sólo las raciales, a las que tiende a limitarse mestizaje– y porque acepta la inclusión de nuevas formas de hibridación mejor que sincretismo, término que la mayoría de las veces se refiere a fusiones religiosas o movimientos simbólicos tradicionales" (1995a: 11, nota 1). El libro de García Canclini es también un argumento para reflexionar sobre los planteamientos disciplinarios en un contexto que exige interdisciplinariedad (1995a: 4). Constituye, por otra parte, un compromiso con el impacto de la posmodernidad –descrita como "no una etapa o tendencia que sustituye al mundo moderno sino una forma de señalar las actuales incertidumbres teóricas y socioculturales" (1995a: 9).

El contexto general de esta obra es el de un inacabado proceso de modernización económica y política en Latinoamérica en el que las políticas nacionales incompletamente tuteladas por el Estado han chocado contra la transformación de los "mercados simbólicos" acaecida después de los ochenta. La actual nueva mezcla de lo refinado, lo popular y lo masificado es fruto de la expansión urbana. Desde este punto de vista inicial, en cierto modo diferente, García Canclini llega a una conclusión compartida con Martín-Barbero: las formas tradicionales de la vida política y la cultura urbana han entrado en declive y los medios "se han convertido en los constituyentes dominantes del significado público de la ciudad, en aquellos que estimulan un ámbito público de imaginario desintegrado" (1995a: 210).

García Canclini apunta que el periodo contemporáneo se caracteriza por dos procesos: En primer lugar, la *descolección* de bienes simbólicos, esto es, el reordenamiento individual de productos culturales en función del gusto personal y no de los cánones de consumo establecidos y consagrados socialmente. En este cambio de las reglas un día establecidas las nuevas tecnologías de reproducción –fotocopiadoras, magnetoscopios, videos y videojuegos– tienen un papel principal como proveedoras de medios para que los individuos compongan sus nuevas colecciones de productos culturales. Este movimiento tiene un profundo impacto en la producción artística que ahora tiende a carecer de "referencias de legitimidad" (1995a: 243).

Junto con lo anterior se da un proceso de *desterritorialización* que implica "las pérdidas de la relación natural de la cultura con los territorios geográficos y sociales, y al mismo tiempo ciertas relocalizaciones parciales de producciones simbólicas antiguas y nuevas" (1995a: 228-229). Se ofrecen los ejemplos del auge de Brasil como exportador de cultura y la emigración a gran escala de mano de obra latinoamericana a los Estados Unidos.

Sin embargo, en contra de la mayoría del pensamiento posmodernista, García Canclini sostiene que las cuestiones fundamentales sobre "la identidad y lo nacional, la defensa de la soberanía y la injusta apropiación de conocimiento y arte no desaparecen. Los conflictos no se diluyen...se colocan en un registro diferente, multilocal y más tolerante, y se repiensa la autonomía de cada cultura" (1995a: 240-241). Este punto se expresa con la mayor claridad cuando Canclini afirma: "Es cuestión de analizar *cuáles son las consecuencias políticas de pasar de una concepción bipolar y vertical de las relaciones sociopolíticas a otra descentrada y multideterminada*" (1995a: 258, en cursiva en el original).

El ejercicio del poder en este marco reconfigurado no desaparece, sino que se vuelve sesgado y se desplaza el modelo de culturas bien definidas: "hoy, todas las culturas son fronteras" (1995 a: 261). Por tanto, lo que esto acarrea es la necesidad de una perspectiva analítica pluralista de la modernidad latinoamericana, en la que la incompleta modernización del Estado y la sociedad coexiste con la posmodernidad: las culturas populares y elitistas, con sus raíces tradicionales, pertenecen a lo moderno, en tanto que la cultura de masas es posmoderna, una "matriz de organización-desorganización de experiencias temporales" (1995a: 274). Esta realidad cultural más heterogénea no debe concebirse como democrática, ni capaz de evadirse de los manejos de "viejos y nuevos dispositivos de concentración de hegemonía" (1995a: 280). Estas últimas observaciones, que no llegan a ser una crítica elaborada, subrayan sin embargo el decidido rechazo a celebrar toda visión posmoderna, sino que ésta se convierte en parte del dilema contemporáneo.

En un estudio afín, se sugiere la ruptura de las relaciones establecidas entre clase social, estratificación cultural y el consumo de mercancías simbólicas. En otra formulación, se apunta que existen ahora temporalidades precisas: la cultura industrial pertenece al aquí y ahora y quizás integra el desplazamiento de las poblaciones hacia la posmodernidad; sin embargo, la persistencia de culturas populares y de elite de tipo más tradicional, ofrece asimismo cimientos para memorias colectivas enraizadas en la historia.

En cuanto a la forma en que se conciben las identidades culturales y nacionales, García Canclini se pregunta sobre las relaciones entre identidad y territorio, señalando tres consecuencias de importancia. En primer lugar, la reorganización de la cultura y los puntos de intersección de la identidad indican el cambio de las reglas rectoras de las relaciones sociales y es necesario interrogarlas de diferente modo. En segundo lugar, ya no hay una simple coalescencia de lo nacional y lo popular. Ello se debe a que no existe un espacio hegemónico nacional, la "nación" (es decir, imaginamos que el Estado) se ha disuelto en una densa red de estructuras económicas e ideológicas" (1989: 19). Por último, García Canclini reflexiona sobre las relaciones entre identidad y territorio. La elaboración de la identidad colectiva tiene aún lugar, predominantemente, dentro de marcos territoriales, pero hay una importante debilitación de las relaciones entre los productos culturales y sus lugares de origen. Por ejemplo, la emigración de millones de latinos a los EEUU y el desplazamiento de la cultura latinoamericana hacia Norteamérica no encajan en el modelo unidireccional del imperialismo cultural. Los nuevos circuitos culturales y las mudadas relaciones que acarrearán plantean cuestiones de gran transcendencia sobre identidad, nacionalidad, la defensa de la soberanía y la apropiación de la cultura.

El análisis posterior de García Canclini (1995b) entra en el terreno de la ciudadanía cultural, la cual –al igual que en otros trabajos similares de Australia, Canadá y Europa– parece ser ahora uno de los términos de moda (véase p.ej. Murdock, 1992; Turner, 1994). En tanto que el argumento acerca de las culturas híbridas se inclinaba hacia el impacto desvertebrador de las nuevas pautas de consumo, hay ahora un intento de plantear cómo la hibridad cultural percibida puede incorporarse a un proyecto político. Podríamos analizar esto como el paso necesario para sustituir el anticuado proyecto de una política de comunicación nacional, desbordado por las nuevas relaciones internacionales de comunicación.

Para García Canclini, la globalización ha desplazado por completo las relaciones entre economía y cultura. Se invoca la ciudadanía como posible contrapeso al impacto de las relaciones neoliberales de mercado. Sin embargo, no es esta la concepción *habermassiana* en la que se separa el consumidor irracional del actor político racional; en su lugar, se trata de un argumento para considerar *conjuntamente* consumo y ciudadanía y, por lo tanto, transformar nuestro pensamiento sobre ambos. Con arreglo a esta concepción, la ciudadanía cultural provoca un desplazamiento de la idea formal de la calidad de miembro de un Estado a las prácticas informalmente restringidas de pertenencia que se relacionan con grupos dados (1995b: 19).

En tanto que García Canclini trae a colación los debates sobre el multiculturalismo en los EEUU, su objetivo va más allá de la lucha por el reconocimiento de las diferencias. Lo esencial de este argumento reside en el enlace entre diversidad cultural, política cultural y la reforma del Estado en un contexto en el que las identidades están pasando de lo moderno a lo posmoderno: "*Las identidades modernas eran territoriales y casi siempre monolingüísticas...las identidades posmodernas son transterritoriales y...* La clásica definición *socioespacial* de identidad, referida a un territorio particular, necesita complementarse con una definición *sociocomunicacional*" (1995b: 30-31; en cursiva en el original).

La cultura popular posmoderna, basada en la comunicación, se considera –mucho más que la herencia histórica– un recurso para entrar en el ámbito público como objeto de política cultural y de identidad. La estrategia analítica de García Canclini no se basa en argumentar que todo ha cambiado, sino en señalar cómo los distintos circuitos socioculturales se relacionan de diversos modos con los procesos de transnacionalización. En esta relación, el investigador distingue entre la cultura de elite, territorial-histórica, comunicación social y, por último, sistemas restringidos de comunicación e información (1995b: 32-33). Utiliza estos diferentes circuitos para diferenciar entre grados de integración en procesos de desarrollo internacional. De acuerdo con ello, sugiere:

La competencia de los Estados nacionales y de sus políticas culturales disminuye a medida que transitamos del primer circuito al último. A la inversa, los estudios sobre consumo cultural muestran que cuanto más jóvenes son los habitantes sus comportamientos dependen más de los dos últimos circuitos que de los dos primeros. En las nuevas generaciones las identidades se organizan menos en torno de los símbolos histórico-territoriales, los de la memoria de la patria, que alrededor de los de Hollywood, Televisa o Benetton (1995b: 33).

Esta tipología puede tener sus limitaciones, pero apunta una forma potencialmente fructífera de distinguir el impacto de lo global en varias instancias de una sociedad dada. En el fondo, es otra manera de subrayar que no podemos suponer que todos los grupos sociales se mantienen en la misma relación con todos los medios y que los horizontes históricos de diferentes clases y generaciones pueden diferir de modo totalmente radical, sin que necesariamente compartan ningún principio general de coherencia. La perspectiva podría ampliarse si pensamos en términos de zonas que son relativamente más cerradas o abiertas, o, de nuevo, en términos de velocidades relativas de transformación de sectores culturales diferentes y la medida en que continúan teniendo dominio sobre la población nacional.

Para García Canclini, la cuestión de la identidad colectiva se formula actualmente así:

Las naciones y las etnias siguen existiendo. Están dejando de ser para la mayoría las principales productoras de cohesión social. Pero el problema no parece ser el riesgo de que las arrase la globalización, sino entender cómo se reconstruyen las identidades étnicas, regionales y nacionales en procesos globalizados de segmentación e hibridación intercultural. (1995b: 113).

Cabe preguntarse si es realmente cierto que la mayoría ya no tiene a las naciones-Estados como referencia de identidades colectivas y cómo podría probarse esta aseveración. Este planteamiento, aunque no sugiere francamente que el Estado nacional ha sido sustituido, tiende sin embargo a degradar fuertemente lo nacional.

García Canclini, en consecuencia, nos propone una doble tarea: entender las formaciones posnacionales y al mismo tiempo la remodelación de las culturas nacionales (1995b: 109). El investigador nos ve en un doble movimiento, primero de desterritorialización (dirigido por las estrategias de la mercadotecnia internacional y del cine reventador mundial) y, segundo, de reterritorialización basada en movimientos sociales y medios locales. Según este argumento, se relativiza el espacio nacional y se rechazan las ideas fundamentalistas de identidad como lo monocultural. La tarea es hallar las herramientas transdisciplinarias de análisis que permiten seguir adelante. En todos los casos, medios e identidad necesitan situarse en las nuevas relaciones entre multimedia y multicontextualidad (1995b: 114).

La obra más reciente de García Canclini (1995b) traza paralelos expresos entre Europa y Latinoamérica. Sostiene que tanto Europa como Latinoamérica son suburbios de Hollywood, aunque los europeos resisten ahora con más ánimo las invasiones de su espacio. Durante la fase de conclusión de las negociaciones del GATT a finales de 1993, la Unión Europea insistió acerca de una excepción cultural para los productos audiovisuales, esto es, se negó a tratar las películas y los programas de televisión como cualquier otra mercancía comercializable, basándose en que formaban parte de la herencia cultural europea (ver Schlesinger, 1996).

García Canclini considera esta resistencia europea ante los Estados Unidos en el GATT como un caso ejemplar que plantea algunas cuestiones clave sobre las relaciones entre lo nacional, lo continental y lo global (1995b: 127). La insistencia europea sobre la excepción cultural se ofrece como modelo a seguir a los productores de América Latina. La postura de Europa se percibe como una negativa a aceptar que globalización signifique necesariamente americanización. Asimismo, de ella se interpreta que existe aún un ámbito de debate para reformular las relaciones entre mercado y Estado tal como se expresan por medio del interés público articulado por la política pública. A partir de tales consideraciones, García Canclini argumenta la necesidad de un espacio cultural/comunicacional latinoamericano, cuya base sería el reconocimiento de la realidad multicultural de Latinoamérica y el control de las tendencias monopolistas en los mercados mediáticos por medio de la intervención pública, tanto en el ámbito nacional como en el regional. Se considera que la Unión Europea ofrece modos ejemplares para reformular la política cultural bajo nuevas condiciones globales.

Podríamos cuestionar lo anterior, a la vista del curso actual de las políticas europeas de actuación, en las que consideraciones industriales y técnicas tienen mayor peso que las cuestiones tocantes a la democracia y la cultura (ver Schlesinger y Doyle, 1995). García Canclini señala asimismo que el terreno del debate ha pasado del cine y la televisión al campo de los multimedia y que se necesita una política de actuación sobre estos últimos que abarque toda la gama de sistemas de comunicación, dado que los cambios en los sistemas de distribución sobrepasarán cualquier sector más parcial.

Este planteamiento abre algunos puntos de comparación directos entre Europa, Latinoamérica y los EEUU. Asimismo, subraya la conexión entre teorizar sobre identidad cultural y formular una política de actuación cultural. García Canclini sigue en detalle el modelo supranacional de intervención de la UE al pedir para Latinoamérica un mercado común de la cultura, el uso de cupos para proteger la producción cultural y un fondo de apoyo para una serie de actividades culturales en Latinoamérica (1995b: 160-161). Adoptando el punto de vista de Roncagliolo, sostiene con éste que es preciso actuar sobre el desequilibrio cultural entre los países latinoamericanos, así como tomar medidas con respecto al capital extranjero (1995b: 162). Guste o no, el Estado ha reintroducido el argumento, aunque en condiciones de mayor complejidad. La cuestión acuciante es ahora cómo es posible refundir las relaciones entre el mercado y el Estado: "No se trata de restaurar el Estado propietario, sino de repensar el papel del Estado como árbitro o garante de que las necesidades colectivas de información, recreación e innovación no sean subordinadas siempre al lucro" (1995b: 162). La consecución de un nuevo espacio público y multicultural está, por tanto, basado en supuestos que son tanto política como sociológicamente pluralistas (Ver McLennan, 1995).

MÁS ALLÁ DE LA IDENTIDAD CULTURAL

El marco de referencia de Renato Ortiz es el del ámbito nacional de Brasil, país en el que la identidad nacional ha sido siempre una cuestión política. Dentro del espacio nacional siempre hay en pugna, apoyadas en intereses, interpretaciones de lo que constituye lo nacional, en las que entran en juego las cuestiones de la legitimidad del poder: "En verdad, la lucha por la definición de lo que sería una identidad auténtica es una forma de limitarse las fronteras de una política que busca imponerse como legítima" (1985: 130) (7).

Repasando la historia de los intentos de definir la cualidad de lo brasileño, Ortiz se distancia de una tradición de esfuerzos esenciales para destilar el carácter brasileño, y advierte el problema del marxismo al analizar el nacionalismo. Sin embargo, de todas las teorías marxistas, considera como vía más fructífera el intento de Gramsci para teorizar lo nacional-popular, en buena medida porque para el teórico italiano, el problema se resolvió enteramente, de modo análogo, con respecto a las dificultades de la construcción del Estado en su propio país. Más que otra cosa –afirma Ortiz– la cuestión nacional es parte del *problema del Estado*: "La relación entre lo nacional y lo popular se manifiesta dentro de un marco más amplio, el Estado" (1985: 130).

La consideración del Estado como un marco de referencia necesario le lleva a realizar una distinción clave entre la memoria colectiva y la memoria nacional, que describe como sigue:

La memoria colectiva es la de la realidad vivida, la memoria nacional se refiere a una historia que trasciende a los sujetos y no se concreta inmediatamente en su vivir cotidiano. (1985: 135).

A grandes pinceladas, por tanto, existe una relación de homología entre la vivencia concreta e inmediata de las memorias colectiva y popular, al igual que hay una relación similar entre el dominio oficial del Estado, más distante e ideológico, y la memoria nacional. La fuerza general de esta concepción reside en que lo nacional es una interpretación de segundo orden con

respecto a lo popular. Es posible ver en esto algo más que un parecido superficial con la manida distinción italiana entre *paese reale* y *paese legale*, según la cual se percibe al Estado como remoto e ilegítimo y que las amarras personales y colectivas más firmes se encuentran en la sociedad civil. La identidad nacional, según este tipo de orden político es, por tanto, un atributo del Estado, que realmente lo constituye:

El Estado es esta totalidad que trasciende e integra los elementos concretos de la realidad social y delimita un marco de construcción de la identidad nacional. La identidad se construye a través de una relación política. (1985: 138-9).

Por lo tanto, existe un interés político en lograr aprobación para una versión dada de la identidad nacional y el *marketing* activo de esto precisa de la *mediación*; aquí, una vez más, vuelve a surgir la conocida concepción de Gramsci sobre el papel de los intelectuales como intermediarios para ciertas clases, dado que "el proceso de construcción de la identidad nacional se basa siempre en una interpretación" (1985: 139). Con arreglo a esta concepción, el Estado nacional adopta y universaliza lo folclórico y lo popular. La nacionalización de la producción de los medios tiene su utilidad cuando, en manos de importantes empresas "se transforma en ideología que justifica la acción de grupos empresariales en el mercado mundial. Tal vez por eso no hay grandes diferencias entre el discurso de venta de una telenovela y los argumentos de los que venden armas al extranjero...con tal de que ambos se consideren exclusivamente como productos nacionales"(Ortiz, 1988: 206).

Vale la pena observar algunos puntos. En primer lugar, está el antiesencialismo de Ortiz, tan característico del nuevo culturalismo. En segundo, su acusada estratificación inicial entre los dominios de lo nacional y lo popular (conocido también como colectivo). Esta rígida clasificación y homologación ha tenido que suavizarse frente a los conceptos posmodernos. En tercer lugar, existe una limitación asaz cuestionable del término identidad colectiva al ámbito de lo folclórico/popular. Podríamos argumentar que la identidad colectiva se aplica con más propiedad a un nivel superior de generalidad y, en principio, podría abarcar toda colectividad.

En su obra más reciente, Ortiz (1996) se ocupa de las consecuencias sobre las identidades colectivas de lo que denomina –siguiendo la formulación de Braudel– modernidad mundial. En el fondo de este argumento está la proposición de que los principios clásicos de integración, territorialidad y centralidad que se han sostenido para caracterizar a la nación –y para poner las bases de la identidad nacional– han sido en buena medida desplazados por los procesos de globalización.

Ortiz comienza rastreando las raíces intelectuales de las teorías de la identidad nacional basadas en la antropología, la sociología y la filosofía política. Con arreglo a las ideas del carácter en la antropología cultural (como se hallan en la obra de Benedict y Kroeber, por ejemplo), la psicología modal de las sociedades tribales se transformó masivamente en una idea de carácter nacional. En ella estaba implícita la idea de nación como personalidad singular.

Ortiz señala que una solución de este planteamiento ontológico se encuentra en la sugerencia de Lévi Strauss de que la identidad no es una esencia sino algo virtual, un movimiento conceptual que nos hace pensar en términos de relaciones producidas. A la luz de lo anterior, Ortiz ofrece una definición de identidad como sigue: "construcción simbólica que se hace en relación con un referente". Estos referentes pueden ser diversos: cultura, nación, raza, color de la piel o género. Este cambio a un concepto de la identidad como construcción simbólica en lugar de algo preexistente para ser descrito –argumenta el investigador– elimina la cuestión sobre si una identidad es auténtica o falsa. Esto es coherente con su primitivo argumento. Sin embargo, se ha alejado del modelo claramente binario de colectividades a las que puede asignarse identidad.

Volviendo al concepto de nación de Mauss –idea decimonónica de pueblo estatizado con un territorio y base material en la economía mundial– Ortiz observa acertadamente que tiende a adelantar la formación de la nación-Estado, la cual, empleando la formulación de Otto Bauer, se ha convertido ahora en una comunidad de destino. Ortiz aprueba la idea de Gellner de que la nación es un producto de la modernidad, en particular del desarrollo industrial. Con respecto a esto, la experiencia de la pertenencia se deslocaliza a medida que se nacionaliza (en bastante medida a través de las formas de comunicación, desde el ferrocarril al telégrafo y a los medios de comunicación social). No obstante, la nación no es una esencia indiferenciada, sino una formación contradictoria y en cierta medida precaria. Según Ortiz, la clásica nación-Estado es "no sólo una entidad político-administrativa, es un ámbito de producción del significado". Así, en esta fase de desarrollo podríamos, usando un tropo weberiano –como

hace Ortiz– argumentar que la nación posee un monopolio sobre la definición del significado. Esto es también una repetición de su posición primitiva.

Ortiz reitera su idea de que la clásica nación-Estado "no es sólo una entidad político-administrativa, sino un ámbito de producción del significado" . Sin embargo, sostiene, siguiendo a Giddens, que necesitamos ir más allá de la forma de nación-Estado y señala la repercusión del proceso de desencaje, la dislocación del espacio y del tiempo que es un aspecto de la modernidad en sí misma. Las contradicciones inducidas por la globalización significan que la identidad nacional pierde su monopolio de producir el significado.

Lo anterior lleva a la propuesta de que ahora pensamos en términos de modernidad mundial. Ortiz (en contra de algunos defensores del posmodernismo) señala cuidadosamente que no se refiera a la cultura global ni a la identidad, sino a cómo "el movimiento de desterritorialización hacia fuera de las fronteras nacionales acelera las condiciones de movilidad y desencaja. Cita el autor ejemplos de este proceso, como la cultura compartida por la juventud que trasciende las fronteras nacionales, y la difusión de pautas de consumo y gustos de la clase media. Hace asimismo referencia al modo en que la música afro-brasileña-caribeña ha sobrepasado las fronteras del Estado nacional y al auge de las luchas lingüísticas y regionales en Latinoamérica, en la que agrupaciones de rango inferior han reclamado nueva identidad. Los tres principios de integración, territorialidad y centralidad ya no pueden reproducirse a sí mismos.

Al intentar definir lo que significa este movimiento –este *descentramiento*– usando el término de Martín-Barbero, Ortiz adopta la distinción de Certau entre estrategia y táctica. La estrategia actúa en lugares determinados, en tanto que la táctica lo hace en los márgenes, y son básicamente actividades liminares. Esta incertidumbre, se argumenta, es lo que ahora caracteriza a las identidades: en término de García Canclini, se vuelven *negociadas*.

Una vez más, mientras reconoce la importancia del impacto del cambio, Ortiz insiste en que hay una jerarquía de relaciones. La diversidad –sostiene– no equivale a democracia; la modernidad mundial ofrece a los grupos sociales múltiples referentes, y éstos los usan de diferentes maneras. Sin embargo, la disponibilidad en el ámbito internacional, el uso y la adaptabilidad de un conjunto de símbolos compartidos para la construcción de la identidad no debe interpretarse automáticamente como un impulso democratizador.

Traducir el panorama sociológico en términos políticos es engañoso. La sociedad global, lejos de incentivar la igualdad de las identidades, está surcada por una jerarquía, clara y despiadada. Las identidades son diferentes y desiguales, porque sus artífices, las instancias que las construyen, ocupan diferentes posiciones de poder y legitimidad.

Aquí hay una clara divergencia con respecto al argumento más reciente de García Canclini, en el que la política y una sociología pluralista tienden a converger.

VISIÓN DESDE EUROPA

En los últimos años, tal como hemos mostrado, se ha producido una mudanza del pensamiento en una vertiente de la teoría cultural latinoamericana que traspasa los límites establecidos por los planteamientos de dependencia. Esto ha acarreado el dejar a un lado el problema de la dominación hegemónica de la cultura popular por los Estados Unidos y, al mismo tiempo, un intento de reinterpretar el papel de la cultura y su relación con las identidades colectivas. En la línea de análisis representada por los trabajos revisados aquí, es esencial la perceptible desarticulación entre la cultura popular y el Estado nacional, y el creciente reconocimiento de la influencia de las nuevas tecnologías de los medios de comunicación social sobre las colectividades. La emigración y la creación de comunidades electrónicas se consideran de vital importancia para trascender los límites establecidos durante largo tiempo y relativizar las fronteras. En realidad, estas últimas, desde esta perspectiva, ya no se ven como recintos total y eficazmente vigilados por los Estados, sino que ellas mismas están en movimiento. En este punto reside el impacto más importante de la perspectiva posmoderna: el mundo se ha hecho liminar.

Sin embargo, junto a nuevos y ampliados espacios mediáticos, continúan existiendo antiguos marcos de identidad colectiva –quizás "coexisten" sería una palabra adecuada para expresarlo– y son las dislocaciones entre estos diversos modos de ser colectivos, antiguos y modernos, los que parecen causar nuevos problemas de coherencia sociocultural, anunciando nuevas oportunidades de afiliación. Por lo tanto, cabe extraer una conclusión clara: que desde importantes puntos de vista, los espacios de al menos algunas identidades colectivas se están *desterritorializando* y que esto apunta hacia una realidad posnacional. De esto se desprende que la cultura, la nación y el Estado ya no están (suponiendo que algún día lo estuvieran) alineados de acuerdo con los principios clásicos del nacionalismo.

Una reacción a lo anterior es declarar el fin del papel del Estado en la gestión de la cultura. Tal respuesta puede verse en la inicial pérdida de atracción de la política de comunicación nacional como instrumento de defensa cultural y de promoción de la integración social. El hincapié en la vitalidad sincrética de lo popular, desde varios puntos de vista, ha hecho parecer ocioso el papel del Estado. Pero hay indicios suficientes de que –si el Estado se concibe como una entidad nacional o incluso política continental– no se puede prescindir tan fácilmente de dicho papel. El reconocimiento de los desplazamientos de identidad posnacionales ha necesitado de un creciente reconocimiento de la importancia continua (aunque modificada) del Estado nacional. Además, a medida que ha aumentado la decepción sobre la capacidad del mercado para ofrecer calidad cultural, se ha hecho también patente que el papel de la política pública forma parte del conjunto. Ciertamente tal es ineludiblemente el caso, como Marjorie Ferguson ha observado recientemente: "mientras que la retórica del mercado global se adhiere al universalismo cultural, la realidad política local es el nacionalismo económico", y este último necesita un instrumento político.

Aunque muchos de los puntos señalados en el análisis cultural de Latinoamérica tienen ecos al otro lado del Atlántico, en Europa su articulación está condicionada de otra manera por las formas culturales, políticas y económicas que se dan en el terreno intelectual. Los intentos de la UE para definir una identidad cultural europea se han producido en un contexto de competencia industrial global, especialmente con los Estados Unidos. Ha sido fascinante observar el despliegue de un discurso de dependencia (haciéndose eco de los debates latinoamericanos) por parte de aquellos que intentan proteger la producción audiovisual europea de las depredaciones de los EEUU, estrategia vigorosamente mantenida durante la fase de conclusión de las negociaciones del GATT en 1993 (8). Al igual que en Latinoamérica, en Europa se han formulado preguntas para saber hasta qué punto los recientes adelantos en la globalización de la comunicación han transformado las ideas de lo que constituye la soberanía de la comunicación.

Sin duda existe en ambas orillas del Atlántico un paralelo que hay que estudiar entre las inquietudes sobre las identidades colectivas suscitadas por la liberalización del comercio. El Tratado de Libre Comercio Norteamericano (NAFTA), régimen que regula bienes y servicios, contiene referencia concreta a las industrias culturales. Al igual que ocurrió en la UE durante las negociaciones del GATT, la repercusión cultural de las relaciones económicas con los Estados Unidos era y es asunto de preocupación tanto en Canadá como en México, con exenciones específicas cuyo fin es proteger ciertos sectores de la producción cultural. En cada país, las consecuencias sobre la identidad nacional, así como las consideraciones industriales, fueron una fuerza motriz (Acheson y Maule 1994: 156-158).

Desde el exterior –al menos en los últimos años y en cuanto a las negociaciones comerciales se refiere– la UE puede considerarse como un solo actor cultural en la escena mundial. A la inversa, desde su interior, la UE ofrece también, en el terreno cultural, un destacado ejemplo de tensiones que han empezado a destacar cada vez más entre nacionalismo y supranacionalismo. A este respecto, la UE marca una importante diferencia con Latinoamérica, que puede considerarse más fácilmente como una zona cultural. De lo anterior se deduce claramente que el debate sobre cultura, medios e identidad en América Latina se realiza desde un sentido de espacio compartido, donde la diferencia histórica sociocultural y lingüística no representa un papel tan marcado como en esta orilla del Atlántico.

Por contraste, la UE tiene que resolver la cuadratura del círculo que supone ofrecer algún tipo de espacio cultural común a Estados históricamente diversos, para los que la hegemonización lingüística interna (si no una completa homogeneización) ha sido esencial para construir la nación. El orgullo nacional que adopta la lengua como símbolo vital de identidad es una cuestión espinosa en la que todos los logros supranacionales europeos chocan fuertemente con el ámbito de lo nacional. Además, el reciente reconocimiento, aprobado por la Unión Europea, de las diferencias regionales dentro de los Estados miembros, –la *Europa de las regiones*– ha reforzado las tendencias autonomistas y en algunos casos secesionistas, especialmente donde éstas coinciden con el territorio de una nación sin Estado. Por consecuencia, el campo de la cultura, entendido en un sentido amplio, se ha convertido comprensiblemente –al menos en algunos contextos– en campo de batalla (Schlesinger, 1992). La evolución de la UE, basada en la integración política y económica de un grupo de Estados nacionales, ha planteado dos grupos de preguntas relacionadas acerca de las formas de la diversidad cultural: por un lado está la actual relación contradictoria de la cultura promovida por el Estado con las exigencias de europeización y, por otro, la cuestión de las culturas que no están totalmente anexionadas a la cultura de la nación-Estado, ni son fácilmente abarcables

por ésta. Los derechos culturales de las minoría étnicas y lingüísticas y las reclamaciones de reconocimiento cultural de las naciones sin Estado son ejemplos de estos casos (9).

Vista la gran diversidad sociocultural de Europa, no es de extrañar que una línea de la política de actuación de la UE se ocupe del uso y la eficacia de la política cultural y mediática para afianzar la identidad colectiva, que, según hemos visto, ha tenido recientes ecos en Latinoamérica. Es importante registrar que los logros políticos de la UE en la última década son más ambiguos de lo que, al primer golpe de vista, pudiera pensarse. Realmente, no ofrecen un modelo que pueda exportarse confeccionado a través del Atlántico para su uso en diferentes condiciones, por muy atrayente que esto pueda resultar. La retórica de la construcción cultural –cuyo mejor ejemplo es el deseo de producir un espacio audiovisual europeo– ha dejado paso a otra cosa. Con el auge de las tendencias liberalizadoras del mercado y la desafortunada promoción de la sociedad de la información en la década de los 90, se ha hecho hincapié creciente en la política –tanto desde el punto de vista técnico como del económico– de creación de una zona europea de información (10). Como consecuencia, el planteamiento cultural de la UE es un asunto debatido y no está claro qué tendencias prevalecerán.

Por otra parte, desde un punto de vista europeo, sería conveniente insistir sobre la vigencia de la importancia del Estado nacional, como categoría analítica y vital actor político. En la línea del análisis cultural latinoamericano ya expuesta, el Estado aparece deliberadamente borroso porque su propia evitación está en el núcleo del estudio. Sin embargo, en Europa, como en Latinoamérica, la condición de Estado y la de nación han estado unidas durante los dos últimos siglos, con diverso éxito, en un modelo dominante de organización política. Aunque los caminos europeos emprendidos hacia el logro de la condición de nación-Estado han sido diversos y están siendo sometidos a vivos debates por los investigadores, es evidente que esta forma política sigue siendo apremiante. Por lo tanto, a despecho de las discusiones actuales sobre el posnacionalismo, la sacudida que siguió a la Guerra Fría en Europa se ha ajustado al tipo del modo histórico: siguiendo un camino trillado, numerosas naciones en el mundo poscomunista han buscado Estados que les ofrecieran un *techo político*, según la significativa frase del difunto Ernest Gellner (1983).

Apenas si hemos necesitado que se nos recordaran las vigentes posibilidades de la condición nacional como modo de expresión colectiva a raíz de la desintegración de la antigua Unión Soviética, el sangriento hundimiento de la antigua Yugoslavia o el llamado "divorcio de terciopelo" en Checoslovaquia. En cada uno de estos casos, una federación supranacional se ha decantado hacia naciones-estados, en algunos casos no sin importantes y continuados conflictos llenos de violencia. Además, la reunificación alemana ha reformado una vez más de modo sustancial el mapa de Europa. Por lo tanto, es un punto vital que el espacio *político* nacional europeo esté totalmente relacionado a través del Estado con las concepciones del espacio *cultural* nacional.

Tal es el acertijo que la Unión de Europea habrá de resolver finalmente, si ha de continuar por el camino que lleva a una formación política supranacional. En algunos estudios latinoamericanos recientes se observa una tendencia a celebrar el aparente éxito de la UE en resolver sus contradicciones culturales. La proximidad, sin embargo, añade desencanto al panorama. En Europa, si existe alguna posibilidad de conformar una nueva identidad y legitimidad colectiva posnacional, puede que sea construyendo una *cultura política común* que ofrezca un ámbito para la identificación por diversas naciones y grupos étnicos. Es decir, en Europa, como en Latinoamérica, hay razones para abandonar la preocupación predominante sobre la defensa cultural en pos de la construcción positiva de la institución democrática.

AGRADECIMIENTOS

Los autores agradecen a la World Association for Christian Communication, y en especial a la imaginativa propuesta de Philip Lee, que hicieron posible la celebración del seminario para el que se escribió esta comunicación. La intervención de la WACC nos ha animado, por fin, a poner por escrito nuestras antiguas discusiones privadas sobre la teoría cultural latinoamericana reciente. Asimismo, deseamos agradecer el indispensable apoyo del Programa *Advanced Research on the Europeanisation of the Nation- State* (ARENA) del Consejo de Investigaciones de Noruega. El grupo de investigación de ARENA sobre "Europeización, medios y democracia", dirigido por Philip Schlesinger, trabaja en cuestiones de teoría y política pública estrechamente relacionadas con las aquí estudiadas. Finalmente, nuestro agradecimiento más cordial a Doug Vick, por sus grandes habilidades editoriales.

Traducción: Carmen del Pulgar

1. Esta comunicación inauguró el seminario del mismo título celebrado en la Universidad de Stirling del 16 al 18 de octubre de 1996.
2. Agradecemos a Mario Kaplún el habernos hecho llegar este trabajo.
3. Hay una ligazón manifiesta con la *vuelta etnográfica* de los estudios sobre medios y cultura tan de moda en Europa y Estados Unidos, ejemplificados en los trabajos de Ang, Fisk, Morley y muchos otros.
4. Este foco conecta con trabajos europeos recientes, tales como los concernientes a las charlas radiofónicas dirigidos por Scannell (1991) y otros. Asimismo tiene relación la tesis del *nacionalismo banal* de Billig (1995) que básicamente discute la cotidianeidad de los recordatorios de la identidad nacional.
5. Compárese con el rechazo de la *cultura global* –mucho más intransigente– de Anthony Smith (1995) y el argumento de Ulf Hannerz de que deberíamos considerarlo seriamente como un nuevo espacio.
6. Por contra, García Canclini (1995b) opina que se puede aprender algo de la política cultural de la UE. Recientemente, Martín-Barbero (1996) ha señalado la pertinencia de Europa (aunque de pasada).
7. Este punto de vista es muy próximo al de Schlesinger, 1987.
8. Esto ha reverdecido las antiguas inquietudes de la elite sobre la mala influencia de la *americanización*. Véase Schlesinger, 1996.
9. A cierto nivel, estos casos existen también en América Latina, especialmente en lo que se refiere a los grupos indígenas, aunque han sido escasamente tratados en los trabajos estudiados aquí.
10. Esto se ha estudiado y criticado en Schlesinger y Doyle, 1995 y Schlesinger, 1996.

BIBLIOGRAFÍA

- ACHOSON, Keith y MAULE, Christopher, J. 1994. "International Regimes for Trade, Investment and Labour Mobility in the Cultural Industries". *Canadian Journal of Communication* 19(3/4): 147- 167.
- BELTRÁN S., Luis RAMIRO. 1976. "Alien Premises, Objects, and Methods in Latin American Communication Research". *Communication Research* 3(2): 107- 135.
- BEVERLEY, John y OVIEDO, José, eds. 1993. *The Postmodernism Debate in Latin America. Boundary 2, Special Issue* 20(3).
- BILLIG, M. 1995. *Banal Nationalism*. Londres: Sage.
- CARDOSO, Fernando Henrique y FALETTO, Enzo. 1979 [1971]. *Dependency and Development in Latin America*. Berkeley: University of California Press.
- DORFMAN, Ariel y MATTELART, Armand. 1972. *Para leer el Pato Donald; comunicación de masa y colonialismo*. México: Siglo Veintiuno.
- ESTEINOU MADRID, Javier. 1993. "National Sovereignty, Communication and World Integration: the Case of Mexico". *Mexican Journal of Communication* 1(1): 77- 86.
- FERGUSON, Marjorie. 1995. "Media, Markets and Identities: Reflections on the Global-Local Dialectic". *Canadian Journal of Communication* 20(4): 439- 459.
- FOX, Elizabeth. 1996. "Media and Culture in Latin America". *International Media Research: A Critical Survey*. John COMER, Philip SCHLESINGER, y Roger SILVERSTONE, eds. Londres: Routledge: 184- 205.
- FOX, Elizabeth. 1988. "Media Policies in Latin America: An Overview" y "Conclusions" en FOX, Elizabeth, ed. *Media and Politics in Latin America: The Struggle for Democracy*. Londres: Sage: 6- 35 and 171- 188.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. 1992. "Cultural Reconversion". En *On Edge: The Crisis of Contemporary Latin American Culture*. GEORGE YUDICE, Jean Franco, y Juan FLORES, eds. Minneapolis: University of Minnesota Press: 29- 43.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. 1995a. [1989]. *Hybrid Cultures: Strategies for Entering and Leaving Modernity*. Traduc. Christopher L. Chiappari and Silvia L. López. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. 1995b. *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de globalización*. Mexico: Grijalbo.
- GELLNER, Ernest. 1983. *Nations and Nationalism*. Oxford: Blackwell.

- GONZÁLEZ, Jorge A. 1987. "Los frentes culturales: Culturas, mapas, poderes y luchas por las definiciones legítimas de los sentidos sociales de la vida". *Estudios sobre las culturas contemporáneas* 1(3): 5- 44.
- GONZÁLEZ, Jorge A. 1993. "Metodología y sociología reflexivas: Navega procelosos mares del placer". *Estudios sobre las culturas contemporáneas* 5(15): 209- 226.
- GONZÁLEZ, Jorge A. 1994. "La transformación de las ofertas culturales y sus públicos en México". *Estudios sobre las culturas contemporáneas* 6(18): 9- 25.
- GONZÁLEZ, Jorge A. 1995. "Coordenadas del imaginario: Protocolo para el uso de las cartografías culturales". *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, Época II 1(2): 135- 161.
- GOODELL, Jeffrey. 1994. "The French Revolution". *Premiere* Mayo: 26.
- HANNERZ, Ulf. 1993. "The Withering Away of the Nation? An Afterword". *Ethnos* 3- 4: 377- 391.
- International Commission for the Study of Communication Problems. 1980. *Many Voices, One World*. Paris: Unesco.
- MARQUES DE MELO, José. 1992. "MacBride and Latin America: From Cold War to the Good- Willing Spirit" en J. MARQUES DE MELO, ed., *Brazilian Communication Research Yearbook*. Sao Paulo: School of Communications and Arts, University of São Paulo: 109- 121.
- MARQUES DE MELO, José. 1995. "Development of the audiovisual industry in Brazil from importer to exporter of television programming". *Canadian Journal of Communication* 20(3): 317- 328.
- MARTÍN- BARBERO, Jesús. 1993a. *Communication, Culture and Hegemony: From the Media to Mediations*. Londres: Sage.
- MARTÍN- BARBERO, Jesús. 1993b. "Latin America: Cultures in the Communication Media". *Journal of Communication* 43(2): 18- 30.
- MARTÍN- BARBERO, Jesús. 1993/4. "La comunicación, centro de la modernidad: Una peculiar relación en América Latina". *Telos: Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad* 36, Dic. 1993- Feb. 1994: 39- 46.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. 1996. "Descentramiento cultural y palimpsestos de identidad". Ponencia para el seminario *Cultural Boundaries: Identity and Communication in Latin America*, Universidad de Stirling, 16- 18 de octubre.
- MATTELART, Michele y MATTELART, Armand. 1987. *Le Carnaval des Images: La Fiction Brésilienne*. Paris: La Documentation Française.
- MATTELART, Armand. 1994. *Les nouveaux scénarios de la communication internationale*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- McLENNAN, Gregor. 1995. *Pluralism*. BuLingham: Open University Press.
- MITCHELL, David y EINSIEDEL, Edna. 1995. "Introduction: Communication in the Americas". *Canadian Journal of Communication* 20(3): 291- 298.
- MORRIS, Nancy. 1995. Puerto Rico: *Culture, Politics, and Identity*. Westport, CT: Praeger.
- MURDOCK, Graham. 1992. "Citizens, Consumers and Public Culture" en SKOVMAND, Michael SCHROEDER, Kim Christian, eds., *Media Cultures: Reappraising Transnational Media*: 17- 41.
- ORTIZ, Renato. 1985. *Cultura brasileira e identidade nacional*. Sao Paulo: Brasiliense.
- ORTIZ, Renato. 1988. *A moderna tradição brasileira: Cultura brasileira e indústria cultural*. Sao Paulo: Brasiliense.
- ORTIZ, Renato. 1996. "Modernidade- mundo e Identidades". Ponencia para el seminario sobre *Cultural Boundaries: Identity and Communication in Latin America*, Universidad de Stirling, 16- 18 octubre..
- RONCAGLILO, Rafael. 1994. "Communication and Development: The Contribution of Research" en Cees J. HAMELINK y Olga LINNÉ, eds., *Mass Communication Research: On Problems and Policies*. Norwood, NJ: Ablex: 267- 275.
- RONCAGLILO, Rafael. 1995. "Trade Integration and Communication Networks in Latin America". *Canadian Journal of Communication* 20(3): 335- 342.

- SÁNCHEZ RUIZ, Enrique E. 1994. "The Mexican Audiovisual Space and the North American Free Trade Agreement (NAFTA)". *Media Information Australia* 71: 70
- SARLO, Beatriz. 1994. "Culturas populares, viejas y nuevas". *Escenas de la vida posmoderna*. Buenos Aires: Ariel: 107- 132.
- SCANNELL, Paddy, ed. 1991. *Broadcast Talk*. Londres: Sage.
- SCHLESINGER, Philip. 1987. "National Identity: Some Conceptions and Misconceptions Criticized". *Social Science Information* 26(2): 219- 264.
- SCHLESINGER, Philip. 1992. "Europeanness- A New Cultural Battlefield?". *Innovation in Social Sciences Research* 5(2): 11- 23.
- SCHLESINGER, Philip y DOYLE, Gillian. 1995. "Contradictions of Economy and Culture: The European Union and the Information Society". *Cultural Policy* 2(1): 25- 42.
- SCHLESINGER, Philip. 1996. "Should We Worry about America?" en Annemoon van HEMEL, Hans MOMMAAS, y Cas SMITHUISEN, eds., *Trading Culture: GATT, European Cultural Policies and the Transatlantic Market*. Amsterdam: Boekman Foundation: 96- 110.
- SINCLAIR, John. 1986. "Dependent Development and Broadcasting: The Mexican Formula". *Media, Culture and Society* 8(1): 81- 101.
- SMITH, Anthony. 1995. *Nations and Nationalism in a Global Era*. Cambridge: Polity Press.
- TOMLINSON, John. 1991. *Cultural Imperialism*. Londres: Pinter.
- TURNER, Brian. 1994. "Postmodern Culture/Modern Citizens" en Bart van STEENBERGEN, ed., *The Condition of Citizenship*. Londres: Sage: 153- 168.