

II. Los métodos: de los medios a las mediaciones

El sentido de los desplazamientos teóricos y metodológicos que indica el título está ya *contenido* en el análisis de los procesos que acabamos de exponer. Se hace necesario sin embargo abordarlos *en forma*, explicitarlos, desplegar el movimiento que disolviendo pseudo-objetos teóricos y estallando inercias ideológicas se abre paso estos últimos años en América Latina: investigar los procesos de constitución de lo masivo desde las transformaciones en las culturas subalternas. Cargada tanto por los procesos de transnacionalización como por la emergencia de sujetos sociales e identidades culturales nuevas, *la comunicación* se está convirtiendo en un espacio estratégico desde el que pensar los bloqueos y las contradicciones que dinamizan estas sociedades-encrucijada, a medio camino entre un subdesarrollo acelerado y una modernización compulsiva. De ahí que el eje del debate se desplace de los medios a las mediaciones, esto es, a las articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales, a las diferentes temporalidades y la pluralidad de matrices culturales.

1. Crítica de la razón dualista o los mestizajes de que estamos hechos

Eu me estou referindo a uma *sociedade relacional*: isto é, um sistema onde a conjuncao tem razoes que os termos que ela relaciona podem perfectamente ignorar. Para mim é básico estudar aquele ‘&’ que liga a casagrande con a senzala e aquele suposto espaço vazio, terrível e medonho que relaciona dominantes e dominados.

Roberto DaMatta

En los últimos años la travesía por la crisis de las ciencias sociales parecería apuntar a las razones del desencuentro entre método y situación. Un desencuentro que obliga a repensar no sólo los linderos entre las disciplinas y entre las prácticas, sino el sentido mismo de las preguntas: los lugares (teóricos) de entrada a los problemas y la trama de ambigüedades (políticas) que abarcan y descolocan las salidas. Las razones del desencuentro apuntan más allá de la teoría, a un desconocimiento que, en lugar de más conocimiento en la lógica pura de la acumulación, reclama el re-conocimiento, según la lógica de la diferencia, de verdades culturales y sujetos sociales. Reconocimiento de un mestizaje que en América Latina no habla de algo que ya pasó, sino de lo que somos, y que no es sólo *hecho* racial, sino *razón* de ser, trama de tiempos y de espacios, de memorias e imaginarios que hasta ahora únicamente la literatura había logrado decir. Porque quizá solamente ahí de objeto y tema el mestizaje pasó a ser sujeto y habla: un modo propio de percibir y de narrar, de contar y dar cuenta⁹³. Reconocimiento de aquel desconocimiento es, en la teoría y en la práctica, la aparición de una sensibilidad política nueva, no instrumental ni finalista, abierta tanto a la institucionalidad como a la cotidianidad, a la subjetivación de los actores sociales y a la multiplicidad de solidaridades que operan simultáneamente en nuestra sociedad. Y de un lenguaje que busca decir la imbricación en la economía de la producción simbólica y de la política en la cultura sin quedarse en operación dialéctica pues mestiza saberes y sentires, seducciones y resistencias que la dialéctica desconoce. Es como mestizaje y no como superación —continuidades en la discontinuidad, conciliaciones entre ritmos que se excluyen— como se están haciendo pensables las formas y sentidos que adquiere la vigencia cultural de las

diferentes indentidades: lo indígena en lo rural, lo rural en lo urbano, el folklore en lo popular y lo popular en lo masivo. No para ahorrarnos las contradicciones, sino para sacarlas del esquema y mirarlas haciéndose y deshaciéndose: brechas en las situación y situaciones de brecha.

La imposible pureza de lo indígena

El debate sobre la identidad sigue abierto en América Latina. Mezclados ahora sus significantes pero atrincheradas en los significados, las posiciones, aunque no tienen hoy la virulencia de los años 20-40, continúan alimentando la razón dualista con que son pensados los procesos sociales. De un lado, un nacionalismo populista obsesionado con el “rescate de las raíces” y la pérdida de la identidad, una identidad a buscar por supuesto en el mundo indígena rural aunque la inmensa mayoría de la población viva ya en la ciudad, pues las masas urbanas nada tendrían que ver con ella, su contaminación cultural y política haría de ellas la negación misma de lo popular. Del otro, un progresismo iluminista que sigue viendo en el pueblo, en su naturaleza indolente y supersticiosa, el obstáculo fundamental al desarrollo. Para la élite la cultura es distancia y distinción, demarcación y disciplina, exactamente lo contrario de un pueblo al que definirían sus “necesidades inmediatas”. ¿Desde dónde pensar la identidad mientras siga imperando una razón dualista, atrapada en una lógica de la diferencia que trabaja levantando barreras, que es lógica de la exclusión y la transparencia?

Pensar lo indígena en América Latina no es plantearse únicamente la cuestión de los veintiseis millones agrupados en cerca de 400 étnias, es plantearse también la cuestión de los “pueblos profundos”⁹⁴ que atraviesa y complejiza, aún en los países que hoy no tienen poblaciones “indias”, el sentido político y cultural de lo popular. Durante largo tiempo la cuestión indígena se mantuvo cercada por un pensamiento populista y romántico que identificó lo indígena con *lo propio* y esto a su vez con *lo primitivo*. Y convertido en piedra de toque de la identidad lo indígena pasó a ser lo único que nos queda de auténtico: ese lugar secreto en el que permanece y se conserva la pureza de nuestras raíces culturales. Todo el resto no es más que contaminación y pérdida de identidad. Lo indígena quedó

así convertido en lo irreconciliable con la modernidad y en lo privado de existencia positiva hoy. Como afirma Mirko Lauer: "Estamos en el reino de lo sin historia, de lo indígena como *hecho natural* de este continente, el punto de partida inmóvil desde el que se mide la modernidad"⁹⁵. Porque pensarlo en la dinámica histórica es pensarlo ya desde el mestizaje, en la *impureza* de las relaciones entre étnia y clase, de la dominación y la complicidad. Que es lo que se busca pensar hoy al reconceptualizar lo indígena desde el espacio político y teórico de *lo popular*: esto es, a la vez como culturas subalternas, dominadas, pero poseedoras de una existencia positiva, capaz de desarrollo. Frente al idealismo de una teoría de la diferencia que coloca a lo indígena en situación de exterioridad al desarrollo capitalista, y de una teoría de la resistencia que sobrevalora, idealistamente también, la capacidad de supervivencia cultural de las étnias, se abre paso "un camino entre dos vértigos: ni las culturas indígenas pueden existir con la autonomía pretendida por ciertos antropólogos o folkloristas, ni son tampoco meros apéndices atípicos de un capitalismo que todo lo devora"⁹⁶. Se configura así un mapa nuevo: las culturas indígenas como parte integrada a la estructura productiva del capitalismo pero sin que su verdad se agote ahí. Desconocer lo primero equivaldría a remitir la identidad cultural a un tiempo mítico, a una continuidad ahistórica que hace imposible comprender los cambios sufridos por esa identidad. Pero desconocer lo segundo sería hacerle el juego, caer en la trampa de atribuirle a la lógica capitalista la capacidad de agotar la realidad de lo actual. Que es lo que hacemos al negarle a lo indígena su capacidad de desarrollarse como culturas, capacidad que es irreconocible en la explicación economicista tanto como en la politización inmediateista.

El mapa propuesto por García Canclini para comprender el funcionamiento y el sentido de la producción artesanal y las fiestas indígenas, implica la diferenciación analítica de tres planos⁹⁷: el de las presiones que vienen de fuera, el de las mediaciones que operan desde dentro y el de las operaciones de afirmación étnica. Las *presiones* vienen en primer lugar del empobrecimiento progresivo del campesinado por el acelerado crecimiento demográfico y el deterioro de los precios de los productos agrícolas que empujan a la emigración y fomentan la concentración. En esas condiciones la producción de artesanías se convierte en un recurso económico tan importante que en algunas comunidades llega incluso a ser la fuente principal de

ingresos. También desde el consumo capitalista se originan presiones, pues el proceso de estandarización de los productos y la homogeneización de los gustos exige paradójicamente hacer frente a los riesgos de entropía renovando periódicamente los diseños, innovando en las texturas, produciendo diferencias. Y a esa renovación las artesanías aportan la rareza y variedad de sus diseños e incluso su imperfección. Lo que es traducido en términos de nostalgia por lo natural y lo rústico, de fascinación por lo exótico, constituyéndose así esa otra presión cada día más poderosa que es la del turismo. El turismo convirtiendo las culturas indígenas en espectáculo, forzando la estereotipación de las ceremonias o los objetos, mezclando lo primitivo y lo moderno, pero en una operación que mantiene la diferencia subordinada de lo primero a lo segundo. Y por último, la presión del Estado transformando las artesanías o las danzas en patrimonio cultural de la Nación, exaltándolas como capital cultural común, esto es, utilizándolas ideológicamente para hacer frente a la fragmentación social y política del país.

El campo de lo que denominamos *mediaciones* se halla constituido por los dispositivos a través de los cuales la hegemonía transforma desde dentro el sentido del trabajo y la vida de la comunidad. Puesto que es el sentido mismo de las artesanías o las fiestas el que es modificado por aquel desplazamiento “de lo étnico o lo típico” que no sólo para el turista, también en la comunidad, va produciendo la borradura de la memoria que convoca. Y ello en una doble operación de desconexión y recomposición. Fragmentado el proceso de producción, al menos por el distanciamiento entre producción e intercambio comunitario, se separa al individuo de su comunidad al interiorizarle la necesidad de firmar, de colocar su nombre en cada pieza, y se va disolviendo el sentido social de su trabajo. Los “pedazos” dispersos, los fragmentos separados de cada cultura son integrados en tipicidades que de lo nacional a lo transnacional revierten sobre las comunidades indígenas en formas de conductas o necesidades de objetos industriales sin los cuales su vida es ya prácticamente imposible. Aquello mismo que las comunidades indígenas produjeron, o mejor sus modos de producir, se convierten en vehículos mediadores de la desagregación: dislocación de las relaciones entre objetos y usos, entre tiempos y prácticas.

La dimensión de la *afirmación étnica* no está tan a la vista como las presiones ni se deja leer como las mediaciones en que trabaja la hegemonía. Su acceso se halla obstaculizado por

los pre-judicios, los presupuestos de un etnocentrismo que penetra con igual fuerza el discurso del antropólogo que el del militante político, y sobre el que se apoya en secreto nuestra propia necesidad de seguridad cultural. Etnocentrismo que nos incapacita para percibir el sentido del desarrollo de aquellas culturas. Así, por ejemplo, la demarcación entre arte y artesanía, basada en la identificación del arte con un “concepto unitario” que continúa platónicamente haciendo de los objetos artísticos el reflejo de la idea de arte, mientras “lo artesanal no parece tener un demiurgo propio y existe sólo confinado a su materialidad”⁹⁸. Sin la de-construcción de lo que el concepto de arte presupone será difícil que la valoración de lo artesanal no acabe haciendo de su diferencia un pretexto para valorizar el “verdadero” arte, sirviendo más allá de sus intenciones a la dominación cultural y social. El cambio pasa aquí por la percepción del proceso de *apropiación* que materializan las artesanías o las fiestas en cuanto transformación de *lo residual* (en el sentido que le ha dado Willians) en emergente y alternativo. Así, los diablos de barro de Ocumicho, en los que la creatividad cultural envuelve una respuesta a la situación “dicha” en términos de apropiación figurativa: la inclusión de los elementos más distintivos de lo moderno desde policías y motocicletas hasta aviones. Y cuya “razón” fue explicitada del modo siguiente: “Los diablos perseguían a la gente, que se enfermaba y enloquecía. A alguien se le ocurrió que había que darles lugares donde pudieran vivir sin molestar a nadie. Por eso hicimos diablos de barro, para que tuvieran donde estar”⁹⁹. Y de ese modo los diablos “modernos” —las nuevas enfermedades, los robos de tierras y la desintegración de la comunidad— eran puestos en discurso, en su discurso, pasando a ser a su manera “controlados” por la comunidad. Así la grabadora que por los tiempos de la fiesta en los pueblos de origen compran los chicanos y envían pagando el viaje a uno de ellos para que grabe las canciones y relatos de ese año y los lleve de vuelta a Estados Unidos para que el grupo pueda escucharlos durante el año. “Como tantos objetos ceremoniales, las grabadoras son el recurso para apropiarse y conservar los símbolos de su identidad. Es claro que el medio usado, el lugar de donde lo traen y a donde lo llevan, revela cómo la identidad está modificándose”¹⁰⁰. También las fiestas indígenas, aún despojadas de las proyecciones que sobre ellas efectúan con frecuencia los antropólogos, se revelan un espacio preciso de afirmación cultural. Es decir, no tanto en su ruptura con la cotidianidad, sino en su apropiación transformadora: en

cuanto afirmación de lo comunitario. La fiesta es el espacio de una especial producción simbólica en la que los rituales son el modo de apropiación de una economía que les agrade pero que no ha podido suprimir ni reemplazar su peculiar relación con lo posible y lo radicalmente otro. Que es el sentido de la mediación que los objetos sagrados y los ritos efectúan entre memoria y utopía.

La vigencia política de la afirmación étnica, de la imbricación entre memoria y utopía, es reivindicada explícitamente por Guillermo Bonfil en lo que ha denominado el "proyecto político indio". Fueron la tradición liberal y la concepción napoleónica, que estuvieron en el origen de los estados latinoamericanos, las que condujeron a "la negación de una personalidad política propia de los pueblos indios en la coyuntura histórica de la Independencia"¹⁰¹. Una concepción de la democracia que se basa en la asignación del estatuto de ciudadano a cada individuo y una visión homogénea y centralista de la Nación resultaron incompatibles con la asunción de la pluralidad étnica y cultural. De ahí se siguieron nuevas formas de desvalorización de lo indígena, de aplastamiento y disolución de unas identidades étnicas que a pesar de todo ello siguen todavía vivas. Como lo demuestra no sólo la permanencia de la producción de objetos y la vigencia de los ritos, sino la de las luchas, de los movimientos políticos que en forma de partidos, o de su inserción en la lucha armada o de otras formas, configuran a lo étnico en ámbito de movimientos sociales por el reconocimiento del derecho a las tierras y a unas formas propias de organización, de trabajo, de vida comunal y de expresiones simbólicas.

La revoltura de pueblo y masa en lo urbano

Si ante lo indígena la tendencia más fuerte es a pensarlo como lo primitivo y por tanto como un otro por fuera de la historia, frente a lo popular urbano la concepción más extendida es aquella que le niega lisa y llanamente la posibilidad misma de que exista culturalmente. Tan tenaz es el mito que decir popular evoca automáticamente lo rural, lo campesino. Y sus dos rasgos identificatorios: lo natural y lo simple. Que sería lo irremediablemente perdido o superado por la ciudad, identificada como lugar de lo artificial y lo complejo. Y si a eso le añadimos la concepción fatalista desde la que hoy suele mirarse

la homogeneización que viene de la industria cultural, decir urbano es nombrar la antinomia de lo popular. Pero los pesimismoes que allá llegan, vengan de la derecha o de la izquierda, conservan fuertes lazos de parentesco, a veces vergonzante, con aquella *intelligentsia* para la que lo popular se homologa siempre secretamente con lo infantil, con lo ingenuo, con lo cultural y políticamente inmaduro. Es la misma que durante largos años se negó a ver en el cine la más mínima posibilidad de interés estético. Al atraer tan fuertemente a las masas populares, el cine se convertía en sospechoso de elementalidad, y por tanto no apto para las complejidades y artificiosidades de la creación cultural. Aparte de ese resto pertinaz de elitismo aristocrático el reconocimiento e investigación de lo popular urbano debe enfrentar otro tipo de obstáculos, epistemológicos, que provienen de la romántica identificación de lo popular con lo inmediatamente distinguible por la nitidez de sus rasgos. Obstáculo que hoy se refuerza con aquel otro que identifica lo popular con una resistencia intrínseca, espontánea, que lo subalterno opondría a lo hegemónico.

Contra esas identificaciones maniqueas, que lastran desde dentro tanta investigación y crítica cultural, se abre camino una percepción nueva de lo popular en cuanto trama, entrelazamiento de sumisiones y resistencias, de impugnaciones y complicidades. Un trabajo pionero de dilucidamiento de esa trama es el llevado a cabo por Carlos Monsiváis quien, para el caso de México, ha trazado los hitos de la historia y el mapa de las transformaciones fundamentales sufridas por lo popular urbano desde comienzos del siglo¹⁰². Es una puesta en historia indispensable para la visualización del proceso que subyace y dinamiza la trama. De ahí que aún cuando mexicana, esa historia contiene en sus grandes trazos los rasgos fundamentales y las líneas de desarrollo de lo popular urbano en América Latina.

Situada en los primeros treinta años del siglo, la primera etapa está marcada por la Revolución y su proyección en la cotidianidad a través de una serie de dispositivos, peculiares unos al proceso revolucionario pero generalizables otros. Entre los peculiares sobresalen el teatro de la Revolución y el muralismo que, tornando *legendarias* a las masas, las trasmutan en *pueblo* al convertir sus rasgos en arquetipos. Es un cambio de signo que transforma el costumbrismo en afirmación nacionalista, cambio cargado de ambigüedad pero que señala indudablemente la solidaridad puesta en marcha por una Revolución

que de la escena a los muros hace visible y socialmente aceptables gestos, costumbres, modos de hablar hasta entonces negados o reprimidos. Entre los generalizables está la canción: por un lado fundiendo elementos de nostalgia campesina con los nuevos modos de sentir ciudadanos, y por otro enfrentando la pasión sin tapujos al moralismo y el refinamiento urbanos. También las “carpas”, los salones de baile, que como los teatros son espacio de despliegue de otra dimensión de lo popular, la de la expresividad del tumulto hecho de carcajada y de relajo, de silbidos y ruidos obscenos, de groserías a través de las cuales se liberan mezcladas la rebeldía política y la energía erótica. Monsiváis ha prestado una especial atención a esa veta de lo popular urbano que abre la relación entre grosería y política, la de “las malas palabras como gramática esencial de clase”¹⁰³. Más allá del peso específico que puedan cobrar en cada situación nacional esas “expresiones” de lo popular, lo que resulta decisivo es el señalamiento del sentido que adquiere: son las masas haciéndose socialmente visibles, “configurando su hambre por acceder a una visibilidad que les confiera un espacio social”¹⁰⁴.

Una segunda etapa se inicia ya entrados los años treinta y caracterizada, con diferencias pero de una punta a la otra de América Latina, por la entrada a la vez en la industrialización dependiente y en los populismos, por las grandes migraciones hacia la ciudad y la hegemonía de la industria cultural con la radio y el cine. En la cultura el populismo se hace nacionalismo y va a encontrar en el cine —especialmente en el mexicano y el argentino— su mejor medio de expresión y difusión. Si crear un país es en cierto modo teatralizarlo, será el cine el encargado de efectuar esa representación —simbolización mitificada— de los gestos y los moldes vitales de lo nacional. Al cine se le encarga darle imagen y voz a las identidades nacionales. Y al cine irán las masas populares no tanto a divertirse cuanto a “experimentar con su vida cotidiana”, a “ver reiterados sus códigos de costumbres”. Es un cine que, como apuntábamos más atrás, hace nacionalismo desde el melodrama: el género capaz de vertebrar cualquier tema o situación a la vez evocando mitos y masificando modos de comportamiento. Pero más allá de los chauvinismos esa identidad resultaría vital para unas masas urbanas que a través de ella amenguan el impacto de los choques, haciendo a su manera una síntesis de la cultura tradicional y las imposiciones y exigencias de la ciudad. Y con el cine, la radio será el otro medio que permitirá conectar lo que viene de las culturas campesinas con el mundo de la sensibilidad

urbana. Conservando sus hablas, sus canciones y no poco de su humor, la radio mediará entre tradición y modernidad. Y será también el vehículo más eficaz —hasta la aparición de la televisión a finales de los años cincuenta— de valores clasistas y racistas, y de la reducción de la cultura a slogans: una creciente deformación melódica o ideológica de las canciones y un nacionalismo que se torna cada día más hueco y pintoresco. Cine y radio serán al mismo tiempo los gestores de una integración musical latinoamericana que se apoyará tanto en la “popularidad” de ciertos ritmos —el bolero, la ranchera, el tango— como sobre la mitificación de algunos ídolos de la canción. Desde esos años el otro gran creador de ídolos y pasiones populares urbanas será ya el fútbol.

A partir de los sesenta la cultura popular urbana es cercada por la industria cultural que deja cada día menos espacios fuera de su influencia, y traspone unos modelos que toma crecientemente del mercado trasnacional. La propuesta cultural se torna seducción tecnológica e incitación al consumo, homogeneización de los estilos de vida deseables, arrumbamiento de lo nacional en “el limbo anterior al desarrollo tecnológico” e incorporación de los viejos contenidos sociales, culturales, religiosos, a la cultura del espectáculo¹⁰⁵. En esa tarea la publicidad será esencial: transforma los productos comerciales en instituciones hogareñas al tiempo que contribuye a mitificar un “progreso” tecnológico que en las condiciones económicas de las clases populares se traduce en desvalorización cotidiana de sus saberes y sus prácticas. Y en el centro de la nueva dinámica cultural, oficiando de gran interlocutor, estará la televisión. Descaradamente norteamericana y erigida en criterio de una y la misma modernización para todo el país, la televisión dirime sobre lo actual y lo anacrónico. Lo mismo en el terreno de los artefactos que de las hablas. Si la radio nacionalizó el idioma lo hizo sin embargo conservando ciertos ritmos, acentos, tonos. La televisión unifica para todo el país un habla en el que, salvo a efectos de folklorización, la tendencia es a hacer desaparecer las entonaciones regionales. Y con su obsesión por lo actual, o mejor por la actualidad, la televisión suplantaré las temporalidades y los ritmos en un discurso que busca contemporaneizar todo. Claro que a la televisión se deberá también la aceleración de la modernización de las masas marginadas o rezagadas. Pero, ¿a qué costo? La respuesta a esa pregunta no puede hacerse desde la sola dinámica del medio o la lógica de la industria que alimenta y programa ese medio,

porque ello implicaría desconocer —como de hecho sucedió durante mucho tiempo— la distancia entre los ofrecimientos de la industria y los modos de apropiación y de conducta. Es la segunda gran lección ofrecida por la lectura histórica que de lo popular urbano nos ofrece Monsiváis, la atención dirigida a la dinámica de los usos: “La manera y los métodos en que colectividades sin poder político ni representación social *asimilan los ofrecimientos a su alcance*, sexualizan el melodrama, derivan de un humor infame hilos satíricos, se divierten y se conmueven sin modificarse ideológicamente, persisten en la rebelión política al cabo de una impresionante campaña despolitizadora, vivifican a su modo su cotidianidad y tradiciones *convirtiendo las carencias en técnica identificatoria* [...] Las clases subalternas asumen, porque no les queda de otra, una industria vulgar y pedestre, y ciertamente la transforma en autocomplacencia y degradación, pero también en identidad regocijante y combativa”¹⁰⁶. La investigación de los usos nos obliga entonces a desplazarnos del espacio de los medios al lugar en que se produce su sentido, a los movimientos sociales y de un modo especial a aquellos que *parten* del barrio.

Por lo que pasa en el barrio popular se interesan hoy no sólo los sociólogos, los antropólogos y los comunicadores, también los historiadores. Una investigación pionera en la construcción de una historia de las culturas de barrio es la emprendida por L.H. Gutiérrez y L.A. Romero para la ciudad de Buenos Aires¹⁰⁷. El barrio aparece ahí definido desde dos coordenadas: el movimiento de dislocación espacial y social de la ciudad por fuerza del “aluvión inmigratorio” y el movimiento de fermentación cultural y política de una nueva identidad de lo popular. Rehaciendo solidaridades de origen nacional o de trabajo el barrio anuda y teje nuevas redes que tienen como ámbito social la cuadra, el café, el club, la sociedad de fomento y el comité político. A partir de ellos se irá forjando “una cultura específica de los sectores populares, diferente de la de aquellos trabajadores heroicos de principios de siglo, y distinta también de la del ‘centro’ en relación con la cual a menudo se definía”¹⁰⁸. En su base se halla una cultura política que ya no es la de *los trabajadores*, aquella visión del mundo frontalmente cuestionadora que hacían los anarquistas o socialistas, sino otra más reformista, que miraba la sociedad como algo que podía ser mejorado, una sociedad que sin ser radicalmente distinta a la existente podía llegar a ser mejor organizada, más justa. Visión que se configura a partir de la imagen (y la experiencia) de

movilidad social que ofrecía la sociedad y de la percepción de que sociedad y Estado habían logrado un grado de solidez que era ya difícilmente enfrentable. Al cambiar la percepción y representación que los sectores populares se hacen de la sociedad y sus conflictos, las propuestas de transformación se hacen más complejas y matizadas, y la representación política pasa del radicalismo anarquista al sindicalismo reformista.

Desde tres tipos de ámbitos distintos se va a configurar esa cultura barrial: los constituidos por factores ajenos, como la escuela; los que constituidos desde fuera son sin embargo dotados de significación propia, como el café; los que son creación en buena medida autónoma de los sectores populares, como las bibliotecas y los clubs. Las *bibliotecas*¹⁰⁹, organizadas en torno a comités partidistas y las sociedades de consumo, harán posible un contacto directo y activo de la cultura oral, predominante en esos sectores, con la del libro y la revista. Activo porque la biblioteca no está circunscrita a la circulación de libros, sino que es centro de cursos, de conferencias y campañas (de higiene materna, antialcohólicas, etc.). Los *clubs*, en manos de los más jóvenes, organizaban competencias deportivas —de fútbol sobre todo—, sesiones de cine y de teatro, bailes, conciertos. El otro elemento configurador básico de esa cultura fueron los *mediadores*. Son activistas o “cuadros”, adherentes algunos al Partido Socialista, maestros y también pequeños comerciantes y profesionales del barrio, que operan en las instituciones barriales haciendo el nexo entre las experiencias de los sectores populares y otras experiencias del mundo intelectual y de las izquierdas. Son transmisores de un mensaje, pero insertos en el entramado de la cultura popular del barrio¹¹⁰.

El aluvión inmigratorio ha seguido incesante hasta hoy. Y quizá en pocas ciudades de América Latina el fenómeno adquiere en la actualidad las proporciones sociales y culturales que tienen en Lima, donde habita casi la mitad del país y donde el 70 por ciento de esa población vive en asentamientos populares, en “pueblos jóvenes”, esto es, en barrios de invasión legalizada o por legalizar. Y en Lima justamente los movimientos sociales que se gestan desde los barrios están obligando a replantear a fondo las concepciones esquemáticas con las que hasta hace poco se buscaba encuadrar el movimiento popular: “Los pobres de la ciudad no sólo han invadido los terrenos y una serie de actividades que se desarrollan en la urbe, sino que también han ‘invadido’ los esquemas y las concepciones de muchos sectores, en algunos casos haciéndolos saltar por los

aires”¹¹¹. La barriada, inexistente hace treinta años en Lima, se convierte en el principal personaje de la “nueva” Lima como resultado de la basculación ecológica y demográfica de un país que en 1940 era rural en el 65 por ciento y ahora es en el 65 por ciento urbano. “En 1984, Lima es una ciudad de forasteros. Las multitudes de origen provinciano, desbordadas en el espacio urbano, determinan profundas alternaciones en el estilo de vida de la capital y dan un rostro nuevo a la ciudad”¹¹². Una ciudad *desbordada* en su geografía y en su moral: las situaciones de hecho —invasiones de terrenos en la periferia para habitar y de las calles del centro para hacer algo que permita sobrevivir— generan nuevas fuentes de derecho reconocidas o permitidas por un Estado a su vez desbordado. Y en su cultura: la “gravitación andina” transforma de raíz la ciudad costeña y criolla. Claro que la vida de la ciudad disuelve en buena parte las solidaridades y los modos de vida de las gentes que llegan de provincia, pero esas solidaridades y modos de vida “instituyen y encauzan los lazos sociales en el nuevo medio, haciéndose centros de las nuevas formas de solidaridad”¹¹³. Y un ámbito clave en la gestación de esas nuevas formas es precisamente el barrio. Son sus asociaciones y centros los que ofrecen un tamaño y un clima capaces de congregarse a los migrantes al ofrecerles un mínimo de representación frente a las autoridades, frente al Estado. Se trata de asociaciones que no se agotan en el barrio y que en muchos casos articulan la percepción y solución de los problemas barriales a un proyecto social más ancho, global. La lucha por la vivienda, por los servicios de energía eléctrica y de agua, por un transporte mínimo y un mínimo de atención a la salud se inscribe en una realidad más integral, la de la lucha por la identidad cultural. En una sociedad tan poco institucionalizada las asociaciones populares —desde las organizaciones de autoconstrucción y los comedores barriales a los centros de educación— “van construyendo un tejido social que va *desarrollando una institucionalidad nueva*, fortaleciendo la sociedad civil, haciendo presentes rasgos de nuevas relaciones sociales y de sujetos colectivos en la vida del país”¹¹⁴. Es un proyecto de democracia nueva el que en esos movimientos apunta, y en el que lo que se cuestiona no es la necesidad de los partidos, sino su monopolio de la política y su concepción de una política separada de la vida cotidiana del pueblo y dedicada exclusivamente a la lucha por la toma del Estado o su preservación. Mirada desde la vida cotidiana de las clases populares, la democracia ya no es un mero asunto de

mayorías, sino ante todo de articulación de diversidades; una cuestión no tanto de cantidad, sino de complejidad y pluralidad. Porque así es el mundo popular. Y la homogeneización que aplasta y disuelve esa pluralidad y esa complejidad no viene únicamente del imaginario que propaga la cultura de masa, sino también de una razón política que en su estrechez y maniqueísmo despolitiza lo que lúcidamente llama Hugo Hassman, “las formas populares de la esperanza”, su religiosidad y su melodramatismo.

El acceso a la cotidianidad barrial pasa ineludiblemente por el reconocimiento del protagonismo de las mujeres. “Cargan piedras y agua, participan en las movilizaciones, construyen, venden y compran; son uno de los ejes centrales de la vida barrial y llegan a tener un determinado poder que se sustenta en la fuerza de lo cotidiano. Ellas son el barrio, en cierta forma ellas deciden el barrio”¹¹⁵. Y ellas hacen el barrio a partir de una percepción de lo cotidiano configurada básicamente desde la maternidad. Una *maternidad social* que en lugar de encerrarse sobre su familia hace del barrio su espacio de despliegue y de ejercicio. Pues en esa cultura “la maternidad es símbolo explicativo y proyectivo de la conciencia popular familiar. El rol histórico popular tiene sentido en la medida en que la familia está funcionando al interior del movimiento social, como estructura de organización y como motor motivacional de esperanza”¹¹⁶. Ese rol lo hace visible especialmente el proceso de migración, sus condiciones de desagregación social, de vacío afectivo y el desprecio con que la capital recibe a los migrantes provincianos. La mujer en esas condiciones se constituye en la *recreadora de una socialidad primordial* que es a la vez encuentro y mediación. No se trata de ser dirigente en vez de madre, sino de serlo porque se es madre y esposa. Las mujeres en los barrios populares de Lima erigen su maternidad en “viabilizadora de la conquista de la ciudad y de la nueva identidad del pueblo provinciano residente en la capital”¹¹⁷. He ahí una realidad difícilmente pensable desde cierto feminismo, pues lo desafía de cabo a rabo. Por la imagen de mujer y la imagen de hombre frente a la que se define, esto es, por el machismo que paradójicamente recubre. En base a los relatos de las propias mujeres que narran su papel en la forja del barrio se ve emerger una experiencia nueva: una interpelación a lo político desde lo cotidiano, una integración de las diversas dimensiones de la vida “normalmente” separadas, compartimentalizadas, y un cuestionamiento de dimensiones inéditas

de la opresión. “Grandes desveladoras de paradojas sociales y culturales, (las mujeres) enarbolan la unión entre las tramas sociales y las afectivas, entre las problemáticas y las alternativas, entre el dolor y la esperanza”¹¹⁸.

Hay otra dimensión fundamental de lo popular que en el barrio revela su densidad cultural y social: los procesos de reconocimiento como “lugar” de constitución de las identidades. En nuestra sociedad la separación entre tiempo de trabajo y tiempo “libre”, o entre trabajo y vida, opera casi automáticamente en desvaloración de lo segundo. Y la mayoría de los estudios de sociología crítica sobre la vida en el barrio operan desde la misma descalificación: el barrio como “dormitorio” o como universo de lo familiar y lo doméstico, como espacio sólo de la *reproducción* de la fuerza de trabajo. Comienza sin embargo a ser desafiada esa visión por una antropología urbana que, sin caer en las trampas de la antropología de la pobreza¹¹⁹, esto es, sin renunciar a una concepción estructural de la diferencia y la conflictividad social, descubre que “en el trabajo no se es fulano o zutano, joven o adulto, casado o soltero, hombre o mujer, sino apenas un trabajador, un empleado. Y aunque esas identidades —sobre las que se estructura en gran medida la vida social— puedan repercutir a la hora de vender la fuerza de trabajo, no es en el mercado ni en el lugar de trabajo donde ellas se construyen y transmiten, sino en la familia, en el barrio, donde se habita junto a amigos y vecinos”¹¹⁹. El barrio aparece entonces como el gran mediador entre el universo privado de la casa y el mundo público de la ciudad, un espacio que se estructura en base a ciertos tipos específicos de sociabilidad y en últimas de *comunicación*: entre *parientes* y entre *vecinos*. El barrio proporciona a las personas algunas referencias básicas para la construcción de un *nosotros*, esto es, de “una socialidad más ancha que la fundada en los lazos familiares y al mismo tiempo más densa y estable que las relaciones formales e individualizadas impuestas por la sociedad”¹²⁰. Frente a la provisionalidad y rotatividad del mercado de trabajo que, especialmente en tiempo de crisis económica dificulta la formación de lazos permanentes, es en el barrio donde las clases populares pueden establecer solidaridades duraderas y personalizadas. Porque es en ese espacio donde quedar sin trabajo no significa perder la identidad, esto es, dejar de ser hijo de fulano o padre de mengano. Y frente a lo que sucede en los barrios residenciales de clases altas y medias altas, donde las relaciones se establecen más en base a lazos profesionales que de vecindad, per-

tener al barrio para las clases populares significa poder ser reconocido en cualquier circunstancia.

Lugar de reconocimiento, el barrio nos pone en la pista de la especificidad de producción simbólica de los sectores populares en la ciudad. Y no sólo en la religiosidad festiva¹²¹, también en la expresividad estética. A este respecto, y aun cuando excepcional en algunos aspectos, lo que sucede en el barrio de Tepito de Ciudad de México es buena muestra de la capacidad popular de producción cultural hoy en la ciudad. Y del papel que puede jugar el barrio como espacio de despliegue de esa creatividad. En cierto sentido, la creatividad y originalidad de Tepito arranca de su localización: un barrio popular situado en el “viejo centro” de la ciudad, a sólo ocho calles del Zócalo. Y amenazado desde hace años por sucesivos planes de demolición para “sanear” el centro, sus habitantes harán de la cultura, de la explicitación del *hecho cultural* que es el barrio, su mejor arma para defenderlo y sobrevivir como comunidad. Se convierte así en un barrio que desafía los intereses financieros —según los cuales no es más que un barrio— lumpen, tapadera de contrabandistas y mafiosos— y que vive de la venta de cantidades de objetos que allí se producen con materiales y piezas de deshecho, una producción que las gentes del barrio califican como “reciclaje de la basura tecnológica”. Pero no vive sólo de eso, vive también del movimiento permanente por hacerse comunidad desde lo artístico: “pintando sobre el muro, o sea, la pared, fuimos descubriendo por cachondez pura que varias paredes forman una vivienda y varias viviendas una vecindad, y que varias vecindades una manzana y varias manzanas forman las calles y que todo junto forma el Barrio”¹²². Pero no un barrio circunscrito a una función, sino al menos con cuatro: vivienda, taller, depósito y tienda. O sea, “una arquitectura para humanos”, un espacio que en lugar de separar y aislar comunica e integra: la casa con la calle, la familia con la vecindad, la cultura con la vida. Y de ese modo “la cultura acá no es oficial, no vehicula buenas o malas informaciones, no es propiedad de nadie, es modo de ser, de vivir y de morir”. Y como el barrio en su conjunto, cada elemento también tiene funciones múltiples. La calle no es puro espacio de paso, sino lugar de encuentro, de trabajo y de juego. El patio de la vecindad, con sus lavaderos y sus ropas secándose, es chismeadero y conjunto escultórico. El “sentido del desmadre” y la “capacidad de improvisación” son el secreto de una creatividad comunitaria que consiste fundamentalmente en “resucitar lo nuevo de lo

viejo". Es lo que hacen al componer una máquina de coser con piezas de diferentes artefactos o al pintar "frescos" no para tapar los desconchones de las paredes, sino en ellos, "en el enmohecido, donde duele y procede a desvelar una memoria popular, sin preparar la superficie, sin boceto, directamente sobre el muro, integrando los ritmos ya dados por elementos espaciales en la vecindad". O al hacer montajes audiovisuales que recogen la vitalidad del barrio, la visual y la sonora, en una estética no decorativa, no de tarjeta postal, sino constitutiva, conformadora a su vez de la vida barrial.

De la creatividad estética popular en la ciudad son buena muestra también los graffitis o pintadas, las decoraciones de los autobuses, el arreglo de las fachadas, los chistes y hasta la escenografía de las vitrinas en los almacenes populares. De entre todas esas expresiones la que presenta una transformación más sintomática de los cambios que se están produciendo en el modo de existencia de lo popular urbano quizá sea el *graffiti*: lugar hoy de mestizaje de la iconografía popular y la imaginaria política de los universitarios¹²³. Al mismo tiempo que la tradicional consigna ideológica escapa a la estrechez formal de la escritura y al simplismo panfletario recuperando la expresividad y polisemia de la imagen, la "pintada" popular sale de la clandestinidad de los sanitarios y extiende su iconografía obscena y blasfematoria por los muros de la ciudad. La denuncia política se abre a la poética y la poética popular se carga de densidad política. Diversos modos de rebelión se encuentran y mestizan *tatuando la protesta*, como expresivamente dice Alberto Silva, en la piel de la ciudad.

Menos referencialmente política que los graffiti pero igualmente proceso de reelaboraciones y montajes, la música constituye un exponente clave de lo popular urbano. De un polo al otro: desde de la "chicha" o cumbia peruana hasta el "rock nacional" en Argentina¹²⁴. En ambos caso la apropiación y reelaboración musical se liga o responde a movimientos de constitución de nuevas identidades sociales: la del migrante andino en la ciudad capital o la de una juventud que busca su expresión. Y en ambos también la nueva música se produce no por abandono, sino por mestizaje, por deformación profanatoria de "lo auténtico". No resultará entonces extraña la repulsa, la condena o el desprecio que esa música suele recibir de aquellos que, en la derecha o en la izquierda, cultivan autenticidades altas o bajas. Mezclarle rock al tango o cumbia al huayno y guitarra eléctrica a la quena es más de lo que cual-

quiera oído “sano” puede soportar. Y sin embargo, ¿qué más significativo de las transformaciones sociales y culturales que hoy se producen en lo urbano que esa fusión de la música andina con la negra en que se reconocen hoy las masas populares limeñas? A unos indígenas que se quejaban de no encontrar en la ciudad las cañas con las que hacer su música, José María Arguedas les retó a que hicieran su música con tubos de plástico, pues “ya no es necesario que cada festejante tenga que buscar flores en la montaña, ni encargar personalmente la fabricación de instrumentos musicales. Todo se encuentra ahora en el mercado. Las danzas indígenas características del valle se bailan con acompañamiento de modernas orquestas integradas por músicos profesionales que componen nuevas melodías para estas danzas. Lo folklórico se ha hecho popular”¹²⁵

2. La comunicación desde la cultura

Durante largo tiempo la verdad cultural de estos países importó menos que las seguridades teóricas. Y así anduvimos convencidos de que lo que era comunicación debía decirnoslo *una* teoría —sociológica, semiótica o informacional—, pues sólo desde ella era posible deslindar el campo y precisar la especificidad de sus objetos. Pero algo se movió tan fuertemente en la realidad que se produjo un emborronamiento, un derrumbe de las fronteras que delimitaban geográficamente el campo y nos aseguraban psicológicamente. Desdibujado el “objeto propio” nos encontramos a la intemperie de la situación. Pero ahora ya no estábamos solos, por el camino había otras gentes que sin hablar de “comunicación” la estaban indagando, trabajando, produciendo: gentes del arte y la política, la arquitectura y la antropología. Habíamos necesitado que se nos perdiera el “objeto” para encontrar el camino al movimiento de lo social en la comunicación, a la comunicación en proceso.

Lo que ni el ideologismo ni el informacionalismo permiten pensar

Han sido dos las etapas de formación del paradigma hegemónico para el análisis de la comunicación en América

Latina. La primera se produce a finales de los sesenta, cuando el modelo de Lasswell, procedente de una epistemología psicológico-conductista, es vertido en el espacio teórico de la semiótica estructuralista, espacio a través del cual se hace posible su “conversión”, esto es, su encuentro con la investigación crítica. Llamo *ideologista* a esta etapa porque su objetivo estuvo centrado en descubrir y denunciar, articulando aquellas matrices epistemológicas con una posición de crítica política, las estrategias mediante las cuales la ideología dominante penetra el proceso de comunicación o mejor, para decirlo con el lenguaje de ese momento, penetra el mensaje produciendo determinados efectos. La omnipotencia que en la versión funcionalista se atribuía a los *medios* pasó a depositarse en la *ideología*, que se volvió objeto y sujeto, dispositivo totalizador de los discursos. Se produjo así un ambiguo recorte del campo de la comunicación que, subsumido en lo ideológico, acabó sin embargo definiendo su especificidad por aislamiento. Tanto el dispositivo del *efecto*, en la versión psicológico-conductista, como el del *mensaje* o el *texto* en la semiótico-estructuralista, terminaban por referir el sentido de los procesos a la inmanencia de lo comunicativo. Pero en hueco. Y al llenar ese hueco con “lo ideológico” nos quedamos con el recorte —con el comunicacionismo— y sin especificidad. La mejor prueba de lo que estoy diciendo es que la denuncia política que se hacía *desde la comunicación* no logró superar casi nunca la generalidad de la “recuperación por el sistema”, “la manipulación”, etcétera.

De la amalgama entre comunicacionismo y denuncia lo que resultó fue una esquizofrenia, que se tradujo en una concepción instrumentalista de los medios de comunicación, concepción que privó a estos de espesor cultural y materialidad institucional convirtiéndolos en meras herramientas de acción ideológica. Con el agravante de que reducidos a herramientas los medios eran moralizados según su uso: malos en manos de las oligarquías reaccionarias, se transformarían en buenos el día que el proletariado los tomara en las suyas. Esa era la creencia salvo en ciertos reductos militantes en los que el pecado original de haber nacido capitalistas condenaba a los medios masivos hasta la eternidad a servir a sus amos. El apocalipsis fue la única alternativa a la esquizofrenia. Pero quizá no era más que su doble. Pues en definitiva la ideologización impidió que lo que se indagara en los procesos fuera otra cosa que las *huellas del dominador*. Y para nada las del dominado y menos las del conflicto. Una concepción “teológica” del poder —puesto

que se lo pensaba omnipotente y omnipresente— condujo a la creencia de que con sólo analizar los objetivos económicos e ideológicos de los medios masivos podía saberse qué necesidades generaban y cómo sometían a los consumidores. Entre emisores-dominantes y receptores-dominados ninguna seducción ni resistencia, sólo la pasividad del consumo y la alienación descifrada en la inmanencia de un mensaje-texto por el que no pasaban los conflictos, ni las contradicciones y mucho menos las luchas.

Desde mediados de los setenta se abre paso otra figura precedida de este discurso: “Ya está bien de ideología y de denuncias, seamos serios y empecemos a hacer ciencia”. Entramos así en la segunda etapa que podemos denominar *cientifista*, ya que en ella el paradigma hegemónico se reconstruye en base al *modelo informacional* y a un *revival positivista* que prohíbe llamar problemas a todo aquello para lo que no tengamos un método. La crisis que después de los golpes militares en el Cono Sur atraviesan las izquierdas latinoamericanas, con su secuela de desconcierto y de repliegue político, sería un buen caldo de cultivo para el chantaje cientifista. El cortocircuito teórico que se produjo podría describirse así: los procesos de comunicación ocupan cada día un lugar más estratégico en nuestra sociedad, puesto que, con la información-materia prima, se ubican ya en el espacio de la producción y no sólo en el de la circulación. Pero el estudio de esos procesos se halla aún preso de una dispersión disciplinar y metodológica tal que nos hace imposible saber con objetividad qué es lo que ahí está pasando. Estamos entoces urgidos de una teoría capaz de ordenar el campo y delimitar los objetos. Y bien, esa teoría existe ya, sólo que su elaboración ha tenido lugar en un espacio algo alejado de las preocupaciones de los críticos: en el de la ingeniería, y se llama *teoría de la información*. Definida como “transmisión de información”, la comunicación encontró en esa teoría un marco de conceptos precisos, de deslindes metodológicos e incluso de propuestas operativas, todo ello avalado por la “seriedad” de las matemáticas y el prestigio de la cibernética capaces de ofrecer un modelo incluso a la estética. El modelo informacional entra entonces a adueñarse del campo, abonado como estaba por un funcionalismo que sobrevivió en la propuesta estructuralista y en cierto marxismo¹²⁶.

Si al modelo semiótico, al del análisis centrado en mensajes y códigos, le faltó un entramado de conceptos capaz de abarcar el campo y deslindarlo sin amalgamas, el deslinde

operado por el modelo informacional deja demasiadas cosas fuera. Y no sólo la cuestión del sentido, sino la del poder. Queda fuera toda la gama de preguntas que vienen de la información como proceso de comportamiento colectivo. Queda fuera el conflicto de intereses que juegan en la lucha por informar, producir, acumular o entregar información, y por consiguiente los problemas de la desinformación y del control. Y al dejar fuera del análisis las condiciones sociales de producción del sentido, lo que el modelo informacional elimina es el análisis de las luchas por la hegemonía, esto es, por el discurso que “articula” el sentido de una sociedad.

Ahora bien, el modelo informacional llega ahí no en base a lo que dice, sino a lo que presupone. Y a ese nivel de los presupuestos es donde se halla la complicidad del modelo semiótico dominante con el informacional: en una “economía” según la cual las dos instancias del circuito —emisor y receptor— se presuponen situadas sobre el mismo plano y el mensaje circula entre instancias homólogas. Lo que implica no sólo el idealismo, contra el que ya Lacan planteó la cuestión del código como espacio de dominio revestido de “encuentro”, sino la presunción de que el máximo de comunicación funciona sobre el máximo de información y éste sobre la univocidad del discurso¹²⁷. Con lo que se hace impensable todo lo que en la comunicación no es reducible ni homologable a transmisión y medición de información, o porque no cabe —como un baile o un ritual religioso— en el esquema emisor/mensaje/receptor, o porque introduce una asimetría tal entre los códigos del emisor y el receptor que hace estallar la linealidad en que se basa el modelo.

Por otro lado, el paradigma hegemónico se sustenta en una fragmentación del proceso, que es a su vez convertida en garantía de rigor y criterio de verdad. Esa fragmentación homologa el proceso de comunicación al de transmisión de una información, mejor dicho, reduce aquél a éste. De ahí que convertida en verdad metodológica la *separación* entre el análisis del *mensaje* —ya sea éste análisis de contenido o de expresión, de estructuras textuales u operaciones discursivas— y el análisis de la *recepción* concebida llana o sofisticadamente como indagación acerca de los efectos o de la reacción. En todo caso la fragmentación a la que es sometido, y desde la que es pensado el proceso de comunicación, controla reductoramente el tipo de preguntas formulables delimitando así el universo de lo investigable y los modos de acceso a los problemas.

Pero la verdadera envergadura teórica de la racionalidad informacional reside en su noción de conocimiento: “acumulación de información más clasificación”. La tendencia es entonces a dejar sin sentido las contradicciones por considerarlas no como expresiones de conflictos, sino como residuos de ambigüedad. Nos hallamos ante una racionalidad que disuelve “lo político”. Pues lo político es justamente la asunción de la opacidad de lo social en cuanto realidad conflictiva y cambiante, asunción que se realiza a través del incremento de la red de mediaciones y de la lucha por la construcción del sentido de la convivencia social. De manera que si el primer modelo se resolvía en una concepción instrumental de los medios, este segundo termina en una disolución tecnocrática de lo político. “Si los problemas sociales son transformados en problemas técnicos, habría una y sólo una solución. En lugar de una decisión política entre distintos objetivos sociales posibles, se trataría de una solución tecno-científica acerca de los medios correctos para lograr una finalidad prefijada. Para ello es posible prescindir del debate público; no cabe someter un hecho técnico o una ‘verdad científica’ a votación. El ciudadano termina reemplazado por el experto”¹²⁸. Ahí es donde el cortocircuito señalado halla su punto de cierre: la centralidad de los procesos de comunicación en nuestra sociedad *significa*, para la racionalidad informática, la disolución de la realidad de lo político.

Cultura y política: las mediaciones constitutivas

No son únicamente los límites del modelo hegemónico los que nos han exigido cambiar de paradigma. Fueron los tercetos hechos, los procesos sociales de América Latina, los que nos están cambiando el “objeto” de estudio a los investigadores de comunicación. Para percibir esto no hay más que ojear los títulos de seminarios y congresos latinoamericanos sobre comunicación en estos últimos cinco años y constatar la presencia obsesiva de los términos “transnacionalización”, “democracia”, “cultura” y “movimiento popular”. Con la *cuestión transnacional* lo que es nombrado no es la mera sofisticación del viejo imperialismo, sino una nueva fase en el desarrollo del capitalismo, en la que justamente el campo de la comunicación entra a jugar un papel decisivo. Lo que aparece en juego ahora no es la imposición de un modelo económico, sino el “salto” a la inter-

nacionalización de un *modelo político*. Lo cual obliga a abandonar la concepción que se tenía de los modos de lucha contra la “dependencia”, pues “es muy distinto luchar por independizarse de un país colonialista en el combate frontal con un poder geográficamente definido, a luchar por una identidad propia dentro de un sistema trasnacional, difuso, complejamente interrelacionado e interpenetrado”¹²⁹. Y como la trasnacionalización juega primordialmente en el campo de las tecnologías de comunicación —satélites, telemática—, de ahí que sea en el campo de la comunicación donde la cuestión nacional encuentra ahora su punto de fusión. Y ello tanto en el cuadro de las relaciones de clases como en el de las relaciones entre pueblos y étnias que convierten a *la Nación* en un foco de contradicciones y conflictos inéditos. Conflictos cuya validez social no cabe en las fórmulas políticas tradicionales, ya que están dando nacimiento a nuevos actores sociales que ponen en cuestión la cultura política tradicional tanto en la derecha como en la izquierda. ¿De qué conflictos se trata? No sólo de aquellos obvios que aparecen como el costo social que acarrea la pauperización creciente de las economías nacionales y el desnivel por tanto siempre mayor de las relaciones económicas internacionales, sino de aquellos otros conflictos que la nueva situación produce o saca a flote y que se sitúan en la intersección de la crisis de una cultura política y el nuevo sentido de las políticas culturales. Se trata de una percepción nueva del problema de la identidad —por más ambiguo y peligroso que el término parezca hoy— de estos países y del subcontinente. Puesto que la identidad no hace frente únicamente a la homogeneización descarada que viene de lo trasnacional, sino a aquella otra, que enmascarada, viene de lo nacional en su negación, deformación y desactivación de la pluralidad cultural que constituye a estos países.

La nueva percepción del problema de la identidad, en conflicto no sólo con el funcionamiento de lo trasnacional, sino con el chantaje en que opera frecuentemente lo nacional, aparece inscrita en el movimiento de profunda transformación de lo político que conduce en las izquierdas latinoamericanas a una concepción ya no meramente táctica, sino estratégica de la *democratización*, esto es, en cuanto espacio de transformación de lo social¹³⁰. Frente a las propuestas que orientaron el pensamiento y la acción de las izquierdas hasta mediados de los años setenta —organización excluyente del proletariado, la política como totalización, la denuncia de la trampa parlamentaria burguesa¹³¹—, en los últimos años se abre camino otro proyecto ligado

estrechamente al *redescubrimiento de lo popular*, al nuevo sentido que esa noción cobra hoy: revalorización de las articulaciones y mediaciones de la sociedad civil, sentido social de los conflictos más allá de su formulación y sintetización política y reconocimiento de experiencias colectivas no encuadradas en formas partidarias. Lo que se halla en proceso de cambio es la concepción misma que se tenía de los *sujetos políticos*. A una concepción substancialista de las clases sociales, como entidades que reposan sobre sí mismas, autosuficientes, corresponde una visión del conflicto social como manifestación de los atributos de los actores. Pero entonces “el proceso político, en sentido estricto, no sería productivo, no generaría nada sustancialmente nuevo”¹³². Y sin embargo las relaciones de poder tal y como se configuran en cada formación social no son mera expresión de atributos, sino producto de conflictos concretos y de batallas que se libran en el campo económico y en el terreno de lo simbólico. Porque es en ese terreno donde se articulan las interpelaciones desde las que se constituyen los sujetos, las identidades colectivas. “¿Cómo reflexionar la práctica política —se pregunta Lechner— al margen de los lazos de arraigo colectivo y de pertenencia afectiva que desarrollamos día a día?”¹³³ Pero desenmascarar el sustancialismo racionalista desde el que eran pensados los actores sociales es poner al descubierto aquella visión fatalista de la historia que cobija la concepción instrumental de la política. La cuestión de fondo entonces es que “no existe una ‘solución objetiva’ a las contradicciones de la sociedad capitalista. Por consiguiente se trata de elaborar las alternativas posibles y de seleccionar la opción deseada. El desarrollo no se guía por soluciones objetivas. Por tanto hay que elaborar y decidir continuamente los objetivos de la sociedad. Eso es hacer política”¹³⁴.

En la convergencia del nuevo sentido que adquieren los procesos de trasnacionalización con la nueva concepción que cobra lo político, emerge en América Latina una valoración nueva, profundamente nueva de *lo cultural*. No faltan quienes piensen que esa valoración es sospechosa: estaría encubriendo la evasión política resultante de la incapacidad para hacer frente a la crisis de las instituciones y los partidos. Esa sospecha acierta para aquellos casos en que “se hace cultura mientras no puede hacerse política”. Pero algo radicalmente distinto se produce cuando lo cultural señala la percepción de dimensiones inéditas del conflicto social, la formación de nuevos sujetos —regionales, religiosos, sexuales, generacionales— y formas

nuevas de rebeldía y resistencia. Reconceptualización de la cultura que nos enfrenta a la existencia de esa otra experiencia cultural que es la popular, en su existencia múltiple y activa no sólo en su memoria del pasado, sino en su conflictividad y creatividad actual. Pensar los procesos de comunicación desde ahí, desde la cultura, significa dejar de pensarlos desde las disciplinas y desde los medios. Significa romper con la seguridad que proporcionaba la reducción de la problemática de comunicación a la de las tecnologías.

Venimos de una investigación en comunicación que pagó durante mucho tiempo su derecho a la inclusión en el campo de las legitimidades teóricas con el precio de la subsidiaridad a unas disciplinas, como la psicología o la cibernética, y que ahora se apresta a superar esa subsidiaridad a un precio mucho más caro aún: el del vaciado de su especificidad histórica por una concepción radicalmente instrumental como aquella que espera que las transformaciones sociales y culturales serán efecto de la mera implantación de innovaciones tecnológicas. La posibilidad de enfrentar adecuadamente esa coartada pasa por la capacidad de comprender que “el funcionamiento del aparato tecnológico-institucional que se está preparando con la reconversión depende en gran medida de una reconversión paralela de la utilización social de la cultura. Por esa razón un conflicto, hasta ahora tenido por superestructural, se va a solventar a nivel de la estructura misma de producción”¹³⁵. Pasa entonces más que por unas “políticas de comunicación”, por una renovación de la cultura política capaz de asumir lo que hoy está en juego en las políticas culturales. En las que no se trata tanto de la administración de unas instituciones o la distribución de unos bienes culturales, sino de “un principio de organización de la cultura, algo interno a la constitución de lo político, al espacio de producción de un sentido del orden en la sociedad, a los principios de reconocimiento mutuo”¹³⁶.

La historia de las relaciones entre política y cultura está llena de trampas tendidas de parte y parte. Desde una concepción espiritualista de la cultura que ve en la política una contaminación por la intrusión de intereses materiales, y desde una concepción mecanicista de la política que ve en la cultura únicamente el reflejo superestructural de lo que pasa realmente en otra parte. Desde una posición como desde la otra no cabe más relación que la instrumentación. “La verdad es que la política suprime la cultura como campo de interés desde el momento en que acepta una visión instrumental del poder. Poder son los

aparatos, las instituciones, las armas, el control sobre medios y recursos, las organizaciones. Tributaria de esa visión del poder, la política no ha podido tomar en serio la cultura, salvo allí donde se encuentra institucionalizada¹³⁷. De ahí a convertir la política cultural en gestión burocrática, monopolio de agentes especializados no hay sino consecuencia lógica. Pero en los últimos años en América Latina una serie de hechos parecen apuntar hacia un nuevo tipo de comprensión de las relaciones entre política y cultura. Esos hechos son, según José Joaquín Brunner —uno de los investigadores latinoamericanos que mayor contribución ha hecho a la nueva visión de las políticas culturales—, tres: la experiencia en los países bajo regímenes autoritarios, de que los modos de resistir y de oponerse procedieron en buena parte de espacios fuera de los considerados en el análisis tradicional, como comunidades cristianas, movimientos artísticos, grupos de derechos humanos; la percepción de que aún el autoritarismo más brutal no se agota nunca en las medidas de fuerza ni responde únicamente a intereses del capital, sino que hay siempre un intento de cambiar el sentido de la convivencia social modificando el imaginario y los sistemas de símbolos; por último, el hecho de que la cultura merced a la dinámica de la escolarización y a la de los medios masivos se ha colocado en el centro de la escena política y social. Se abre así el debate a un horizonte de problemas nuevo en el que lo redefinido es tanto el sentido de la cultura como el de la política, y en el que la problemática de la comunicación entra no solamente a título temático y cuantitativo —los enormes intereses económicos que mueven las empresas de comunicación—, sino cualitativo: en la redefinición de la cultura es clave *la comprensión de su naturaleza comunicativa*. Esto es, su carácter de proceso productor de significaciones y no de mera circulación de informaciones y por tanto, en el que el receptor no es un mero decodificador de lo que en el mensaje puso el emisor, sino un productor también.

Es en el cruce de esas dos líneas de renovación —la que viene de inscribir la cuestión cultural al interior de lo político y la comunicación en la cultura— donde aparece en todo su espesor el desafío que representa la industria cultural. Porque si no se trata de revivir dirigismos autoritarios tampoco “la expansión de la pluralidad de voces en la democracia pueda entenderse como una ampliación de clientelas de los consumos culturales¹³⁸. Lo que ya no tendrá sentido es seguir diseñando políticas que escindan lo que pasa en la Cultura —con mayúscula— de lo que

pasa en las masas —en la industria y los medios masivos de comunicación—. No pueden ser políticas aparte, puesto que lo que pasa culturalmente a las masas es fundamental para la democracia, si es que la democracia tiene aún algo que ver con el pueblo.

3. Mapa nocturno para explorar el nuevo campo

Sabemos que la lucha a través de las mediaciones culturales no da resultados inmediatos ni espectaculares. Pero es la única garantía de que no pasemos del simulacro de la hegemonía al simulacro de la democracia: evitar que una dominación derrotada resurja en los hábitos cómplices que la hegemonía instaló en nuestro modo de pensar y relacionarnos.

N. García Canelini

Perdidas las seguridades que procuraba la inercia y desplazados los linderos que demarcaban las instancias, es el mapa de los “conceptos básicos”, de que habla Willians, el que necesitamos rehacer. Pero no creo que ello sea posible sin *cambiar de lugar*, sin cambiar el lugar desde el que se formulan las preguntas. Es lo que expresa en los últimos años la tendencia a colocar preguntas que rebasan la “lógica diurna”¹³⁹ y la desterritorialización que implica el asumir los *márgenes* no como tema sino como enzima. Con lo cual no se trata de “carnavalizar” la teoría¹⁴⁰ —y no es que no lo necesite—, sino de aceptar que los tiempos no están para la síntesis, que la razón apenas nos da para sentir y barruntar que hay zonas en la realidad más cercana que están todavía sin explorar. Como dice Laclau, “hoy advertimos que la historicidad de lo social es más profunda que aquello que nuestros instrumentos teóricos nos permiten pensar y nuestras estrategias políticas encauzar”¹⁴¹. Las tentaciones al apocalipsis y la vuelta al catecismo no faltan, pero la más secreta tendencia parece ir en otra dirección: la de avanzar a tientas, sin mapa o con sólo un mapa *nocturno*. Un mapa para indagar no otras cosas, sino la dominación, la producción y el trabajo, pero desde el otro lado: el de las brechas, el consumo y el placer. Un mapa no para la fuga, sino para el reconocimiento de la situación desde las mediaciones y los sujetos.

Acerca de la cotidianidad, el consumo y la lectura

“La óptica del mercado permea no sólo la sociedad, sino también las explicaciones sobre la sociedad”¹⁴². Y eso explica por qué las teorías críticas han privilegiado las dimensiones que tienen que ver con la figura del trabajador-productor de mercancías no solamente a la hora de comprender su situación, sino también a la hora de despertar su conciencia. De la misma forma en que a la mayoría de las organizaciones de izquierda lo que verdaderamente les interesó de la vida de las clases populares es lo que tenía que ver con las acciones de reivindicación y las asociaciones que organizan esa lucha. Todo el resto, las prácticas de que está hecho el vivir cotidiano, con las que enfrentan la subsistencia y llenan de sentido su vida, fueron consideradas mas bien obstáculos a la toma de conciencia y a una acción políticamente consecuente. “Su concepción de la familia es tenida por conservadora; sus tradiciones, resquicios fragmentarios de una cultura rural y precapitalista; sus gustos están moldeados por la influencia de los medios masivos, su ocio no pasa de ser un escapismo, su religiosidad, un factor de alienación, y sus proyectos de vida, tentativas frustradas de ascenso social”¹⁴³. La cotidianidad que no está inscrita inmediata, directamente en la estructura productiva es de ese modo despolitizada, considerada irrelevante, in-significante. Y sin embargo los relatos que empiezan a contar lo que pasa por dentro de la vida del barrio popular, los que tratan no de evaluar, sino de comprender el funcionamiento de la socialidad popular nos abren a otra realidad. En la que, ¡escándalo!, el apego de los sectores obreros a la familia no aparece necesariamente ligado, o al menos no únicamente, a la conservación del pasado, sino mas bien —como lúcida y valientemente plantea E. Durham— a “la superación de un estado generalizado de desorganización familiar asociado a una explotación mucho más brutal y directa de la forma de trabajo”¹⁴⁴.

En la percepción popular el espacio doméstico no se agota en las tareas de la reproducción de la fuerza de trabajo. Por el contrario, y frente a un trabajo cercado por la monotonía y despojado de cualquier actividad creativa, el espacio doméstico representa y posibilita un mínimo de libertad y de iniciativa. Del mismo, no toda forma de consumo es interiorización de los valores de las otras clases. El consumo puede hablar y habla en

los sectores populares de sus justas aspiraciones a una vida más digna. No toda búsqueda de ascenso social es arribismo, puede ser forma de protesta y expresión de algunos derechos elementales. De ahí la necesidad grande de una concepción no reproductivista ni culturalista del consumo, capaz, de ofrecer un marco a la investigación de la comunicación/cultura desde lo popular, esto es, que nos permita una comprensión de los diferentes modos de apropiación cultural, de los diferentes usos sociales de la comunicación.

En varios de sus últimos trabajos N. García Canclini ha ido reuniendo elementos para la configuración de ese marco¹⁴⁵, siguiendo de cerca la concepción de Bourdieu pero rebasándola para dar entrada a la *praxis*, a la transformación y sus formas de producción en las culturas populares de América Latina. Hemos de comenzar por ubicar el verdadero alcance de lo que buscamos, su diferencia con las teorías funcionalistas de la recepción: "No se trata sólo de medir la distancia entre los mensajes y sus efectos, sino de construir un análisis integral del consumo, entendido como *el conjunto de los procesos sociales de apropiación de los productos*"¹⁴⁶. Ni estamos en el terreno de la tan denostada "compulsión consumista" ni en el del repertorio de actitudes y gustos que recogen y clasifican las encuestas de mercado, pero tampoco en el gaseoso mundo de la simulación y el simulacro baudillardiano. El espacio de la reflexión sobre consumo es el espacio de las prácticas cotidianas en cuanto *lugar de interiorización muda de la desigualdad social*¹⁴⁷, desde la relación con el propio cuerpo hasta el uso del tiempo, el hábitat y la conciencia de lo posible en cada vida, de lo alcanzable e inalcanzable. Pero lugar también de la impugnación de esos límites y de expresión de los deseos, de subversión de códigos y movimientos de la pulsión y del goce. El consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los *usos* que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales.

Pueba de la significación de este nuevo terreno es la relevancia política que cobran hoy los "nuevos conflictos", las luchas contra las formas de poder que atraviesan, discriminando o reprimiendo, la vida cotidiana y las luchas por la apropiación de bienes y servicios. La articulación entre ambas se hizo bien clara en las historias que recogimos para estudiar lo popular urbano.

Otra vertiente teórica que es necesario integrar a esta reflexión es la nueva concepción de la *lectura*, desarrollada en América Latina especialmente en los trabajos de Beatriz Sarlo¹⁴⁸, en los que llevando adelante las líneas de pensamiento de H. Robert Jauss se propone el abordaje de *los diversos lectores sociales posibles*. Si entendemos por lectura “la actividad por medio de la cual los significados se organizan en un sentido”¹⁴⁹, resulta que en la lectura —como en el consumo— no hay sólo reproducción, sino producción también, una producción que cuestiona la centralidad atribuida al texto-rey y al mensaje entendido como lugar de la verdad que circularía en la comunicación. Poner en crisis esa centralidad del texto y del mensaje implica asumir como constitutiva la *asimetría* de demandas y de competencias que se encuentran y *negocian* a partir del texto. Un texto que ya no será maquina unificadora de la heterogeneidad, un texto ya no-lleño, sino espacio globular y atravesado por diversas trayectorias de sentido. Lo que a su vez le restituye a la lectura la legitimidad del *placer*. No a la lectura culta únicamente, a la lectura erudita, sino a cualquier lectura, a las lecturas populares con su placer de la repetición y el reconocimiento¹⁵⁰. Y en el que hablan tanto el goce como la *resistencia*: la obstinación del gusto popular en *una narrativa* que es a la vez materia prima para los formatos comerciales y dispositivo activador de una competencia cultural, terreno en el que luchan a ratos y a ratos negocian la lógica mercantil y la demanda popular. Lo que sigue es un mapa nocturno para explorar ese terreno en la encrucijada que conforman en América Latina televisión y melodrama.

La televisión desde las mediaciones

En un momento en que el *medio* televisión se halla en el centro de las transformaciones que vienen de la informática, los satélites, la fibra óptica, etcétera, una propuesta como la que vamos a dibujar parecerá a no pocos anacrónica. Nos atrevemos no obstante a formularla porque estamos convencidos que si el medio está en trance de sufrir numerosos cambios, la *mediación*¹⁵¹ desde la que ese medio opera social y culturalmente no parece estar sufriendo en América Latina modificaciones de fondo. Ni los miles de videograbadoras que invaden anualmente el mercado, ni las antenas parabólicas sembradas a lo largo de la ciudad, ni la red de cable, están afectando sustancialmente al

modelo de producción de televisión que conocemos. Y en cuanto a la relación de los “usuarios” con la televisión, en lo que respecta a las grandes mayorías, no es sólo en América Latina, también en Europa los cambios en la oferta, pese a la propaganda sobre la descentralización y pluralización, parecen ir en la dirección de ahondar la estratificación social, pues la oferta diferenciada de los productos de vídeo se halla ligada a las capacidades adquisitivas de los individuos¹⁵². Lo único que parece importar decisivamente a los productores y “programadores” de las tecnologías de vídeos es la innovación tecnológica, mientras que el uso social de aquellas potencialidades técnicas parece caer fuera de su interés¹⁵³. Paradójicamente la modificación que parece afectar más en profundidad a la televisión que tenemos iría en la línea que busca nuestra propuesta: “Hay que abandonar el *mediacentrismo*, ya que el sistema de los *media* está perdiendo en parte su especificidad para convertirse en elemento integrante de otros sistemas de mayor envergadura, como el económico, cultural y político”¹⁵⁴. Sólo que en América Latina el abandono del mediacentrismo se está produciendo menos por el impacto de la reconversión industrial de los medios —su función comunicativa relegada a producto residual de las opciones económico-industriales—, que por la fuerza con que los movimientos sociales hacen visibles las mediaciones. Por esto en lugar de hacer partir la investigación del análisis de las *lógicas* de la producción y la recepción, para buscar *después* sus relaciones de imbricación o enfrentamiento, proponemos partir de las *mediaciones*, esto es, de los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de la televisión. A modo de hipótesis, que recoge y da forma a una serie de búsquedas convergentes, aunque muchas de ellas no tengan por “objeto” la televisión, se proponen tres lugares de mediación: la cotidianidad familiar, la temporalidad social y la competencia cultural.

La cotidianidad familiar

Si la televisión en América Latina tiene aún a la familia como *unidad básica de audiencia* es porque ella representa para las mayorías la *situación primordial de reconocimiento*. Y no puede entenderse el modo específico en que la televisión interpela a la familia sin interrogar la cotidianidad familiar en

cuanto lugar social de una interpelación fundamental para los sectores populares. Escándalo, como apuntábamos más atrás, para una intelectualidad que se complace en denunciar los aspectos represivos de la organización familiar y para una izquierda que no ve en ello sino lo que tiene de contaminación de la ideología burguesa, el análisis crítico de la familia ha sido hasta ahora incapaz de pensar la mediación social que ella constituye. Ámbito de conflictos y de fuertes tensiones, la cotidianidad familiar es al mismo tiempo “uno de los pocos lugares donde los individuos se confrontan como personas y donde encuentran alguna posibilidad de manifestar sus ansias y frustraciones”¹⁵⁴.

Rompiendo con las manidas consideraciones moralistas —la televisión corruptora de las tradiciones familiares— y con una filosofía que le atribuye a la televisión una función puramente especular, empieza a abrirse paso una concepción que ve en la familia uno de los espacios claves de lectura y de codificación de la televisión¹⁵⁵. Sin embargo la mediación que la cotidianidad familiar cumple en la configuración de la televisión no se limita a lo que puede examinarse desde el ámbito de la recepción, pues inscribe sus marcas en el discurso televisivo mismo. De la familia como espacio de las *relaciones cortas* y de la *proximidad*, la televisión asume y forja dos dispositivos claves: la simulación del contacto y la retórica de lo directo¹⁵⁶.

Denominamos *simulación del contacto* los mecanismos mediante los cuales la televisión especifica su modo de comunicación organizándola sobre el eje de la función *fática* (Jacobson), esto es, sobre el mantenimiento del contacto. Función que juega no solamente por la dispersión de la atención que se presenta en la cotidianidad privada —frente a la concentración de la atención en la sala pública y oscura del cine—. Se trata de algo menos psicológico, y que requeriría el aporte de la antropología para su estudio, de la irrupción del mundo de la ficción y del espectáculo en el espacio de la cotidianidad y la rutina¹⁵⁷. Y la necesidad entonces de intermediarios que faciliten el tránsito entre realidad cotidiana y espectáculo ficcional. Dos intermediarios básicos se da la televisión: un *personaje* sacado del espectáculo popular, el animador o presentador, y un *tono* que proporciona el clima requerido, el coloquial. El presentador-animador en la televisión —que se halla presente en los informativos, en los concursos, en los musicales, en los educativos y hasta en los “culturales” para subrayarlos—, más que un transmisor de informaciones es en verdad un *interlocutor* o, mejor, el

que interpela a la familia convirtiéndola en su interlocutor. De ahí su tono *coloquial* y la simulación permanente de un diálogo que no se agota en un remedo del clima "familiar". Durante mucho tiempo se criticó la *predominancia de lo verbal* en la televisión latinoamericana como la mejor prueba de su subdesarrollo: era radio con algunas imágenes. Pero hoy, cuando el desarrollo técnico y expresivo de la televisión en no pocos de nuestros países hace imposible esa explicación empezamos a sospechar que la predominancia de lo verbal en la televisión se inscribe en la necesidad de supeditar la lógica visual a la lógica del contacto, puesto que es ella la que articula el discurso televisivo sobre el eje de la relación corta y la preeminencia de la palabra en unas culturas fuertemente orales.

Por *retórica de lo directo* entendemos el dispositivo que organiza el espacio de la televisión sobre el eje de la *proximidad* y la *magia del ver*, en oposición al espacio cinematográfico dominado por la distancia y la magia de la *imagen*. En el cine la función comunicativa central es la poética —y ello, al menos como intención, hasta en los films más baratos—, esto es, la transfiguración arquetípica de la realidad. De ahí, que aún atrapado por el argumento, aún fascinado por los rostros en primer plano, el espectador sea mantenido distante. Los objetos, las acciones y los rostros en el cine se cargan de valor simbólico. Hablando del rostro de Greta Garbo, Barthes sintetizó así la magia del cine y de su espacio *propio*: "El rostro constituía una suerte de estado absoluto de la carne que no se podía alcanzar ni abandonar"¹⁵⁸. Frente a ese espacio, fascinante y por tanto alejador, el espacio de la televisión está dominado por la magia del ver: por una proximidad construida mediante un montaje no expresivo, sino funcional y sostenida en base a la "toma directa", real o simulada. En la televisión la visión que predomina es la que produce la sensación de *inmediatez*, que es uno de los rasgos que hacen la forma de lo cotidiano. Y ello incluso en la publicidad pues ella es la *síntesis* de la cotidianidad y el espectáculo, aunque ella viva en un equilibrio inestable que le da un aire trasgresor. En la televisión nada de rostros misteriosos ni con demasiado encanto, los rostros de la televisión serán cercanos, amigables, ni fascinantes ni chabacanos. Proximidad de los personajes y los acontecimientos: un discurso que *familiariza* todo, que torna "cercano" hasta lo más distante y que se hace así incapaz de enfrentarse a los prejuicios más "familiares". Un discurso que produce eso desde la forma misma en que organiza las imágenes: de manera que produzcan la

mayor transparencia, o sea, en términos de simplicidad, claridad y economía narrativa. La marca de la hegemonía trabaja ahí, en esa forma, en la construcción de una interpelación que habla a la gente *desde* los dispositivos que dan *forma* a una cotidianidad familiar, que no es únicamente subproducto de la pobreza y las artimañas de la ideología, sino *espacio* de algunas formas de relación primordial y de algunas vivencias no por ambiguas menos fundamentales.

La temporalidad social

Mientras en nuestra sociedad el tiempo productivo, el valorado por el capital, es el tiempo que “corre” y que se mide, el otro, del que está hecha la cotidianidad, es un tiempo repetitivo, que comienza y acaba para recomenzar, un tiempo hecho no de unidades contables, sino de fragmentos¹⁵⁹. ¿Y la matriz cultural del tiempo que organiza la televisión no es acaso esa: la de la repetición y el fragmento? ¿Y no es insertándose en el tiempo del ritual y la rutina como la televisión inscribe la cotidianidad en el mercado? El tiempo en que organiza su programación la televisión contiene la *forma de la rentabilidad* y del *palinsesto*, de un entramado de géneros. Cada programa o, mejor, cada texto televisivo, remite su sentido al cruce de los géneros y los tiempos. En cuanto *género* pertenece a una familia de textos que se replican y reenvían unos a otros desde los diversos horarios del día y la semana. En cuanto *tiempo* “ocupado”, cada texto remite a la secuencia horaria de lo que le antecede y le sigue o a lo que aparece en el palinsesto otros días a la misma hora.

Mirado desde la televisión el tiempo del ocio cubre y desvela la forma del tiempo del trabajo: la del fragmento y la serie. Decía Foucault que “el poder se articula directamente sobre el tiempo”¹⁶⁰. Porque es en él donde se hace más visible el movimiento de unificación que atraviesa la diversidad de lo social. Así, *el tiempo de la serie* habla el idioma del sistema productivo —el de la estandarización— pero bajo él pueden oírse también otros idiomas: el del cuento popular y la canción con estribillo y el relato de aventura, aquella serialidad “propia de una estética donde el reconocimiento funda una parte importante del placer y es, en consecuencia, norma de valores de los bienes simbólicos”¹⁶¹. Y aún más, aquel que, según Benjamin, hace posible la

reproductibilidad técnica, aquel *sensorium* o experiencia cultural del nuevo público que nace con las masas.

Podría hablarse entonces de una *estética de la repetición* que, trabajando la variación de un idéntico o la identidad de varios diversos, “conjuga la discontinuidad del tiempo del relato con la continuidad del tiempo relatado”¹⁶². Lo que permite retomar lo dicho sobre la importancia del *sentimiento de duración* que inaugura el folletín del siglo XIX permitiendo al lector popular hacer tránsito entre el cuento y la novela “sin perderse”. La serie y los géneros hacen ahora la mediación entre el tiempo del capital y el tiempo de la cotidianidad. Pero esto será tematizado especialmente un poco más adelante.

La competencial cultural

Pocos malentendidos tan pertinaces y enredados como el que sostiene y en el que desemboca la relación televisión/cultura. De un lado, los *críticos* mirando la televisión desde el paradigma del arte —que para ellos sería lo único que merece la pena llamarse cultura— y denunciando día tras día con los mismos cansados argumentos la *decadencia cultural* que representa y entrafia la televisión. Los pocos de entre ellos que se arriesgan a salir de la denuncia y pasar a la acción proponen una *elevación* cultural de la televisión que se materializa casi siempre en un didactismo insoportable. De otro lado, los folklóricos situando la verdadera cultura en el pueblo, pero en el pueblo-pueblo, o sea, en el que conserva la verdad sin contaminaciones ni mestizajes, es decir, sin historia. ¿Su propuesta cultural? Hacer televisivo *el patrimonio* de danzas y canciones, de vestuarios e iconografías nacionales. Sobre otro eje, aparece la oposición entre los comerciantes, defendiendo populistamente las *demandas* que la colectividad manifiesta a través de las encuestas que miden las audiencias, y el sector público paternalistamente hablando en nombre de las verdaderas *necesidades* culturales de la gente¹⁶³.

Lo peor del enredo es que acaba tapando el culturalismo en que se mueven todas esas visiones y propuestas al situarse por fuera del sentido social que tienen las diferencias culturales y encubriendo así los intereses de que está cargada la idea misma de cultura que manejan. En ningún otro lugar quizá como en la televisión el contradictorio significado de *lo masivo* se hace tan explícito y desafiante: la juntura quizás inestricable

de lo que en ello es desactivación de las diferencias sociales y, por tanto, integración ideológica, y lo que en lo masivo hay de presencia de una matriz cultural y de un *sensorium* que asquea a las élites. Desconocer esa tensión no viendo sino la eficacia del mecanismo integrador y el juego de los intereses comerciales es lo que ha justificado, y sigue justificando, que a la hora de pensar las políticas culturales ni desde los gobiernos ni desde la oposición se incluya en ellas a la televisión. La televisión no sería un asunto de cultura, sólo de comunicación. Y como prueba arguyen: ¿dónde están las *obras* valiosas que ha producido la televisión? ¿Acaso esas versiones de los clásicos que hacen los ingleses o esos melodramas pseudohistóricos de los norteamericanos? Y otra vez, como planteara Benjamin a propósito de la fotografía, los mandarinés de la Cultura seguirán preguntándose si acaso la televisión puede ser considerada cultura mientras, nos guste o no y para bien o para mal, es la noción misma de cultura, su significación social, la que está siendo modificada por lo que se produce en y el modo de reproducir de la televisión.

Escapando a esa ceguera, un trabajo extraño y pionero de P. Fabri introducía hace ya unos años en el debate algunas claves para la comprensión de la especificidad cultural de lo masivo que sin desconocer la caracterización de Abraham A. Moles¹⁶⁴ va más allá de su funcionalismo sistémico. He aquí el planteamiento básico de Fabri: "Mientras en la cultura culta la obra está, al menos hoy, en contradicción dialéctica con su género, en la cultura de masa la regla 'estética' es aquella de la mayor adecuación al género. Se podría afirmar que el género es justamente la unidad mínima del contenido de la comunicación de masa (al menos a nivel de la ficción pero no solamente) y que la demanda de mercados de parte del público (y del medio) a los productores se hace a nivel del género. Para los investigadores es a través de la percepción del género como se accede al sentido latente de los textos massmediáticos"¹⁶⁵. A la base de esta propuesta es la tipología de las culturas elaborada por Yuri M Lotman¹⁶⁶ la que encontramos: su diferenciación entre una cultura *gramaticalizada* —aquella que remite la intelección y fruición de una obra a las reglas explícitas de la gramática de su producción— y una cultura *textualizada*: en la que el sentido y el goce de un texto remite siempre a otro texto, y no a una gramática, como sucede en el folklore, en la cultura popular, en la cultura de masa. De la misma manera que la mayoría de la gente va a ver cine, esto es, un film policíaco o de ciencia-ficción

o de aventuras, del mismo modo la dinámica cultural de la televisión actúa por *sus géneros*. Desde ellos activa la competencia cultural y a su modo da cuenta de las diferencias sociales que la atraviesan. Los géneros, que articulan narrativamente las serialidades, constituyen una mediación fundamental entre las lógicas del sistema productivo y del sistema de consumo, entre la del formato y la de los modos de leer, de los usos.

Lógicas de la producción y de los usos

Para que la entrada en la lógica, esto es, en *la estructura y la dinámica de la producción televisiva*, desde donde venimos, no signifique la recaída en una generalidad hueca, deberemos atenernos a un criterio: lo que importa es lo que configura las condiciones específicas de producción, lo que de la estructura productiva deja huellas en el formato, y los modos en que el sistema productivo —la industria televisiva— semantiza y recicla las demandas que vienen de los “públicos” y sus diferentes usos. Aparecen entonces una serie de instancias y de dispositivos concretos a estudiar. *La competitividad industrial* como capacidad de producción expresada en el grado de desarrollo tecnológico, capacidad de riesgo financiero para la innovación y grado de diversificación-especialización profesional de una empresa. Esa competitividad no debe ser confundida con la *competencia comunicativa* lograda en términos de reconocimiento por los públicos a los que se dirige y que ni está basada en la sola competitividad industrial ni es enteramente medible por los rating de audiencias. *Los niveles y fases de decisión* en la producción de cada género: quiénes, en qué momentos, y con qué criterios deciden lo que es producible. *Las ideologías profesionales* como componentes y campo de tensión entre las exigencias del sistema productivo, las reglas del género, las demandas sociales y la iniciativa y creatividad —las formas de resistencia— de los productores: directores, actores, escenógrafos, operadores, etcétera. *Las rutinas productivas* o la serialidad mirada desde los hábitos de trabajo que ella requiere, tanto en las exigencias de la rentabilidad sobre el tiempo de la producción y las formas de actuación, como en los esguinces por donde el “estilo” se incorpora a las prácticas de trabajo. Y por último, *las estrategias de comercialización*, que no son algo que se añada “después” para vender el producto, sino algo que ha puesto sus

huellas en la estructura del formato bien sea en la forma que toma el corte narrativo para la publicidad, en la que dicta su lugar en el palinsesto, o en los ingredientes diferenciales que introduce la diversificación de lo que sólo se verá “dentro” de un país o también fuera de él.

Para abordar *las lógicas* (en plural) *de los usos* debemos comenzar por diferenciar nuestra propuesta de aquel análisis denominado “de los usos y gratificaciones”. Puesto que de lo que tratamos es de sacar el estudio de la *recepción* del espacio acotado por una comunicación pensada en términos de mensajes que circulan, de efectos y reacciones, para reubicar su problemática en el campo de la cultura: de los *conflictos* que articula la cultura, de los *mestizajes* que la tejen y las *anacronías* que la sostienen, y en últimas del modo en que trabaja la hegemonía y las resistencias que moviliza, del rescate por tanto de los modos de apropiación y réplica de las clases subalternas. Hay sin embargo intentos por repensar desde la comunicación el espacio de la recepción pero reubicándolo, como lúcidamente ha propuesto Miquel de Moragas, en el terreno de los retos que la transformación tecnológica le plantea a la democratización de la sociedad. Moragas introduce para ello la propuesta de una tipología en base a la noción de *ámbito de recepción*, que permite pensar los distintos tipos de competencia comunicativa en cuanto “activación o freno de la participación social, cuestión fundamental para una política democrática de los medios y que no consiste únicamente en la democratización de su control, sino también en la democratización de su uso”¹⁶⁷

El plural de las lógicas del uso no se agota en la diferencia social de las clases, pero esa diferencia articula las otras. Los *habitus de clase* atraviesan los usos de la televisión, los modos de ver, y se hacen manifiestos —observable etnográficamente— en la organización del tiempo y del espacio cotidianos: ¿Desde qué espacios mira la gente el televisor: privados o públicos, la casa, el bar de la esquina, el club de barrio? ¿Y qué lugar *ocupa* el televisor en la casa: central o marginal, preside la sala en que se hace la vida “social” o se refugia en el dormitorio, o se esconde en el armario de donde se saca solamente para ver algo muy especial? La lectura de la topografía posibilita el establecimiento de una topología simbólica configurada por los usos de clase. Del mismo modo es posible trazar una tipología social de los tiempos: desde la pantalla encendida todo el día hasta el encendido sólo para ver el noticiero o la serie de la BBC, puede observarse una gama de usos que no tienen que ver únicamente

con la cantidad de tiempo dedicado, sino con el tipo de tiempo, con el significado social de este tiempo¹⁶⁸ y con el tipo de demanda que las diferentes clases le hacen a la televisión. Mientras hay una clase que a la televisión no le pide normalmente sino información, porque el entretenimiento y la cultura la busca en otros sitios —en el deporte, el teatro, el libro o el concierto—, hay otras clases que todo eso se lo piden a la televisión.

En los usos no habla sólo la clase social, habla también la *competencia cultural* de los diversos grupos que *atraviesa* las clases, por la vía de la educación formal en sus distintas modalidades, pero sobre todo los que configuran las étnias, las culturas regionales, los “dialectos” locales y los distintos mestizajes urbanos en base a aquellos. Competencia que vive de la *memoria* —narrativa, gestual, auditiva— y también de los *imaginarios* actuales que alimentan al sujeto social femenino o juvenil. El acceso a esos modos de uso pasa inevitablemente por un *ver con la gente* que permita explicitar y confrontar las modalidades diversas y las competencias que aquellas activan, y por los *relatos* —historias de vida— que nos los cuentan y dan cuenta de ellos.

Entre la lógica del sistema productivo y las lógicas de los usos median *los géneros*. Son sus reglas las que básicamente configuran los formatos y es en ellos donde ancla el reconocimiento cultural de los grupos. Claro que la noción de género que estamos trabajando tiene entonces poco que ver con la vieja noción literaria del género como “propiedad” de un texto, y muy poco también con la reducción a taxonomía que del género hizo el estructuralismo¹⁶⁹. En el sentido en que estamos trabajando un género no es algo que le pase *al texto*, sino algo que pasa *por* el texto, pues es menos cuestión de estructura y combinatorias que de competencia. Asumimos entonces la propuesta de un equipo de investigadores italianos según la cual un género es ante todo una *estrategia de comunicabilidad*, y es como marcas de esa comunicabilidad que un género se hace presente y analizable en el texto¹⁷⁰. La consideración de los géneros como hecho puramente “literario” —no cultural— y, desde el otro lado, su reducción a receta para la fabricación o etiqueta para la clasificación, nos han estado impidiendo comprender su verdadera función en el proceso y su pertinencia metodológica: clave para el análisis de los textos masivos y, en especial, de los televisivos.

En cuanto *estrategias de interacción*, esto es, “modos en que se hacen reconocibles y organizan la competencia comunicativa los destinadores y los destinatarios”¹⁷¹, el estudio de los

géneros no puede llevarse a cabo sin replantear la concepción misma que se ha tenido de comunicación. Pues su funcionamiento nos coloca ante el hecho de que *la competencia textual, narrativa, no se halla sólo presente, no es condición únicamente de la emisión, sino también de la recepción*. Cualquier telespectador sabe cuándo un texto/retrato ha sido interrumpido, conoce las formas posibles de completarlo, es capaz de resumirlo, de ponerle un título, de comparar y de clasificar unos relatos. Hablantes del “idioma” de los géneros, los telespectadores, como indígenas de una cultura textualizada, “desconocen” su gramática pero son capaces de hablarlo. Lo que a su vez implica un replanteamiento en el modo de aproximarnos a los textos de la televisión. Momentos de una *negociación*, los géneros no son abordables en términos de semántica o de sintaxis: exigen la construcción de una *pragmática* que es la que puede dar cuenta de cómo opera su reconocimiento en una comunidad cultural. Asimismo, el texto del género en un stock de sentido que presenta una organización más complexiva que molecular y que por tanto no es analizable siguiendo una lista de presencias, sino buscando la arquitectura que vincula los diferentes contenidos semánticos de las diversas materias significantes. Un género funciona constituyendo un “mundo” en el que cada elemento no tiene valencias fijas. Y más aún en el caso de la televisión, donde cada género se define tanto por su arquitectura interna como por su lugar en la programación: en la estructura horaria y en la trama del palinsesto. De ahí la tercera exigencia que acarrea el abordaje de los géneros: la necesidad de construir su sistema en cada país. Pues en cada país ese sistema responde a una configuración cultural, a una estructura jurídica de funcionamiento de la televisión, a un grado de desarrollo de la industria televisiva nacional y a unos modos de articulación con la transnacional.

Algunas señas de identidad reconocibles en el melodrama

Viendo cómo vivimos en pleno melodrama —ya que el melodrama es nuestro alimento cotidiano—, he llegado a preguntarme muchas veces si nuestro miedo al melodrama (como sinónimo de mal gusto) no se debía a una deformación causada por las muchas lecturas de novelas psicológicas francesas escritas en los primeros años del siglo. Pero la realidad es que

algunos de los escritores que más admiramos jamás tuvieron miedo al melodrama. Ni Sábato ni Onetti temieron al melodrama. Y cuando el mismo Borges se acerca al mundo del gaucho o del compadrito, se acerca voluntariamente al ámbito de Juan Moreira y del tango arrabalero.

Alejo Carpentier

No es lo mismo el melodrama francés que el gringo, el soviético que el español, pero en cambio puede estudiarse la unidad melodramática latinoamericana que recorre el continente desde el Río Grande hasta la Patagonia, porque gimiendo, echando la culpa a los demás, cantando rancheras mexicanas o tangos argentinos cuando se emborracha, en eso se identifica plenamente el territorio.

Hernando Salcedo

Dos expresivas citas para introducirnos al género en que se reconoce la América Latina popular, y hasta la culta... cuando se emborracha. Ningún otro género, ni el de terror —y no es que falten motivos— ni el de aventuras —y no es que no haya grandes selvas y ríos— ha logrado cuajar en la región como el melodrama. Cómo si en él se hallara el modo de expresión más abierto al modo de vivir y sentir de nuestras gentes. Por eso más allá de tantas críticas y de tantas lecturas ideológicas, y también de las modas y los revivales para intelectuales, el melodrama sigue constituyendo un terreno precioso para estudiar la no contemporaneidad y los mestizajes de que estamos hechos. Porque como en las plazas de mercado, en el melodrama está todo revuelto, las estructuras sociales con las del sentimiento, mucho de lo que somos —machistas, fatalistas, supersticiosos— y de lo que soñamos ser, el robo de la identidad, la nostalgia y la rabia. En forma de tango o de telenovela, de cine mexicano o de crónica roja el melodrama trabaja en estas tierras una veta profunda de nuestro imaginario colectivo, y no hay acceso a la memoria histórica ni proyección posible del futuro que no pase por el imaginario¹⁷². ¿De qué veta se trata? De aquella en que se hace visible la matriz cultural que alimenta el reconocimiento popular en la cultura de masa.

De los dos planos de significación, o isotopías, que articulan la noción de *reconocimiento*, el racionalismo imperante sólo

atribuye sentido a uno: al negativo. Pues en el plano del *conocer*, re-conocer es pura operación de redundancia, costo inútil. Y si a esa isotopía se la proyecta sobre la cuestión ideológica, entonces el resultado es todavía más radical: estamos en el reino de la alienación, aquel en que re-conocer consiste en des-conocer. Existe sin embargo otra matriz que atribuye al reconocer un muy otro sentido: aquel en que re-conocer significa *interpelar*, una cuestión acerca de los sujetos, de su modo específico de constituirse. Y no sólo los individuales, también los colectivos, los sociales, incluidos los sujetos políticos. Todos se hacen y rehacen en la trama simbólica de las interpelaciones, de los reconocimientos. Todo sujeto está sujeto a otro y es a la vez sujeto para alguien. Es la dimensión viva de la socialidad atravesando y sosteniendo la institucional, la del “pacto social”.

Ahora podemos retornar al melodrama, a lo que allí está en juego, que es el *drama del reconocimiento*¹⁷³. Del hijo por el padre o de la madre por el hijo, lo que mueve la trama es siempre el desconocimiento de una identidad y la lucha contra los maleficios, las apariencias, contra todo lo que oculta y disfraza: una *lucha por hacerse reconocer*. ¿No estará ahí la conexión secreta del melodrama con la historia de este subcontinente? En todo caso el des-conocimiento del “contrato social” en el melodrama habla, y habla bien alto, del peso que para aquellos que en él se reconocen tiene esa otra *socialidad primordial* del parentesco, las solidaridades vecinales y la amistad. ¿Estará entonces desprovisto de sentido preguntarnos hasta qué punto el éxito del melodrama en estos países habla del fracaso de unas instituciones políticas que se han desarrollado des-conociendo el peso de esa otra socialidad, incapaces de asumir su densidad cultural?

Es claro que la comprensión de esa pregunta nos reubica en el ámbito de los movimientos sociales que hemos llamado más atrás “barriales” y en el sentido del cotidiano familiar en las culturas populares. Aquellas en que el tiempo familiar es “ese tiempo a partir del cual el hombre se piensa social, un hombre que es ante todo un pariente. De ahí que el tiempo familiar se reencuentre en el tiempo de la colectividad”¹⁷⁴. De manera que entre el tiempo *de la historia* —que es el tiempo de la Nación y del mundo, el de los grandes acontecimientos que vienen a irrumpir en la comunidad— y el tiempo *de la vida* —que es el que va del nacimiento a la muerte de cada individuo y que jalonan los ritos que señalan el paso de una edad a otra—, el tiempo *familiar* es el que media y hace posible su comunicación. Dice Hoggart, a propósito no ya de campesinos alejados

del tiempo del progreso, sino de los sectores obreros en la ciudad, que “los acontecimientos no son percibidos más que cuando afectan la vida del grupo familiar”¹⁷⁵. Una guerra es entonces percibida como “el tiempo en que murió el tío” y la capital como “el lugar donde vive la cuñada”. De ese modo familia y vecindaje —pues este último es hoy en los barrios populares de las grandes ciudades, dada la migración brutal, el desarraigo y la precaridad económica, una especie de “familia extensa”— representan en el mundo popular aún con todas sus contradicciones y conflictos los modos de la socialidad más verdadera.

Frente a esa concepción y esa vivencia, las transformaciones operadas por el capitalismo en el ámbito del trabajo y del ocio, la mercantilización del tiempo de la calle y de la casa y hasta de las relaciones más primarias, parecerían haber abolido aquella socialidad. En realidad no han hecho sino tornarla *anacrónica*. Pero esa anacronía es preciosa, es ella la que en “última instancia” le da sentido hoy al melodrama en América Latina —desde la permanencia de la canción romántica al surgimiento de la telenovela—, la que le permite mediar entre el tiempo de *la vida*, esto es, de una socialidad negada, económicamente desvalorizada y políticamente desconocida, pero culturalmente viva, y el tiempo *del relato* que la afirma y hace posible a las clases populares reconocerse en ella. Y desde ella, melodramatizando todo, vengarse a su manera, secretamente, de la abstracción impuesta por la mercantilización a la vida, de la exclusión política y la desposesión cultural.

¿Y dónde quedan entonces la alienación, la ideología y las argucias de los comerciantes? También ahí, formando parte de la trama de desconocimientos y reconocimientos. Trabajando no desde el exterior y menos aún como los “verdaderos” protagonistas de un drama en el que el *pobre* pueblo no sería otra vez más que coro. El coro se rebeló hace tiempo¹⁷⁶ y de esa rebelión habla a su modo el desconcertante placer que a las gentes del pueblo les sigue procurando el melodrama. “¿Qué masivo masoquismo, qué comportamiento suicida de clase puede explicar esa fascinación?”, se pregunta Michel Mattelart, y se responde preguntándose a su vez: “¿es posible que el poder de las industrias culturales no resida totalmente en los temas que tratan, en las anécdotas que ofrecen, que no serían más que epifenómenos del mensaje transmitido?”¹⁷⁷ Comenzamos a sospechar que sí, que lo que hace la fuerza de la industria cultural y lo que da sentido a esos relatos no se halla sólo en la ideología, sino en la

cultura, en la dinámica profunda de la memoria y del imaginario.

Como en los viejos tiempos del folletín, ahora, en su versión más nueva y más latinoamericana —tanto que junto con los grandes textos del realismo mágico, la *telenovela* es el otro producto cultural que Latinoamérica ha logrado exportar a Europa y a Estados Unidos—, el melodrama se halla más cerca de la *narración*, en el sentido que le diera Benjamin, que al de la novela, o sea, al libro, y más cerca de la literatura *dialógica*, tal como la entiende Bajtin, que de la monológica. Exploremos mínimamente esas pistas.

De la narración, el melodrama televisivo conserva una fuerte ligazón con la cultura de los cuentos y las leyendas¹⁷⁸, la literatura de cordel brasileña¹⁷⁹, las crónicas que cantan los corridos y los vallenatos¹⁸⁰. Conserva la predominancia del relato, del *contar a*, con lo que ello implica de presencia constante del narrador estableciendo día tras día la continuidad dramática; y conserva también la apertura indefinida del relato, su apertura en el tiempo —se sabe cuándo empieza pero no cuándo acabará— y su porosidad a la actualidad de lo que pasa mientras dura el relato, y a las condiciones mismas de su efectuación. En una telenovela peruana la huelga de los taxistas de Lima, que se *cruzó* obstaculizando la grabación de unas escenas, se incorporó a la telenovela como un hecho de vida. Funcionamiento paradójico el de un relato que producido según las reglas más exigentes de la industria, e incorporado a la tecnología más avanzada, responde sin embargo a una lógica inversa a la que rige su modo de producción: la calidad de la comunicación que logra tiene poco que ver con la cantidad de información que proporciona.

Segunda pista: el melodrama como literatura dialógica o, según una versión brasileña que ahonda en la propuesta bajtiana, como *género carnavalesco*, aquel “donde autor, lector y personajes intercambian constantemente de posición”¹⁸¹. Intercambio que es *confusión* entre relato y vida, entre lo que hace el actor y lo que le pasa al espectador, seña de identidad de una otra experiencia literaria que se mantiene abierta a las reacciones, deseos y motivaciones del público. No en el sentido de transplantar al relato las cosas de la vida, pues “no es la representación de los datos concretos y particulares lo que produce en la ficción el sentido de la realidad, sino una cierta generalidad que mira para ambos lados y le da consistencia tanto a los datos particulares de lo real como al mundo ficticio”¹⁸². Que en esa

apertura y confusión se halla imbricada la lógica mercantil y que por ella pasan “funcionando” las estratagemas de lo ideológico, es algo innegable. Pero de afirmar ese entrecruzamiento de lógicas diferentes a disolver en los requerimientos del mercado cualquier huella de otra experiencia o matriz cultural, el trecho es además de metodológico, político. Y es sin duda otra cultura política la que puede aceptar que el melodrama sea a un mismo tiempo forma de recuperación de la memoria popular por el imaginario que fabrica la industria cultural y metáfora indicadora de los modos de presencia del pueblo en la masa.

A examinar algunos de esos modos dedicaremos nuestros últimos capítulos, no sin antes advertir que si el mapa trazado era “nocturno”, lo que sigue no podrá ser otra cosa que el señalamiento del trayecto teórico y el relato de algunas experiencias pioneras de esa investigación en América Latina.

4. Lo popular que nos interpela desde lo masivo

Realidade contradictoria e desafiadora de una sociedade de massa que, na lógica perversa de un capitalismo salvagem do velho cria o novo e do novo refaz o velho, fazendo coexistir e juntarse, de modo paradoxalmente natural, a sofisticacao dos meios de comunicacao de massa e massas de sentimentos veiculados pela cultura mais tradicionalmente popular.

Marlyse Meyer

Seguir pensando lo masivo como algo puramente *exterior* —que lo único que hace es parasitar, fagocitar, vampirizar¹⁸³— lo popular, sólo puede hacerse hoy desde una de dos posiciones. O desde la de los folkloristas, cuya misión es la de preservar lo auténtico, cuyo paradigma sigue siendo rural y para los que todo cambio es desagregación, esto es, deformación de una forma fijada en su pureza original. O desde una concepción de la dominación social que no puede pensar lo que producen las clases populares más que en términos de reacción a lo que induce la clase dominante. Pero lo que se “ahorran” esas dos posiciones es la historia: su opacidad, su ambigüedad y la lucha por la constitución de un sentido que esa ambigüedad cubre y

alimenta. Y se la ahorran saltando desde la etnografía a la militancia o desde la fenomenología a la gran política. Curiosamente los más acérrimos defensores de una concepción puramente exterior de las relaciones entre lo popular y lo masivo se hallan menos entre los que se aproximan a la cultura de masa desde el arte o la literatura que entre los profesionales de la “sociología de la comunicación”, un área dominada aún por lo que José Nun ha llamado el “otro reduccionismo” y a propósito de la cual escribe: “En América Latina, en general, la literatura sobre los medios masivos de comunicación está dedicada a demostrar su calidad (innegable) de instrumentos oligárquico-imperialistas de penetración ideológica, pero casi no se ocupa de examinar cómo son recibidos los mensajes y con cuáles efectos concretos: es como si fuera condición de ingreso al tópico que el investigador se olvidase de las consecuencias no queridas de la acción social para instalarse en un hiperfuncionalismo de izquierda”¹⁸⁴.

Bien pertinentes resultan a la cuestión que estamos buscando plantear las precauciones del historiador Luis A. Romero en el uso de la noción de “cultura popular” a la hora de hablar de la cultura de los sectores populares ya en el Buenos Aires de 1930. Pues se trata de una noción que arrastra una cierta connotación esencialista, que alude demasiado frecuentemente a un sujeto homogéneo pensado en términos de “polo íntegro y resistente” o de “mero producto de la manipulación, versión degradada y funcional de la cultura de élite”¹⁸⁵. Y es que tras la aparición de las masas urbanas lo popular ya no será lo mismo. Y entoces, o renunciamos a pensar la vigencia cultural de lo popular o si ello tiene aún sentido será no en términos de exterioridad resguardada, sino de imbricación conflictiva en lo masivo. Claro que para que esa proposición resista los malentendidos deberá ser referida no a los medios de la masificación, sino a *la masificación misma, estructural* de nuestra sociedad, esto es, a la imposibilidad de que las masas hicieran efectivo su derecho al trabajo, la salud, la educación y la diversión sin masificarlo todo. Lo masivo en esta sociedad no es un mecanismo aislable o un aspecto, sino una nueva forma de socialidad. De masa es el sistema educativo, las formas de representación y participación política, la organización de las prácticas religiosas, los modelos de consumo y los del uso del espacio. De ahí que pensar lo popular desde lo masivo no signifique, no deba al menos significar automáticamente alienación y manipulación, sino unas nuevas condiciones de existencia y de lucha, un modo

nuevo de funcionamiento de la hegemonía. Por eso frente a la crítica de la masificación uno tiene derecho a preguntarse con A. Signorelli si lo que se rechaza es lo que hay en ella de opresión y de dominio, o lo que ella entraña de nuevas formas de relación social y de conflictividad¹⁸⁶. Lo que importará entonces, aún más que la denuncia, será el tratar de comprender cómo la masificación funciona aquí y ahora, los rasgos históricos propios de ese proceso en América Latina. Es lo que hemos tratado de enunciar al menos al plantear la relación de la masificación al populismo y al papel no sólo ideológico, sino político desempeñado por los medios en la formación de las culturas nacionales. En el avance de esa línea de reflexión nos parecen claves la propuesta de S. Micelli —referida al Brasil pero igualmente válida para el resto de países de América Latina— sobre *la no unificación del mercado material y simbólico*, y la de G. Sunkel, sobre *la subsistencia en lo masivo de matrices culturales en conflicto*.

Micelli parte de una constatación: la presencia en la industria cultural de “expresiones de una demanda simbólica peculiar que no coincide del todo con el arbitrario cultural dominante” (187). Y la dificultad de comprender el sentido de esa presencia desde una lectura *externa*, esto es, que considera a esa industria pura y simplemente como instrumento de dominación. Lectura que al despreciar y desconocer el sistema de representaciones e imágenes con que las clases populares decodifican los productos simbólicos acaba por asumir como única la representación que la cultura dominante ofrece de sí misma y del “otro”. Con lo que esa lectura coloca como presupuesto precisamente lo que debería investigar: cuál es la posición efectiva que la industria cultural ocupa en el campo simbólico de estos países. Si se partiera de ahí se descubriría no sólo que la cultura masiva no ocupa una sola y la misma posición en el sistema de las clases sociales, sino que en el interior mismo de esa cultura coexisten productos heterogéneos, unos que corresponden a la lógica del arbitrario cultural dominante y otro a demandas simbólicas que vienen del espacio cultural dominado. Estamos ante un mercado material y simbólico no unificado y cuya dislocación remitiría básicamente al carácter *dependiente* de ese mercado. Queda sin aclarar no obstante en la investigación de Micelli hasta qué punto la no unificación del mercado simbólico responde únicamente a la estructura de dependencia y si no tendrá que ver también con la estructura plural de la cultura en los países latinoamericanos. Lo que de alguna manera nos devolvería a

las preguntas cegadas por la lectura "exterior": en qué medida lo que pasa en el mercado simbólico remite no sólo a lo que tiene que ver con la lógica de los intereses de la clase dominante, sino también a la dinámica y la complejidad del universo de los dominados.

Es esa la pregunta que orienta la reflexión de Sunkel y que podríamos sintetizar así: ¿cuánto de lo que constituyen o hace parte de la vida de las clases populares, y que es rechazado del discurso de la Cultura, de la educación y la política, viene a encontrar expresión en la cultura de masa, en la industria cultural?¹⁸⁸ Una expresión deformada, funcionalizada pero capaz sin embargo de activar una memoria y de ponerla en complicidad con el imaginario de masa. Lo que activa esa memoria no es del orden de los contenidos ni siquiera de los códigos, es del orden de las *matrices culturales*. De ahí los límites de una semiótica anclada en la sincronía a la hora de abordar la dimensión del tiempo y sus destiempos, las profundas anacronías de que está hecha la modernidad cultural. Pero también de una antropología que al pensar los nexos disuelve los conflictos congelando el movimiento que da vida a las matrices. Porque decir *matriz* no es evocar lo arcaico, sino hacer explícito lo que carga el hoy, *lo residual* (Willians): el sustrato de constitución de los sujetos sociales más allá de los contornos objetivos que delimita el racionalismo instrumental y de los frentes de lucha consagrados por el marxismo. Vetas de entrada a esas otras matrices dominadas pero activas se hallan en la imaginería barroca y en el dramatismo religioso, en la narrativa oral, en el melodrama y en la comicidad. Lo que sigue son muestras de lo popular activado por lo masivo hoy en Latinoamérica.

En los barrios periféricos de Sao Paulo *el circo* es un espectáculo tan popular como el fútbol. Un circo que deambula permanentemente por los barrios durante todo el año —son cerca de doscientos actualmente en Sao Paulo y sus alrededores—. Y aunque no tan masivo como el cine o el fútbol, el circo tiene sin embargo ya la estructura de una empresa con su organización: división de las tareas y sus sondeos de mercado. Pero la industrialización no le ha robado al circo su modo peculiar de conexión con las gentes del pueblo. Y esa es la veta que realmente interesa¹⁸⁹. ¿qué en el circo de hoy, tan estandarizado y comercializado, sigue hablando a la gente de los barrios populares y de qué les habla? Pero atención, esa pregunta no es arqueológica, no se dirige a indagar lo que sobre-

vive del tiempo en que el circo era "auténtico", sino lo que hace que hoy siga siendo popular, lo que conecta con el hoy de la vida de las gentes. Preguntas que no son respondibles a través de análisis de contenidos por más sofisticados que ellos sean, si no de la puesta en relación del circo con las matrices culturales y los usos sociales. En su investigación, Cantor Magnani encuentra que al circo como existe hoy lo constituye una capacidad de relación *directa* con el espectador —como en el fútbol de barrio o las fiestas de aniversario—, una especial activación del *filón melodramático* con el que conecta el gusto popular por los gestos enfáticos, las posturas solemnes y los rituales, y sobre todo *una mezcla*, una revoltura de elementos —dramas del pasado y parodias de telenovelas, malabarismo y lucha libre, magia y música moderna— y de actitudes: la gente va a emocionarse con la víctima, a divertirse con los payasos, a apreciar en vivo a los artistas de radio y de televisión. Pues la disparidad de elementos se halla *articulada* en un espectáculo que activa marcas de una historia cultural y al mismo tiempo las adapta. Lo que conecta al circo con la gente no es lo que pensarían los propugnadores del realismo, no es la presencia de fragmentos de lo cotidiano o de las peripecias de la vida, sino "una lógica que articula, en *forma circense*, las contradicciones, las incongruencias y desencuentros de la vida diaria, tales como la valorización de la familia y las dificultades de mantenerla, el reconocimiento de la autoridad y la desconfianza hacia la policía, las esperanzas puestas en la ciudad y la desigual repartición de sus servicios, etc."¹⁹⁰ Es una lógica que rige la vida la que capta el circo, un lógica de contrastes: usan tanto la medicina oficial como las curaciones mágico-religiosas, aceptan mecanismos contractuales pero también transacciones por mera reciprocidad, y practican el "libre tránsito" entre creencias y cultos incompatibles. La forma circense de esa lógica se halla en la juntura de lo serio —el drama— y las burlas —lo cómico—, una juntura que desplaza y torna "desfasadas" las dicotomías de lo falso y lo verdadero, lo ilusorio y lo real, con que se acercaría al circo la lectura ideológica.

Las fiestas han cobrado últimamente un enorme interés para los estudios de lo popular. Pero en su mayoría esos estudios no se interesan sino por las "verdaderas" fiestas, o sea, las de las sociedades primitivas; y cuando se asoman a las otras es para ver qué queda de aquello, de lo primitivo. Desde una perspectiva muy diferente —pero muy cercana a la de Cantor Magnani sobre el circo—, Jorge González investiga en México

las *ferias urbanas*. No se trata de rescatar ancestros, sino de investigar la feria en cuanto *frente cultural*: espacio en que las clases sociales se tocan —comparten significantes— y luchan desde y por significados diferentes, por dotar de sentido a la fiesta. Luchan “no necesariamente por establecer relaciones de dominio o explotación, sino por *resaltar* ciertos valores, prácticas y concepciones que son *re-presentados*”¹⁹¹. La feria no aparece entonces únicamente como el resultado de un proceso de degradación, de absorción de lo festivo por lo comercial, sino como lugar de modelación cultural de la *dimensión lúdica* —esa dimensión tan olvidada por la sociología crítica sólo atenta a las dimensiones serias, las “productivas”— y de constitución de *identidades colectivas locales*, regionales, en su ligazón y enfrentamiento con la nacional. La feria es resultado de un proceso, pero con varias dinámicas, ya que desde su inicio las ferias fueron celebración religiosa y tiempo de mercado. De ahí que la dominancia de la dinámica comercial es sólo parte de un proceso cuya transformación incluye otros referentes y otros dispositivos. No hay más que asomarse a la historia para constatar que la *gestión* de la feria ha sufrido en México más de un cambio. Ha pasado de una Iglesia que canaliza a través de la feria pasiones y fanatismos liberados en el juego, a un Estado que la convierte en objeto de reglamentaciones cívicas y en exponente de la riqueza y la variedad nacional, hasta que cede su conducción ideológica a la empresa privada. Y algo parecido sucede con los *espacios*: la feria nace dentro, en el corazón mismo de la ciudad, conectando con todos y con todo, convirtiendo la ciudad toda en fiesta, y poco a poco se va alejando del centro, especializando su territorio hasta salirse de la ciudad e instalarse aparte. Pero de todos esos cambios guarda memoria una feria que articula prácticas populares e industria cultural, que es celebración de la identidad regional y diversión programada. La celebración pasa fundamentalmente por aquellos juegos que representan lo propio: peleas de gallos, voladores indígenas, etcétera, y por aquellos otros que tradicionales —como la casa de los sustos o la mujer lagarto— o modernos —como las últimas atracciones en juegos mecánicos o las estrellas de la canción representan de todas formas lo popular. La industria pone, más que la presencia de famosos del cine o la televisión, una *cierta repartición de los espacios y los gustos* que es la clave de la inscripción de lo mercantil en lo cultural: un “sentido del negocio” que no se limita a traficar con el espec-

táculo, sino que le da forma. A la feria van todas las clases y se divierten y luchan por apropiarse, cada cual a su manera, de esa forma.

La lectura de lo masivo desde lo popular no se ha limitado en América Latina al estudio de prácticas populares masificadas, está también renovando el análisis de los medios masificantes. Vamos a asomarnos primero a la nueva concepción que allí resulta de la radio y en un segundo momento a los modos de presencia de lo popular en la televisión.

Aunque ya se esbozó más atrás, a propósito de las transformaciones sufridas por la radio en los años sesenta, retomamos aquí la investigación de G. Munizaga y P. Gutiérrez, ya que creo que en ella se encuentra la propuesta renovadora en su grado mayor y más logrado de generalidad. Partiendo de una puesta en contexto nacional de la radio en Chile —por relación a la época en que surge y al tipo de figura jurídica que define sus relaciones con el Estado y sus diferencias a ese respecto con la prensa y la televisión—, esa investigación tematiza explícitamente la especial capacidad de la radio para *mediar lo popular* tanto técnica como discursivamente. Poniéndonos así en la pista que, rompiendo la obsesión por las estrategias de la ideología, nos hace posible indagar cómo en la radio el obrero encontró pautas para moverse en la ciudad, el emigrado modos de mantenerse unido a su terruño y el ama de casa un acceso a las emociones que le estaban vedadas. Y cómo eso sucede porque la radio habla básicamente *su idioma* —la oralidad no es únicamente resaca del analfabetismo ni el sentimiento subproducto de la vida para pobres— y puede así servir de puente entre la racionalidad expresivo-simbólica y la informativo-instrumental, puede y es algo más que un mero espacio de sublimación: aquel medio que para las clases populares “está llenando el vacío que dejan los aparatos tradicionales en la construcción del sentido”¹⁹².

Desde una perspectiva muy cercana a la de las investigadoras chilenas, pero asumiendo la complejidad cultural de la Lima actual, Rosa M. Alfaro ha trazado el mapa de los modos en que la radio “capta” la densidad y la diversidad de condiciones de existencia de lo popular. Yendo de los géneros radiales a las matrices culturales se hace posible explicitar los dispositivos que enlazan lo territorial con lo discursivo, las tempora-

lidades y las formas del *nosotros*, la memoria y sus sitios de anclaje. Se trata entonces de indagar “la vigencia de un nuevo uso de la radio, sustentada en las características conflictivas de las relaciones sociales en nuestro país, que han movido a grupos sociales o culturales a ganar un terreno propio de existencia pública transformando los usos, géneros y lenguajes radiofónicos conformes a sus propios objetivos y matrices culturales”¹⁹³. El mapa se halla configurado por tres modalidades básicas de las cinco que presenta la radio en Lima. Las emisoras *locales* que, funcionando sobre un criterio territorial, hacen que una programación netamente comercial se vea atravesada por la presencia de necesidades de la zona y por llamadas a la participación colectiva en acciones de apoyo a las demandas populares. Apoyándose en el discurso vecinal este tipo de emisora representa el alcance y los límites de un “uso democrático” de la radio tal y como es articulable desde la compaginación de la libertad de intereses y el bien común, de su encuentro en el mercado. La emisora *popular urbana*, en la que lo popular tiene un espacio propio pero bajo la dirección populista de otros sectores que lo cautelan desde fuera. El mundo popular se hace presente bajo la *identidad unificante* de lo criollo. Hay mucho concurso en que se escenifica la pobreza y las ingeniosidades de la gente, un lenguaje que busca llevar a la radio la fonética, el vocabulario y la sintaxis de la calle, una participación expresada en llamadas, cartas y visitas a la emisora, y sobre todo una presencia grande de la música en que se plasma hoy el mestizaje urbano en Lima: la “chicha”. A través de todo ello la emisora local interpela a un *nosotros* popular que aunque construido con voces populistas convoca y activa dimensiones de la vida cultural del país desconocidas o negadas en las emisoras de corte transnacional. Por último la emisora *andina-provinciana*, iniciada en horas fuera de programación —a las cuatro de la mañana— y cambiando de una cadena a otra en función de los costos. El contenido: música de la región y felicitaciones de cumpleaños, información sobre fiestas o sucesos de la región, actividades del grupo regional en la ciudad y propaganda de los productos elaborados por gentes de la colectividad. Sin locutores especializados, con música grabada por conjuntos de la propia comunidad andina de origen y en un lenguaje coloquial, miles de inmigrantes en la ciudad de Lima usan la radio para darse un espacio de identificación que no es sólo evocación de una memoria común, sino producción de una experiencia profunda de solidaridad. De ello dan pruebas desde la cuota de

sostenimiento del programa hasta la forma de hacer la publicidad —se trata de vender pero también de orientar a los recién llegados a la ciudad—, y el hecho de convertir la radio en un lugar de encuentro y de partida para una “industria cultural” paralela que imprime discos y organiza campeonatos de fútbol y fiestas entre la gente de la región. Con grandes diferencias y contradicciones que atraviesan cada uno de los formatos en su modulación de lo popular algo se hace visible en su conjunto: “Cómo los procesos de reproducción cultural e ideológica recuperan discursos de liberación y son susceptibles de ser subvertidos en el campo mismo del consumo”¹⁹⁴.

Algunos párrafos más atrás, y de paso, anotábamos la relación de la “popularidad” de la radio con la cultura oral. Un caso bien expresivo de esa relación lo constituyen las “historias de crímenes” en las emisoras brasileñas, y de un modo especial las de Gil Gómez, cuyo programa nacido en 1968 tiene desde hace once años el primer lugar de audiencia con un millón diario de oyentes¹⁹⁵. Como los ciegos españoles en los siglos pasados plasmaban en coplas los “sucesos”, Gil Gómez plasma en directo cada mañana el relato de un suceso seleccionado entre los casos registrados por la prensa en la semana. Y frente al discurso de la noticia —con su negación del sujeto narrador y su ocultación de la trama discursiva—, el narrador de radio hace de la historia de crímenes un *relato de experiencia*¹⁹⁶. Del lado de la enunciación la experiencia del narrador hace presente “el lado corporal del arte de narrar”. Cuerpo que en este caso es voz que carga de efectos sensoriales el relato y explora desde ahí, desde el tono y el ritmo —que acelera, retarda, enmudece, se altera, grita, susurra— el universo de las emociones. Del lado del enunciado es la interpelación a la experiencia de la gente que escucha: acercando lo extraño a lo cotidiano, descubriéndolo entre sus pliegues —la madre, la madre amorosa, la que no vive, sino para su familia, jella fue la que mató al hijo!— y conectando la experiencia individual con el curso del mundo en forma de refranes y proverbios, de saberes que conservan normas, criterios para clasificar los hechos en un *orden* con el que enfrentar la incoherencia insoportable de la vida. *Dramatización de lo real*, el relato de Gil Gómez dota de rostro, situación y cotidianidad a los anónimos personajes de la crónica policial: “Esos personajes tienen casa, dirección familia, y lo que es más importante, tienen una historia de vida que incluye amor, amistad, odio, venganza. Una historia que habla de

seres reales y no de meras fichas de identificación. El desenraizamiento de los gente de origen rural es compensado por esos programas”¹⁹⁷.

Qué el modelo hegemónico de televisión “odia las diferencias” es algo que no necesita demasiada demostración, y el modo en que opera la disolución fue descrito anteriormente. Pero también por la televisión pasan las brechas, también ella está hecha de contradicciones y en ella se expresan demandas que hacen visibles la no-unificación del campo y el mercado simbólico. Una de las pocas investigaciones que se ha arriesgado en esa dirección lo ha hecho tomando como veta de entrada los *programas cómicos* en la televisión peruana¹⁹⁸. ¿Qué dimensiones, qué aspectos, qué rasgos de lo popular tienen algún modo de presencia en esos programas, y qué transformaciones sufren al expresarse en un medio como la televisión? Lo popular se hace presente en los programas cómicos peruanos sobre todo a través del *mosaico racial*: “no se concibe un origen popular si se es blanco, aunque éste sea real; necesariamente, como condición previa, se debe ser cholo, negro o zambo. Estos tres componente étnicos garantizan que se es popular”¹⁹⁹. Y las razas son ante todo *tipos físicos* que encarnan los actores. Son ellos mismo —en su mayoría provenientes de sectores populares— con su físico y su mímica, sus modales y sus hablas, los que proporcionan el anclaje para la identificación y el reconocimiento popular. Y ello se hace presente desde los apodos con que se les conoce: el Cholo Tulio Loza, el Zambo Ferrando, el Negro Gutapercha. Es sólo en el espacio de la comicidad donde la televisión se atreve a *dejar ver* al pueblo, ese “feo pueblo” que la burguesía racial quisiera a todo trance ocultar. Sólo ahí la televisión se traiciona hasta mostrar sin pudor *las caras del pueblo*. Una vez más el realismo grotesco de lo cómico se hace espacio de expresión de los de abajo, que ahí se dan un rostro y despliegan sus armas, su capacidad de parodia y de caricatura. Y es en esos programas también donde las clases altas, las oligarquías, son ridiculizadas, y más aún que ellas los que tratan de imitarlas. El blanco de las burlas más refinadas será la nueva clase media, jesa que tiene plata.... pero se come las uñas!

La otra figura de lo popular en la comicidad televisiva es el *criollismo*. Una figura que se mueve en dos planos: lo criollo es por un lado ese “grosero y gaseoso término que resume lo nacional” y, por otro, criollo designa el modo como lo sectores

populares llegan a ser ciudadanos, el proceso de sobrevivencia de lo popular en la ciudad, el doloroso acriollamiento del cholo. De patrimonio y folklore lo criollo pasa así a nombrar el proceso fundamental del mestizaje en que se gesta lo popular urbano, hecho de humillaciones y angustias, de desposesiones y reapropiaciones. Y de eso dan cuenta a su manera los programas cómicos cuando ponen en escena una imagen del criollo que extrema la trampa y la desgana, la desidia y el engaño, “expresiones del fracaso sublimado, de la ira domesticada, de la rebeldía convertida en risa, de la voluntad en depresión”²⁰⁰.

Lo popular se expresa también en la *ambientación* —oscilando entre la esquina de barrio, el callejón de vecindario o la bodega con su carga manifiesta de violencia, y los interiores de hogar, la salita con sus flores de plástico— y sobre todo en el lenguaje: en *el palabreo*. Que es la palabra hecha arma e instrumento de revancha, estratagema que al confundir al adversario lo desarma. Un uso del lenguaje que se sitúa en el extremo opuesto al de la información: se juega con las palabras, se desplazan sus significados, se produce un desorden verbal mediante el cual se busca desconcertar al otro. Es la revancha contra un orden del mundo que los excluye y les humilla y contra el que las gentes del pueblo se enfrentan desordenando el tejido simbólico que articula ese orden. Des-articulación, confusión, hablar rápido, mal hablar: es la transformación de la carencia en argucia y de la situación en ocasión que se aprovecha para imponerse o parodiar la retórica de los que sí hablan bien.

Vamos a terminar este “relato” de presencias de lo popular en lo masivo acercándonos al espacio que sería por antonomasia el de la famosa manipulación —la política en la televisión— y lo vamos a hacer en base a una reflexión que nos permite profundizar y sintetizar a la vez el alcance y el sentido de nuestra propuesta. La reflexión²⁰¹ se produce a partir del modo como el pueblo brasileño vivió los acontecimientos de la enfermedad, la muerte y el sepelio del presidente elegido Tancredo Neves, y trabaja en el quiebre de la visión que se produce en los medios masivos de comunicación: una prensa que sigue mayoritariamente la tendencia a informar únicamente de los hechos desde el punto de vista objetivo, en este caso el discurso médico, y una radio y televisión que son culpadas por la prensa de manipular los sentimientos del “país arcaico” montando un sucio espec-

táculo populachero. Frente a esa interpretación de lo sucedido dos investigadoras brasileñas se proponen “considerar el espectáculo de la calle desde el punto de vista del actor de carne y hueso que lo construyó como fiesta cívica” y ello con el objeto de “develar, en la lógica de su propio enredo, la narrativa de ese espectáculo paradójico, y situar en su perspectiva el papel de los medios de comunicación”²⁰². Mirado desde la calle, lo que se ve es una gigantista movilización de cuatro millones de personas —en la que hay jóvenes, viejos, niños, pobres, ricos, clases medias— que se encontraron en las calles de Sao Paulo unidos por una solidaridad en la esperanza que nada tiene que ver con un montaje: para mover esa multitud se necesitó algo más, algo muy diferente a la voluntad manipuladora de unos medios masivos. Se necesitó justamente aquello que testimonian los gritos de la muchedumbre en esos días: “Tancredo nao morreu, Tancredo está no povo”, “Tancredo, um dia haverá pao para todos, como voce queria”. No fue un “país medieval” el que salió a la calle, no fue un país de fanáticos y milagrereros, sino aquel mismo pueblo que pocos meses antes llenaba esas mismas calles exigiendo las “diretas ja!”, un pueblo en redescubrimiento de su ciudadanía, reinventando su identidad en un espectáculo que fundía fiesta y política que hacía política desde la fiesta. Y se daba la voz en la presencia corporal y el movimiento de una multitud. Pero eso lo ignoró por completo una prensa que, erigiéndose en crítica de la masa, no pudo ver *el pueblo que contenía y formaba, que daba forma a la masa*. Que fué precisamente lo que sí dieron a oír y a ver la radio y la televisión. Atrincherada en la defensa de una verdad y una objetividad científicas, la prensa se mantuvo alejada, distante de la masa y sus mistificaciones, pero a un costo bien alto: el de no entender la *verdad política* construida por el pueblo y “traducida en el código de la esperanza”. Una verdad cuyo discurso estaba en el espectáculo, el de un pueblo que al asumirse como actor lo transformaba en fiesta cívica, hacía de él “un espectáculo que producía su propia narrativa en el acto de producirse como evento”²⁰³. ¿Y qué narrativa fue esa en que la radio y la televisión, pero no la prensa sería, pudieron reconocerse? Pues la narrativa del romance popular y el melodrama, la narrativa de la exageración y la paradoja, de la pasión y la emoción, aquella que revuelve ética y estética, aquella que “la historia del pudor y la racionalidad del triunfo de la burguesía nos acostumbró a descartar como populachera y de mal gusto”²⁰⁴. ¡Qué escándalo!, ignorando el trabajoso esfuerzo de los periodistas por restituir la

verdad "objetiva" a los hechos de la enfermedad y la muerte del presidente, el pueblo asume el código de la ficción y del imaginario para desentrañar el sentido político de aquella muerte. La "lección" está ahí para quien quiera y pueda oirla, verla: melodrama y televisión permitiéndole a un *pueblo en masa* reconocerse como actor de su historia, proporcionando lenguaje a "las formas populares de la esperanza". Ese es el reto que entraña nuestra propuesta y la mejor síntesis de lo que a lo largo de todo este libro se ha intentado formular.

Cali, diciembre de 1985