

Cohesión social en América Latina:
Bases para una Nueva Agenda Democrática



**Medios de Comunicación e Industrias
Culturales, Identidades Colectivas
y Cohesión Social**

George Yúdice

2008

Este trabajo fue escrito en 2007 como contribución al proyecto *Nueva Agenda de Cohesión Social para América Latina*, realizado por el iFHC-Instituto Fernando Henrique Cardoso y el CIEPLAN-Corporación de Estudios para Latinoamérica. El proyecto fue realizado gracias al apoyo de la Unión Europea y el PNUD. Las informaciones y opiniones presentadas por los autores son de responsabilidad personal y no expresan necesariamente, ni comprometen, a las instituciones asociadas al proyecto.

Coordinadores del proyecto: Bernardo Sorj y Eugenio Tironi.

Equipo Ejecutivo: Sergio Fausto, Patricio Meller, Simon Schwartzman, Bernardo Sorj, Eugenio Tironi y Eduardo Valenzuela.

ISBN: 978-85-99588-27-7

Copyright ©: iFHC/CIEPLAN. 2008. San Pablo, Brasil, y Santiago de Chile.

El texto, en parte o en su totalidad, puede ser reproducido para fines no comerciales dentro de los términos de la licencia de Creative Commons 2.5

http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/deed.es_CL



Medios de Comunicación e Industrias Culturales, Identidades Colectivas y Cohesión Social

George Yúdice¹

1. INTRODUCCIÓN

Este estudio es una respuesta al pedido de elaborar una reflexión sobre el impacto de la cultura de masas en las identidades de sus receptores, y las implicaciones de esa relación para la cohesión social. Se trata de tres términos – **cultura de masas**, **identidad colectiva**, **cohesión social** – con una larga historia en los marcos analíticos de lo social y político.

La llamada cultura de masas desempeñó un papel importantísimo en la creación de identidades nacionales. Carlos Monsiváis nos ha enseñado que los géneros populares – historietas, radio y cine – son los modelos de conducta, la escuela de comportamientos donde se dictamina lo que es entretenido y aceptable. Los medios masivos transforman los paradigmas de comportamiento. “Luego de la radio, el modelo acústico de la autoridad en el uso de la palabra viene de los locutores” (1997). Respecto de las historietas escribe que demandan la identificación con tramas, personajes, atmósferas . . . Identificarse es no distanciarse, y reafirmar valores, mitigar la angustia del desplazamiento y la marginación (1983: 72-73). Y el melodrama, el género más importante del cine mexicano, lo caracteriza Monsiváis como “atmósfera formativa . . . que provee a las familias del idioma utilizable a la hora de la solemnidad y de las tormentas emocionales; refrenda las prohibiciones de la moral al uso; condiciona la psicología conveniente en las crisis del alma y en los avatares de la honra; adiestra en las reacciones convenientes en las disyuntivas entre el Bien y el Mal; ofrece las fórmulas verbales adecuadas en el proceso amoroso y la convivencia familiar, los bloques expresivos a emplearse en el caso de pasiones, tragedias, métodos de expiación, dudas que desembocan en la canallez o el sacrificio, obediencia a los padres o enfrentamientos dramáticos con ellos, cuidados de la honra, heroísmos de la desdicha” (2005: 5).

¹ New York University, Nueva York, Estados Unidos

Como en México también en Brasil, Argentina, Cuba y musicalmente en casi todos los países. Pero esa identidad colectiva o comunidad imaginada en los medios ha cambiado, y ya ni la ranchera, ni el tango, ni la rumba definen mexicanidad, argentinidad o cubanidad, si es que alguna vez lo hicieron para todos los residentes de esos países. Las migraciones transforman los paisajes culturales. Los migrantes buscan apropiarse los medios, como las comunidades étnicas que migran a Lima y en horas fuera de la programación incorporan músicas de sus regiones de origen, información sobre fiestas, lo que ocurren en sus pueblos, etc. (Martín Barbero 2002: 56). Pero aún la radio, que fue un medio propicio para incorporar lo rural a la urbe, ha cambiado. Como escribe Rosalía Winocur, “la radio, en su afán de conquistar el favor del público, desde sus comienzos produjo narrativas sobre la presencia rural en la ciudad, al mismo tiempo que acercaba la sensibilidad urbana a la cultura campesina. El imaginario que en sus comienzos permitió a los migrantes (futuros habitantes pobres de los barrios periféricos, obreros, empleados y vendedores ambulantes) y a las familias tradicionales; pensarse y concebir a los otros a partir del hecho de vivir y progresar en la ciudad, ahora se ha fragmentado. Vivir en la ciudad ya no constituye una aspiración de superación personal o un horizonte de progreso, sino un escenario de conflictos multiculturales que se expresan en la disputa por el espacio, los servicios y el acceso a los canales mediáticos” (Winocur 2006).

En “Del rancho a Internet,” Monsiváis distingue entre la época de las grandes comunidades imaginadas y el fraccionamiento de hoy:

ANTES	DESPUÉS
Homogeneidad del gusto	Construcción sectorial de los modos de vida
La familia como segundo recinto eclesiástico	Migraciones culturales
Intimidación ante las metrópolis	Uso monopólico del tiempo infantil
Homenaje continuo a los héroes nacionales	Elevación de los famosos a rango de santos (idolatría frenética)
Analfabetismo	Multimedialismo
Cultura oral	Promoción desenfrenada de la industria del espectáculo
Miedo a la tecnología	Geografías del consumismo
Maneras únicas de entender lo femenino y lo masculino	Reconocimiento de las minorías

Fuente: elaboración a partir de Gallardo Luque (2003), a su vez tomado de Monsiváis (1997)

Sería tentador atribuir estos cambios a los medios y a las tecnologías de información y comunicación, y de hecho algunos observadores lo han hecho. Pero en este estudio, tomamos otro derrotero. En el próximo apartado comenzamos con una reflexión sobre los términos empleados, y los marcos analíticos en que se acomodan. Se investiga su radio de aplicación y se consideran los límites a que se enfrentan, sobre todo el concepto de cohesión social, ante la evidencia que la marginación de unos produce el sentido de pertenencia o “nosotridad” de la mayoría.

A continuación se estudian los marcos analíticos en la segunda parte, y luego los estudios de comunicación y la representación de los no-normalizables – indígenas, migrantes y jóvenes –en los medios de comunicación. La quinta explora la ecuación jóvenes-violencia, que se propaga en los medios. En la conclusión se hacen unas recomendaciones.

2. MARCOS ANALÍTICOS

Ya no se usa mucho **cultura de masas**, en parte por el abandono del concepto de “masas”, heredado del siglo 19 y protagónico en los primeros acercamientos al estudio de los medios de comunicación. Además, hoy en día, se piensa menos en una cultura y más en culturas plurales; se habla de identidades culturales más que de una cultural nacional o popular; de audiencias y públicos diferenciados, de nichos, con respecto a la programación en radio, música, videojuegos, libros, prensa e Internet dirigida a perfiles específicos de gustos y preferencias. Si bien en la televisión y el cine todavía predomina una oferta confeccionada para lograr los públicos más amplios - y consecuentemente los ratings más altos -, los usos o maneras de consumir la programación es muy variada. Por tanto, lo que se concebía a comienzos del siglo 20 como “cultura de masas” ahora se pluraliza, tanto para el reconocimiento multicultural como para la venta para una diversidad de públicos y consumidores, cada uno esperando que en nuestras sociedades consumistas la oferta se ajuste a su perfil particular explica Chris Anderson en *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More* (2006). De ahí, que nos parezca más apropiada la **expresión medios de comunicación e industrias culturales (MC&IC)**.

En sus primeras formulaciones, “**cultura de masas**” era un oxímoron, pues la idea de cultura, derivada de “cultivar”, se refiere a partir del siglo 18 al desarrollo intelectual, espiritual y estético, justo lo que “las masas” no entienden. “Masas” choca con el concepto de cultura, que como vemos, legitimaba un **marco analítico de superioridad civilizatorio/nacional trascendente**, que además del cultural tiene un registro **social darwinista**, según el cual hay clases superiores y otras, entre ellas las masas, inferiores, e inclusive destinadas a la servidumbre o la extinción. (Más abajo veremos cómo se acomoda este marco civilizatorio/nacional con el de **la sociedad que se defiende**.) De hecho, el primer uso de “masas” en los albores de la revolución burguesa e industrial es más o menos sinónimo de “bárbaros” (Yúdice, 2007a). Esta óptica es evidente en Carlyle, en cuya historia de la revolución francesa se caracteriza a la multitud como turba descontrolada, enloquecida y sangrienta, en LeBon, para quien la multitud se rige por emociones irracionales, en Freud, que vio en los impulsos humanos más cercanía a la naturaleza que a la civilización, en Ortega y Gasset, para quien el “hombre-masa es el hombre previamente

vaciado de su propia historia, sin entrañas de pasado y, por lo mismo, dócil a todas las disciplinas llamadas "internacionales," y que tiene el descaro de, “sabiéndose vulgar, . . . afirmar el derecho de la vulgaridad [e] impone[rlo] dondequiera” (2004: 24). La cualificación, “de masas”, transforma lo trascendente en homogéneo, mediocre, repetitivo, previsible, y vulgar, que en resumidas cuentas anula la posibilidad de distinción en el sentido de Bourdieu (1988). Y es justo la legitimación que aporta la distinción lo que el **marco analítico de la diversidad y los derechos culturales** busca superar, abriendo la legitimidad a la diversidad de expresiones culturales. El punto débil de este marco es, evidentemente, la casi imposibilidad de concebir que algunas culturas puedan ser negativas o dañinas. Diversidad cultural, pues, adquiere una trascendencia diferente mas análoga a la que Durkheim le otorgó a cohesión social.

Los términos no siempre se pueden sacar de un marco analítico e insertar en otros; se acomodan mejor a unos que a otros. En ese sentido, frente a la cultura de masas, los **MC&IC** corresponden a un marco que tiene en cuenta la mediación, la interacción simbólica compartida inherente a la comunicación, y una connotación no negativa (i.e., no adorniana) de los aspectos industrializados de la cultura, que la amplían, transforman y pluralizan. Los MC&IC, pues, están más a tono con el **marco analítico de la diversidad**, como principio esencial en la actualidad tanto de la democracia como de los derechos humanos, de los cuales los culturales forman parte. Considérese la recién ratificada Convención Sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de Expresiones Culturales de la UNESCO, que ofrece un marco idóneo para que las naciones busquen medidas para apoyar “diversos modos de creación, producción, difusión, distribución y fruición de las expresiones culturales” (ξ4) tanto de la diversidad interna de los países como la externa, e además dando “tratamiento preferencial a los países en vías de desarrollo” (ξ16), así compensando, si no eliminando el casi monopolio que los grandes consorcios de los países desarrollados tienen respecto al cine y los grandes países latinoamericanos (México, Brasil) en lo que se refiere a la televisión. La gran diferencia con respecto a las políticas de protección de la era del GATT es que la diversidad cultural que promueve la Convención se concibe como una ecología global a partir del servicio público (ξ6), contemplando la discriminación positiva para los países en vías de desarrollo e las minorías e grupos

indígenas internos a las naciones (ξ2 & ξ7), el fomento de alianzas entre los sectores público, privado e tercero (ξ12 & ξ14), al apoyo especial a las micro, pequeñas y medianas empresas (ξ14), que son el sine qua non de la diversidad, e hasta el sector informal (ξ6), que es el más amplio en ciertas áreas de la producción y circulación de bienes y servicios culturales (Yúdice 2007b).

El término **identidad colectiva**, como cultura de masas, también se remonta a la sociología clásica del siglo 19, sobre todo en el concepto de clase social en Marx y la noción de conciencia colectiva en Durkheim. El meollo conceptual del término reside en el sentido compartido de una “nosotridad” [“we-ness” (Parsons, 1964)] y de la capacidad de acción o agencia que se origina en ella. Puede designarse primero desde afuera (v.gr., para un grupo étnico como “hispanos” en EEUU, que recibió esa apelación desde el Estado) y luego ser asumido, pero en todo caso requiere de aceptación. Además, esa nosotridad se elabora a partir de materiales culturales: narrativas, símbolos, estilos, rituales, etc. Si bien la noción fue usada a lo largo del siglo 20, lo importante hoy en día es que el concepto se ha pluralizado y los científicos sociales se refieren a políticas de identidad, identidades oprimidas, subalternas, contestatarias, insurgentes, múltiples, etc. Esta pluralización pone en tela de juicio la identidad global de una sociedad, y en especial la comunidad imaginada nacional cuyos orígenes Benedict Anderson (1993) traza en la primera industria cultural de masas: la prensa y la literatura, que proporciona un sentido de nosotridad a millones de desconocidos.

Vemos que este término mismo se reconvierte y pluraliza – identidades culturales – para acomodarse al marco **analítico de la diversidad cultural**, y de hecho de la **ciudadanía cultural**. Este término se acuñó en los años 80 en EEUU como parte de una estrategia, surgida en la década anterior, para asegurarles derechos a grupos marginales que encontraban barreras al acceso a bienes y servicios del estado de bienestar y a mercados laborales debido a su distinción negativa, fundada en el rechazo de ciertos rasgos culturales (típicamente un mecanismo de racialización) por parte de la sociedad hegemónica. La idea básica era que si debido a la discriminación cultural – por ejemplo, que se hable un idioma extranjero como el castellano, o se suscriba a un modelo no normativo de familia como el

de los afroamericanos estadounidenses o el de los homosexuales – se le negaba un derecho a un individuo de uno de esos grupos, entonces incumbía al estado legislar una estrategia compensatoria, basada en ese dilema cultural, para garantizar el acceso al derecho (v.gr., a la educación, al voto, a la herencia de los bienes de un miembro familiar no convencional).

Pero la reclamación de derechos de los culturalmente diferentes no se detuvo con el acceso a derechos constitucionales, sino que algunos miembros de estos grupos exigieron que se les reconociera un privilegio epistémico que, argumentaron, deriva de la diferencia cultural. Este argumento extiende la reclamación feminista de que la experiencia desigual de género suscita insights no disponibles a la población normativa, y que basándose en esos insights se puede desmontar constructos epistémicos, como, por ejemplo, que el trabajo reproductivo femenino no es trabajo productivo (Hartsock, 1987; Harding, 1998). En América Latina hay afirmaciones de una lógica semejante, sobre todo en relación a los movimientos de indígenas y afrodescendientes (Alvarez, Dagnino y Escobar, 2001). Pero también ha habido quejas de que este marco analítico, compatible con el multiculturalismo, es una exportación estadounidense y por tanto no válida. Este es, justamente, uno de los argumentos de Demetrio Magnoli (en este libro), contra las políticas de acción afirmativa en Brasil. En nombre de la cohesión social entendida a partir de un **marco analítico civilizatorio/nacional trascendente** (en este caso, la identidad nacional mestiza y cordial, marco acuñado en el Brasil por Gilberto Freyre y Sérgio Buarque de Hollanda),¹ se combate el reconocimiento de identidades colectivas diversas, pues se concibe ese reconocimiento, y los derechos que lo acompañan, como una amenaza a la cohesión.²

La **cohesión social** es, para Durkheim, la “personalidad moral que se encuentra por encima de las personalidades particulares” e infunde y da forma a la colectividad. Proporciona la “continuidad e incluso la permanencia” que anima la interdependencia de funciones y clases en una sociedad diferenciada por la división del trabajo. Es moral en tanto los lazos de solidaridad que la definen “mant[ienen] la regla por encima y más allá de las relaciones efímeras que diariamente la encarnan” (Durkheim, 14). Vemos la relación entre la comunidad imaginada de la nación, que está por encima de la división de clases, y el organismo cohesionado propuesto por Durkheim. Se trata de una propuesta conservadora

en dos sentidos: primero, porque la solidaridad orgánica viene a suplir la disolución de la solidaridad mecánica de las sociedades tradicionales con la diferenciación modernizadora, y segundo porque hoy en día se recurre nostálgicamente a la cohesión como principio que hay que recuperar ante el peligro de anomía proveniente del surgimiento de una pluralidad de identidades que reclaman reconocimiento y derechos no sólo al Estado sino al resto de la sociedad, y hasta a sociedades de las cuales no son ciudadanos, como hacen los migrantes.

La existencia de una pluralidad de comunidades imaginadas, que se podrían entender también como comunidades interpretativas, algunas a escala transnacional (v.gr., la de migrantes que siguen siendo nacionales a la vez que viven en Estados Unidos, Europa u otros países latinoamericanos), presenta un desafío para la cohesión social. Para la CEPAL (2007), la cohesión social se define como una dialéctica entre la dimensión objetiva del grado de separación o acercamiento de los individuos y por los mecanismos de inclusión que disminuyen las brechas, y el grado de adherencia e identificación de los individuos con la sociedad, es decir, su sentido de pertenencia, de bienestar como integrantes de la sociedad. Vemos, inmediatamente, la dificultad de cohesión social en las actuales sociedades latinoamericanas ya no sólo de grupos étnicos y minoritarios, sino de jóvenes asediados por el desempleo, la migración, la deserción escolar, las drogas, la violencia intrafamiliar, la criminalización, sobre todo los pobres, muchos de los cuales se guarecen en pandillas, pero también otros no marginales que no se sienten a gusto en la sociedad mainstream y que forman subculturas que se resisten a la integración (Hebdige, 1977; Reguillo, 2000 y 2005).

Estos jóvenes, pero también los migrantes, desafían el principio de integración; es decir, aun cuando haya voluntad de integrar a estos grupos, puede que haya dimensiones subjetivas que los hagan resistir, y que se traducen en marcas y estilos culturales. ¿Hasta qué punto los bolivianos residentes en Buenos Aires desean ser argentinos, o los migrantes nicaragüenses se ven como costarricenses? Igualmente con algunos grupos juveniles, en especial los pandilleros, que analizaremos más abajo. Veremos que muchos de los mensajes e imágenes que diseminan los medios de comunicación, sobre todo la prensa y la televisión, coadyuvan en esta resistencia a la integración; por una parte, se demoniza a estos

grupos, por otra ellos forman sus comunidades imaginadas. Desde la óptica de la sociedad, estos “otros” – migrantes, pandilleros, criminales, precaristas, etc. – pueden incluirse (como mano de obra o como presos) pero no integrarse. No se produce la dialéctica entre integración e inclusión. Los jóvenes, como escribe Reguillo, se volvieron visibles en el espacio público como “identidades problemáticas” (2000). Los mismo podría decirse de precaristas, migrantes y otros “otros”.

El desafío a la cohesión: los no normalizables

Como reconoce la propuesta de la CEPAL, “puede darse una cohesión en el nivel comunitario y, al mismo tiempo, una desestructuración a escala de la sociedad”. Luego el texto de la CEPAL pasa a referirse a grupos indígenas y a jóvenes que constituyen “verdaderas ‘tribus urbanas’, con un muy fuerte sentido de pertenencia, códigos lingüísticos y estéticos propios, pero refractarios hacia quienes no integran el grupo” (2007: 22). Esta es la cohesión “micro”, por así decir, a que apuntan Soares y Messari (en este libro), y que se encuentra tanto en el crimen organizado (no hay actividad que más requiera de la confianza en sus copartícipes) como en los movimientos sociales democratizantes. Por otra parte, Soares y Messari afirman que la “violencia puede ser la energía del tejido social”. Esta observación tiene al menos dos interpretaciones; por una parte, la complicidad en la comisión de violencia crea lazos de confianza (el riesgo los requiere), por otra, la violencia contra los “otros” (criminalizados y barbarizados en los medios) sirve perversamente para construir un “nosotros” cohesionado. Es en este sentido que Foucault (2001) habla de la **sociedad que se defiende**, eliminando a los no disciplinables o normalizables.

Los MC&IC juegan un doble papel en relación a la construcción representacional de los no normalizables. Por una parte, proyectan a ciertos grupos vía representaciones de lo anormal o anti-normal, con el resultado que se le hace difícil a la sociedad mainstream solidarizar con ellos. Se produce, además, una resistencia a extenderles derechos de ciudadanía e inclusive derechos humanos. Así, no se da la “solidaridad de los que están incluidos hacia los que están excluidos” (CEPAL, 2007: 24). ¿Quiénes solidarizan con sicarios y maras? Según Lazarsfeld, este efecto de desolidarización opera según la observación durkheimiana de que la conformidad es simbólicamente premiada mientras la desviación es castigada

(Katz, 2001). Por otra parte, esas “tribus urbanas” estetizadas abren nuevas modas seductoras que adoptan los MC&IC, especialmente en la estilización de músicas, imágenes videojuegos, moda de ropa, etc. que se propagan a grupos más “normales”, pero no necesariamente por su posición de clase.³ Se llega aquí a un límite en lo que respecta a las posibilidades de ciudadanía y a la cohesión social. En cierto sentido, los no normalizables son lo que Laclau (1990) llamaría la “exclusión constitutiva”, una suerte de significante vacío que muda de semblante según las contingencias (judío, comunista, mujer, favelado, prostituta, drogado, migrante, precarista, criminal, negro, vagabundo, vendedor ambulante, pandillero, terrorista, pirata, etc.) pero que persiste.

De ahí la **imposibilidad de la sociedad** – y, añadiríamos, la cohesión social – para Laclau (1990), pues el cierre real de la falla es imposible. Acaso la prueba se encuentre en Durkheim, para quien cierto nivel de crimen es funcional y performativo. Es decir, para que exista la sociedad, se necesita un principio que la movilice, como si se tratara de un organismo que se mantiene saludable generando anticuerpos. Las leyes establecen las fronteras de lo saludable, es decir, de lo aceptable e inaceptable, y el crimen pone a prueba esas fronteras, acomodándolas y las leyes que las fijan a los cambios normativos. El crimen, además, tiene para Durkheim una función integradora, pues visibiliza o dramatiza la dinámica de las normas que cohesionan a los que cumplen o se imaginan cumpliendo con la ley. “El crimen . . . aproxima a las conciencias honradas y las concentra”. Es decir, no hay mejor cohesionador que la “cólera pública”, de los que se congregan “para hablar del acontecimiento, y se indignan en común” (76).

Más abajo elaboraremos nuestra reflexión respecto a la relación de los MC&IC y el crimen y la violencia, pero lo que importa señalar en este punto es que la idea de cohesión social se acomoda al **marco analítico civilizatorio/nacional trascendente** y orienta a la preocupación por la **(in)seguridad ciudadana** en una dirección muy particular, de manera que el crimen y la violencia se perciben como los asuntos políticos más importantes según las encuestas de opinión en toda América Latina, por encima de la seguridad social (seguro de desempleo, salud, educación, etc.). Este dato nos induce a adelantar la hipótesis de que el marco analítico civilizatorio/nacional trascendente en que inicialmente se inserta la

cohesión social, en el entorno actual de una pluralidad de identidades colectivas (que informa un modelo particular de democratización, que algunos llaman “democracia radical”) y de alta percepción de violencia e inseguridad, orienta las políticas para lograr seguridad en la dirección de limitar la multiplicación de demandas y derechos del marco analítico de la diversidad. Además, centra la preocupación en una apretada de tuercas al temido efecto centrífugo que surge de lo que Laclau y Mouffe (1985) llamaron “multiplicación de antagonismos” y no en lo que produce esa otra seguridad (de empleo, salud, educación, servicios públicos) que predominó en la propuesta del estado de bienestar, y que las políticas reestructuración liberal de los 1980s en adelante, en parte en respuesta a los efectos de la globalización económica, echaron abajo.

Debo aclarar que esta hipótesis la aplico aquí al papel que juegan los medios en el agravamiento o mejoramiento de la percepción pública de deterioro social o, girando 180° hacia una perspectiva afirmativa, de los esfuerzos por lograr un desarrollo integral (es decir, económico, social y cultural). Pero es una hipótesis que va más allá de los MC&IC, pues no son sólo ellos los que conducen más a un marco analítico que a otro, sino también las ciencias sociales. No podemos desenredarnos del fenómeno que estudiamos; aún nuestras tentativas más “objetivas” de abordar el fenómeno lo van contornando y facilitando el desenlace hacia ciertas conclusiones. Ambos “dirigismos”, la de los MC&IC y la de las ciencias sociales, se observan en el sentido común o doxa, que prevalece en la opinión pública y hasta en algunas reflexiones de peso de parte de sociólogos y politólogos. Por ejemplo, que la proliferación de representaciones de violencia en la televisión conduce directamente a las conductas violentas de los jóvenes (Navarrete, 2005), o que la exhibición omnipresente de bienes de consumo – ya no sólo en la publicidad convencional sino en casi todo el paisaje visual e inclusive en nuestra privacidad mediante los spam y los pop ups en internet – produce el consumismo desenfrenado de nuestras sociedades, inclusive entre los pobres, generando expectativas crecientes que van más allá del poder de adquisición y por tanto conflictos y hasta conductas ilícitas para conseguir lo que no se puede adquirir legítimamente.⁴

En la sociología y crítica internacional, desde Adorno y Horkheimer (1971) a Robert Putnam (2000), pasando por Bell (1971), Lasch (1978), Postman (1985) y Bourdieu (1997), los MC&IC son caracterizados no sólo como impulsores de consumismo, sino de banalización, narcotización, falta de pensamiento crítico, narcisismo, despolitización, etc., y también demolidores de los lazos sociales, es decir, de la cohesión social. En América Latina, la destacada intelectual argentina Beatriz Sarlo, ha articulado una perspectiva semejante, advirtiendo que los medios producen en el mejor de los casos, “destrezas de velocidad y de contacto con superficies” por contraste con la alta cultura, que opera a partir de una densidad semántica cuyo procesamiento adiestra a los receptores en capacidades críticas (1993b: 7-8). Esta crítica a los MC&IC contiene, además, una propuesta política, a saber, que el esfuerzo político e intelectual debe redirigirse a la preocupación por la nación y la reconstitución de su foro ciudadano de deliberación, una verdadera esfera pública no fraccionada por la proliferación de demandas identitarias o por la mercadotecnia mediática.

La propuesta de Sarlo se centra en las capacidades cognitivas que inculcan las artes cultas. “La adquisición de destrezas elementales en discursos no massmediáticos plantea el requisito de una temporalidad más lenta y por tanto de una atención más continuada sobre mensajes que no tienden a la repetición sino a la diferencia. Leídos con las destrezas de la cultura audiovisual, estos discursos parecen semánticamente pobres, porque la información que rinden requiere más tiempo para ser leída e incorporada” (Sarlo, 1993: 10). Pero aún cuando la cultura audiovisual pudiera proporcionar destrezas críticas, Sarlo apunta a otros problemas que tienen que ver con participación y acceso a estas técnicas. Por una parte, no hay la posibilidad en América Latina de un adiestramiento amplio en la cultura audiovisual porque no existen los recursos para equipar a las escuelas. Y aún cuando los hubiese, se requeriría de “una intervención simbólica fuerte y no sólo basada en la espontaneidad” (idem.).

Por otra parte, la cultura audiovisual es caracterizada por una desigualdad sexual, pues el videojuego, por ejemplo, se limita a un “público predominantemente masculino”. De ahí que el adiestramiento no sea universal y no avance la democratización de la sociedad civil. En resumidas cuentas, para Sarlo no se justifica el "optimismo comunicacional,"

particularmente hoy día cuando el Estado se está retirando de la vida pública, dejando a la lógica del mercado la circulación y producción de la videocultura. En este caso, los verdaderos organizadores del espacio público resultan ser “los gerentes de la industria cultural privada” y no las instituciones públicas. De ahí, a su vez, la necesidad de apoyar políticamente la intervención del Estado en la constitución de la esfera pública, pero ya no una esfera independiente de los intereses políticos, como la que generan los medios.

Se hace evidente en la crítica de Sarlo una desestimación de las pretensiones políticas de los intelectuales neopopulistas. Sarlo usa esta etiqueta tanto para los que procuran extraer una política de los medios, basándose en las preferencias de los espectadores masivos como para los que defienden las culturas subalternas, suponiendo que ellas encierran un privilegio epistémico o que la liberación sólo se logra a partir de ellas. Como veremos en el apartado sobre estudios de recepción, algunos estudiosos e intelectuales llevaron su interés por el empoderamiento de los sectores populares al extremo de formular una política de los medios basada en la supuesta subversión que operan en su recepción. Sarlo descarta “este neopopulismo sin pueblo y sin nación, ideología construida sobre el sentido común, el individualismo, el seguidismo de las tendencias privatizadoras de los asuntos públicos, la resignación del espíritu crítico ya no frente a la trascendencia de las masas o de la patria sino a la dinámica del mercado de bienes simbólicos” (1993a: 5).

Hay tres elementos fundamentales en el raciocinio de Sarlo: **arte culto**, **esfera pública**, y **nación**. Al atribuirle al arte culto la función de generar la capacidad de codificar y decodificar complejos compuestos semióticos, Sarlo añade una dimensión a la tradición estética que arranca de Kant, que ve en la alta cultura un factor civilizador y trascendente, y se reconvierte en Bello y Arnold, en engendradora de capacidades civilizadoras y cohesionadoras. Es decir, el **marco analítico civilizatorio/nacional trascendente**, legitimado por la cultura. Para *La crítica del juicio* (1994 [1790]), Kant explica que la actividad estética, si se la controla adecuadamente – mediante “los ejemplos de aquello que en el transcurso de la cultura se ha mantenido más tiempo en la estima” (1994: 139) –, produce en el sujeto humano un efecto y un “saber” derivados de “preceptos morales prácticos universalmente válidos”, independientes de los intereses individuales. José

Enrique Rodó traduce esta propuesta kantiana del desinterés estético o del gusto, en un principio político. Su obra *Ariel* (1993 [1900]) contiene un programa educativo destinado a los intelectuales latinoamericanos – letrados, en términos de Angel Rama (1984) – cuyo principio es inculcar ese desinterés estético para formar el juicio que luego ejercerían en la conducción política.

Este raciocinio político-cultural encuentra su mejor formulación en la obra de Matthew Arnold, en especial *Culture and Anarchy* (1971 [1869]), título que pareciera hacer eco del subtítulo del *Facundo* (1977 [1845]) de Sarmiento, “civilización y barbarie”. Para Arnold, la cultura contrarresta la “anarquía” social mitigando la tendencia moderna a romper con los estilos de vida tradicionales y corrigiendo, además, los defectos de las tres clases: los Bárbaros (la aristocracia), los Filisteos (la clase media) y el Populacho (la clase obrera). Su idea de cultura evita los intereses específicos de las clases industriales, especialmente los del proletariado. “La cultura no trata de adecuar su enseñanza a las clases inferiores; no trata de ganar para sí a esta o aquella secta con consignas o juicios hechos a medida” (1971: 70). Por el contrario, es “la búsqueda de nuestra total perfección cuyo instrumento es llegar a conocer, en todos los asuntos que más nos interesan, lo mejor que se ha pensado y dicho en el mundo” (1971: 6). Más específicamente, la cultura es capaz de producir la consolidación nacional [énfasis nuestro], garantizada por las instituciones estatales. Ni los filisteos ni los bárbaros ni el populacho pueden por sí mismos ejercer “la autoridad que buscamos como una defensa contra la anarquía, que es la recta razón, las ideas, la luz” (1971: 85). Esta autoridad sólo puede encontrarse en el “mejor yo”, quien confiere a las tres clases su unidad y armonía. Este colectivo yo está encarnado en el Estado, “el órgano de [...] nuestra recta razón nacional” (1971: 94-97).

La lógica empleada en *Culture and Anarchy* resuena en el planteamiento de Sarlo. Escribe ella: “Los valores están en juego. Y está bien que esto no lo digan sólo los conservadores. Fue una mala idea la de adoptar una actitud defensiva, admitiendo implícitamente que sólo los críticos conservadores o los intelectuales tradicionales están en condiciones de enfrentar un problema que es central a la teoría política y a la teoría del arte. La discusión de los valores es el gran debate en el fin de siglo” (1997: 32). La premisa es que los valores y

intereses particulares de uno u otro grupo, pero sobre todo los de los sectores populares conformados por los medios, y promocionados por los intelectuales neopopulistas, no se articulan a una política de corte nacional. Y es justamente la “pérdida” o “debilitamiento” de valores con el advenimiento de los MC&IC que crean un sujeto poco apto para ese objetivo. Veamos la coincidencia de Sarlo con Arnold; este procura demostrar cómo funcionan “los valores culturales del Estado moderno”, y alega que la cultura es fundamental para que la autoridad cumpla con su misión de impedir la anarquía contribuyendo a diseñar a la persona moderna, al individuo liberal. Arnold quiere una arquitectura para esta persona, una arquitectura capaz de definir y desarrollar a los individuos de manera que comprendan la necesidad de aplicar la autoridad internalizada al “exceso populista”.

Consideremos brevemente el papel de la esfera pública en esta problemática. Los medios hoy en día suelen verse como una expansión de la “cultura letrada” que para Benedict Anderson constituyó las “comunidades imaginadas” o identidades nacionales del siglo 19. En muchas de las narrativas analizadas por Anderson, se encarnan en personajes los conflictos que impiden una identidad común y en muchos casos se resuelven, realizando así el deseo de la nación (Sommer 1991). En el siglo 19, esas narrativas canalizan planteamientos políticos e ideológicos hacia la interioridad de los ciudadanos, mediante la educación sentimental que ofrecen novelas y revistas. Hoy en día, son los MC&IC que desempeñan esa función, pero con resultados muy diferentes, como hemos visto.

Lo que Anderson concibe en el registro de los deseos y caracteriza como educación sentimental es para Habermas comunicación racional en la esfera pública, en la cual se procesan opiniones, se informa a la política a partir de preocupaciones (deseos, ansiedades) privadas, y se plantean demandas al Estado. No se trata de identidad colectiva en sí sino de agenciamiento, pero la esfera pública circunscribe el espacio de operación de una colectividad. En su libro sobre el tema, Habermás (1981) explica que el valor político de la esfera pública se redujo con la mercantilización de los medios impresos. En su inicio, el desarrollo del capitalismo generó los medios – prensa, revistas, periódicos, foros privados, etc. – de opinión y crítica, que en principio estaban abiertos a quien quisiera deliberar, pero

que en realidad estaban cerrados a grupos subalternos (mujeres, obreros, colonizados, etc.). Idealmente, se concibió como un espacio autónomo y con autoridad propia entre la economía y el Estado. Pero las mismas fuerzas capitalistas que le dieron origen, destruyeron su autoridad crítica y su potencial democráticos. Por una parte, los intereses económicos llegaron a controlar los medios de la esfera pública, y por otra los criterios mercadológicos de la publicidad requirieron su masificación consumista más que la participación ciudadana, y puesto que la publicidad apela a las emociones y los deseos, se redujo la función informativa y desapareció la función crítica en gran parte, o se subordinó al *infotainment*, neutralizando el agenciamiento.

Tutelaje vs participación

Para concluir esta sección, cabe observar que los planteamientos que hemos revisado no conducen al doble objetivo de inclusión democrática y desarrollo económico. Volver a criterios estético-culturales trascendentales con la esperanza de que se internalicen y produzcan sujetos orientados a una misma cosa pública no sólo no es viable sino que la historia misma ha confirmado que ese planteamiento ha perdido toda su autoridad y legitimidad, situación grave para las premisas aludidas porque tienen pocos seguidores. No es que el objetivo no sea deseable – que todos deliberemos en una misma esfera pública, autónoma de las presiones distorsionadoras de mercado, religión y estado –, sino que los medios para lograrlo (cohesionamiento vía la educación cultural-sentimental) no es posible debido a la legitimidad de la premisa de la diversidad cultural. De ahí que se que busque la autoridad de un proyecto de esfera pública en otros principios, que parta de la legitimidad del reconocimiento social de diversas identidades colectivas y sus respectivas esferas públicas, en plural, a la vez que se busque la interacción entre todas (Fraser, 1990; Young, 2002). El modelo de la nación cultural tampoco es viable, por razones parecidas; y se trata de un modelo superado en América Latina por la reforma constitucional de fines de los 1980s y comienzos de los 1990s, cuando varios países instituyeron el reconocimiento multicultural de su población e incluso garantizaron derechos especiales para pueblos indígenas y, en algunos casos, afrodescendientes. Este reconocimiento proviene del hecho de que existen barreras culturales a una participación efectiva, y a la capacidad de influenciar la manera en que piensan los otros. Dicho esto, argumentaré en la conclusión

del ensayo que se necesitan instituir mecanismos que garanticen relaciones interculturales que vayan más allá del simple reconocimiento de diversidad o multiculturalidad. Es decir, que se consolide un **marco analítico intercultural** en el cual se puedan fundamentar campos de fuerza sociales, en varias escalas. Si bien este marco reconoce la diversidad y los derechos culturales, no obstante debe proponer cómo se podría construir una colectividad sin recurrir a principios trascendentes como cohesión social, cultura nacional o esfera pública unívoca. Pero ahora, tornemos la atención a los estudios de comunicación en el contexto de la identidad nacional.

3. ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN

El modelo funcionalista

La preocupación por los efectos de los medios de comunicación comienza con el surgimiento de la cultura industrializada: prensa mecánica, que junto con la fotografía y el telégrafo dio origen al periodismo masivo moderno. El periodismo moderno se reúne a otros fenómenos, como la emergente economía consumista en el siglo 19 para conducir al estudio de opinión pública y la crítica de la cultura de masas, ya reseñada brevemente al inicio de este ensayo. De los 1920s a los 1960s, la urbanización devino un enorme laboratorio para la sociología, sobre todo los estudios de la descomposición de comunidades y de los valores que mantenían el orden social. Algunos sociólogos dirigieron su mirada a la comunicación y la cultura en busca de principios de integración de los diversos grupos sociales que componían la ciudad, surgidos de la inmigración, la diversificación étnica, la desviación [*deviancy*] y la competición (Park, Burgess y McKenzie, 1967; Parsons, 1937).

Si bien la historia de los estudios de comunicación esta compuesta de muchos marcos analíticos, inclusive los que cuestionan la complicidad de los medios y de investigación en el mantenimiento del *status quo*, el análisis funcional es el que más influencia ha tenido en el desarrollo de la disciplina en EEUU y fuera. Este marco analítico examina las consecuencias de fenómenos sociales que afectan la operación normal, la adaptación o ajuste de sistemas: el de individuos, de subgrupos, el sistema social y el sistema cultural. Según Merton, el requisito básico del análisis funcional es que “el objeto de análisis sea una

unidad estandarizada (patronizada y repetitiva), como los roles sociales, los patrones institucionales, los procesos sociales, el patrón cultural, emociones patronizadas por la cultura, normas sociales, la organización grupal, la estructura social, y los dispositivos de control social, etc.” (Merton, 1957: 50). Siendo demasiado amplia esta perspectiva, los sociólogos de la comunicación propusieron aplicar el principio funcional a fenómenos más acotados como un medio de comunicación en particular (prensa, radio, televisión), o circunscribir aún más el análisis a la operación institucional de estructuras y actores en un medio o inclusive una empresa mediante estudios de caso. La aplicación más ilustrativa acaso sea el de las consecuencias de la comunicación masiva, que según Laswell (1948) consiste en tres actividades específicas: vigilancia o monitoreo del ambiente (manejo de noticias), actos sociales de correlación en respuesta al ambiente (interpretación y prescripción de conductas en reacción a estos actos, i.e., editorial y propaganda), y la transmisión del patrimonio social de una generación a la siguiente (educación), a los cuales Wright (1960) añade entretenimiento.

Al cruzar estos cuatro tipos de actividad comunicacional con las consecuencias especificadas por Merton, Wright confecciona un modelo que posibilita visibilizar las funciones estocásticas de la comunicación. Según Gregory Bateson (1972), un sistema estocástico incorpora un proceso aleatorio que genera diversidad y otro selectivo que responde a la aleatoriedad no para dirigir el sistema hacia una teleología o predictibilidad sino a la innovación que permite la continuación del sistema ante las contingencias. La teoría de la evolución es un sistema estocástico porque se abre a lo aleatorio y se va ajustando mediante el proceso de prueba y error. Algo parecido vemos en este modelo funcional de la comunicación, que en teoría estaría dispuesto al cambio, pero que en su operación real se atiene a fines teleológicos. El modelo, como se explica más arriba, fue creado a partir de la experiencia de migraciones, urbanizaciones, consumismo, nuevas posibilidades abiertas por la tecnología, etc., pero en su aplicación hegemónica sirvió los intereses de “lo americano” (v.gr., programas radiales y cine que generaban patrones de comportamientos y valores “americanos”), el crecimiento económico, y la aspiración a ser la mejor sociedad del planeta. La tabla 1, representa las posibilidades de función y disfunción que el sistema de comunicación, según Wright, debe negociar.

Inventario parcial de funciones cumplidas por la comunicación de masas

Sistema en consideración				
	Sociedad	Individuo	Grupos específicos (élites políticas)	Cultura
1. Actividad comunicada masivamente: monitoreo (noticias)				
Funciones manifiestas y latentes	<ul style="list-style-type: none"> Advierte; peligros naturales, ataques, guerra Instrumental: noticias esenciales a la economía y a otras instituciones Establece valores éticos 	<ul style="list-style-type: none"> Advertencia instrumental Agrega prestigio: liderazgo de opinión Confiere estatus 	<ul style="list-style-type: none"> Instrumental: información útil al poder Detecta: conocimiento sobre conductas subversivas o desviadas Maneja opinión pública: monitorea, controla Legitima poder: confiere estatus 	<ul style="list-style-type: none"> Contribuye al contacto cultural Contribuye al crecimiento cultural
Disfunciones manifiestas y latentes	<ul style="list-style-type: none"> Amenaza estabilidad: informa sobre “mejores” sociedades; genera pánico 	<ul style="list-style-type: none"> Ansiedad Privatización Apatía Narcotización 	<ul style="list-style-type: none"> Amenaza al poder: noticias sobre realidad, propaganda del “enemigo”, denuncias 	<ul style="list-style-type: none"> Permite invasión cultural
2. Actividad comunicada masivamente: correlación (selección editorial, interpretación y prescripción)				
Funciones manifiestas y latentes	<ul style="list-style-type: none"> Contribuye a la movilización Dificulta amenazas a la estabilidad Obstaculiza el pánico 	<ul style="list-style-type: none"> Provee eficiencia: asimilación de noticias Dificulta: sobreestimulación, ansiedad, apatía, privatización 	<ul style="list-style-type: none"> Ayuda a preservar el poder 	<ul style="list-style-type: none"> Dificulta la invasión cultural Mantiene consenso cultural
Disfunciones manifiestas y latentes	<ul style="list-style-type: none"> Aumenta el conformismo social: dificulta el cambio social cuando la crítica social es evitada 	<ul style="list-style-type: none"> Debilita capacidades críticas Aumenta pasividad 	<ul style="list-style-type: none"> Aumenta responsabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> Obstaculiza el crecimiento cultural
3. Actividad comunicada masivamente: transmisión cultural				
Funciones manifiestas y latentes	<ul style="list-style-type: none"> Aumenta la cohesión social; amplía la base de normas y experiencias comunes Reduce la anomia Perpetúa la socialización: alcanza a los adultos cuando ya han dejado instituciones 	<ul style="list-style-type: none"> Contribuye a la integración: exhibe normas comunes Reduce idiosincrasia y anonimia 	<ul style="list-style-type: none"> Aumenta el poder: otra agencia para la socialización 	<ul style="list-style-type: none"> Mantiene el consenso cultural

	disciplinarias como la escuela			
Disfunciones manifiestas y latentes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aumenta “masificación” de la sociedad 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Despersonaliza los actos de socialización 		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reduce la variedad de subculturas
4. Actividad comunicada masivamente: entretenimiento				
Funciones manifiestas y latentes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alivio para las masas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alivio 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aumenta el poder: control sobre otra área de la vida 	
Disfunciones manifiestas y latentes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entretiene a Públicos: acción social 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aumenta pasividad ▪ Rebaja/abarata “gustos” ▪ Permite escapismo 		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Debilita la estética: “cultura popular”

Tabla elaborada en base a Wright (1960: 611-613)

No es el propósito de esta sección proporcionar una explicación completa de los estudios de comunicación estadounidenses, sino dar una idea de la “naturalidad” con que se concebía la comunicación, como un sistema que debía autocorregirse, más allá de cualquier ideología (teleología). Mas es evidente que funciones caracterizadas como positivas (“conocimiento sobre conductas subversivas o desviadas”, “legitimar el poder”, mantener el consenso cultura”, y absorber nuevas “agencias” – transmisión cultural y entretenimiento – al poder) revelan un modelo de control. Y es justo ese modelo que se exporta a América Latina mediante acuerdos diplomáticos a partir de la Política del Bueno Vecino en la década de 1930 y comienzos de la década de 1940, y en especial la Oficina del Coordinador de Asuntos Inter-Americanos (OCIAA), bajo la dirección de Nelson Rockefeller, el “Goebbels norteamericano”.⁵ Rockefeller mandó periodistas, cineastas, locutores, directores de productoras radiales, etc. a América Latina para propagar valores y know-how “americanos”, como parte del esfuerzo de ganarse a los vecinos del sur a la causa anti-eje. La experiencia fue tan exitosa que la OCIAA, a pesar de cerrarse al final de la Segunda Guerra Mundial, sirvió de prototipo y se perpetuó en la Oficina de Servicios Estratégicos (OSS), la Central Intelligence Agency (CIA) y la United States Information Agency (USIA), todas las cuales siguieron asistiendo a los medios estadounidenses y promoviendo valores “americanos” a lo largo de la guerra fría, y aun hasta hoy, si bien la Oficina del Representante de Comercio ha tomado la delantera en lo que respecta a los MC&IC desde la década de 1980.

Los estudios de comunicación en América Latina

No es una sorpresa, pues que a partir de esta época y hasta los años 60, el modelo funcionalista haya predominado en los estudios de comunicación en América Latina, institucionalizándose en 1959 en el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicaciones para América Latina (CIESPAL), con sede en Quito, por iniciativa de UNESCO, la OEA, la Fundación Ford y el gobierno ecuatoriano.⁶ Esteinou Madrid, (2002) divide la investigación de CIESPAL en dos fases, el despegue conceptual (1959-1970) y la de creación propia (1970-1984). En la primera fase, se abandonaron modelos de investigación comunicacional europeos y se asumieron plenamente los funcionalistas de Laswell, Lazarsfeld y Schramm. Además, CIESPAL se concentró en este período en el periodismo y la enseñanza de “conocimientos y destrezas para el ejercicio periodístico y no para otras prácticas informativas” (Esteinou Madrid, 2002: 5). CIESPAL siguió la impronta de los organismos internacionales, y se dedicó, además, a “satisfacer las demandas del sistema de producción de contenidos culturales que, naturalmente, corrió de modo paralelo con las demandas del sistema productivo de la sociedad en general”, en palabras autocríticas del director Marco Ordóñez (1979, cit. en Esteinou Madrid, idem.).

Pero en la segunda etapa (1970-1984), con la presión de periodistas e intelectuales críticos del modelo funcionalista, CIESPAL también cambió y abordó nuevos temas, entre ellos una preponderante preocupación nacional, especialmente en relación a políticas de comunicación y en el entorno del Derecho a la información y el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC, o NWICO en inglés), perspectiva que iba en contra de las políticas estadounidenses. Y se trata de una posición intelectual difundida en todo el entonces llamado tercer mundo, y que pregona la autonomía, el desarrollo de instituciones nacionales, una predilección por la comunicación alternativa y popular, el desarrollo social.⁷

Esta crítica al funcionalismo y el desarrollo de preocupaciones más sociales y políticas, viene a la zaga de movimientos sindicalistas, populistas, nacionalistas, antiimperialistas, y socialistas, muy evidentes en Chile, Argentina y Brasil en los 1960s y 1970s, y está a tono con la teoría de la dependencia, formulada por Cardoso y Faletto, Furtado, dos Santos, y Frank, entre otros. En estos contextos más radicalizados se busca poner la comunicación al

servicio del cambio social. Sólo hay que revisar algunos títulos de Armand Mattelart para ver la diferencia ideológica respecto del modelo funcionalista: *Atlas social de las comunas de Chile* (1965); *La mujer chilena en una nueva sociedad* (1968) con Michèle Mattelart; *Para leer al Pato Donald* (1971), con Ariel Dorman; *La cultura como empresa multinacional* (1974a); *Imperialismo en busca de la contrarrevolución cultural* (1974b); *Las transnacionales y la comunicación de masas* (1974c); *Medios masivos y lucha de clases* (1976). Semejantemente, Antonio Pasquali (1963) desarrolló en Venezuela una crítica marxista de la comunicación, y Héctor Schmucler (1975) en Argentina critica la creencia de que se puede estudiar la comunicación científicamente independientemente de la ideología. Eliseo Verón (1968; 1969) introdujo la semiótica al análisis comunicacional en Argentina, promoviendo, además, un modelo de comunicación que no separa la significación de la producción social (Grimson y Varela, 2002: 4), e incurrió, además en la crítica al imperialismo comunicacional estadounidense (1974). El brasileño José Marques de Melo (1971; 1976; 1981) abordó temas de liberación, pedagogía, crítica del subdesarrollo, etc. en el contexto de la Editorial Vozes, uno de los foros más importantes de la teología de la liberación y de perspectivas de izquierda. Y Luis Ramiro Beltrán (1976; 1980) se ocupó de la comunicación en el desarrollo rural y la crítica al papel de los EEUU en los medios latinoamericanos, entre otros temas.

Grimson y Varela (1999) destacan la labor teórica de tres revistas en Argentina en los años 70: *Lenguajes*, fundada por Verón; *Comunicación y cultura*, fundada por Schmucler, y *Crisis*, dedicada a la cultura política nacional. La primera enfatiza la interdisciplinaridad y la producción social del sentido, la segunda aborda la comunicación como institución cultural en el sentido gramsciano de servir la lucha por el desarrollo de la conciencia popular, y la tercera se centra en la política nacional, sobre todo el peronismo, y procura desarrollar una “gnoseología propia”. Y luego una serie de investigadores como Aníbal Ford y Jorge Rivera extienden esta preocupación por lo “propio” a análisis de la industria cultural argentina, el tango, los radioteatros guachescos, etc., denostados por la cultura elitesca, según la misma lógica de repudio examinada arriba en relación a Arnold, quien define la cultura como “lo mejor que se ha pensado y dicho en el mundo” (1971: 6).

Se gesta en esta coyuntura un **marco analítico nacional-popular** opuesto al elitismo de los detentadores de la cultura nacional en su formulación civilizatoria, y al funcionalismo estadounidense, que además legitima la propagación de valores y metodologías científico-sociales que “naturalizan” la perspectiva estadounidense. La lógica del marco nacional-popular conduce a la preocupación por los sectores populares, que se concretiza en los estudios de consumo cultural y sobre todo en los estudios de recepción de los MC&IC. Ya no circunscritos al criterio de valor según el cual “cultura masiva” se oponía a “cultura superior”, como en el estudio de Regina Gibaja, *El público de arte* (1964: 14; cit. en Grimson y Varela, 2002: 3), se propone que el sentido de la comunicación no se puede encontrar sólo a partir de la producción sino que se negocia y completa en la recepción, y no sólo en receptor como individuo aislado sino en su experiencia socio-cultural, que en el “sentido común” generado por el marco analítico nacional-popular remite a la clase social (“sectores populares”) y al nacionalismo por contraste con la oferta mediática y social-científica estadounidenses.

Además de rebatir los marcos culturalista-trascendente y el funcionalista, los estudios de recepción latinoamericanos exploran las condiciones en que se produce el sentido, y dependiendo de la variedad de estudio, promueven una intervención en el medio o en el mensaje para lograr un efecto deseado, o registran el grado de agencia o capacidad de acción que tienen los receptores para interpretar según sus propios intereses (por supuesto, nacional-populares). *Para leer al Pato Donald*, de Mattelart y Dorfman (1971) suscribe a la primera variedad: si los mensajes generados en EEUU enajenan a los latinoamericanos enseñándoles individualismo, materialismo y competitividad a todo precio, la cura para esa patología es eliminar esos mensajes o intervenir en el sistema de circulación para enfrentarlos con premisas críticas, sobre todo derivadas del marxismo, que mostrarían que quien concuerda con esos mensajes lo hace contra sus propios intereses de clase y posicionamiento geopolítico. El análisis de Mattelart y Dorfman se hizo sin estudio empírico y suscribió al llamado **efecto hipodérmico** conforme al cual los MC&IC, en su variante extrema, introducen sin modificación sus mensajes en el consciente de los receptores, y en su variante matizada, coadyuvan con otros factores para conformar las perspectivas, valores y gustos de los receptores. En ambos casos, el resultado es la

acomodación de los receptores a los valores promovidos por los MC&IC, sean estos hegemónicos (p.ej., la aceptación de una identidad nacional) o mercadológico-desestructurantes (p.ej., la incitación al escepticismo respecto a la autoridad).

Por otra parte, los que suscriben a la premisa del receptor activo rechazan los hipotetizados efectos psicológico-cognitivos del imperialismo cultural, pues como escribe Schmucler “El ‘poder’ de los medios puede ser nulo e incluso revertirse en la medida que el mensaje es ‘recodificado’ y sirve de confirmación del propio código de lectura”. No obstante, no se descarta la existencia de un imperialismo a nivel infraestructural, y que hay que combatir modificándolo, pues esa infraestructura incide en las condiciones de recepción: “No se trata de modificar los mensajes solamente para provocar actuaciones determinadas; es fundamental modificar las condiciones en que esos mensajes van a ser receptados” (Schmucler, 1975: 12).

Heriberto Muraro (1974) también critica la teoría de la manipulación mediática y reivindica las condiciones del entorno nacional y de clase en que se reciben los mensajes, de modo que el público de los medios no se puede tratar como una masa informe. La agencia en una situación comunicacional no está sólo del lado de los productores y transmisores de mensajes ni tampoco sólo del lado de los receptores, sino que se da en la interacción de tres actores: codificadores, descodificadores y el entramado infraestructural en que se opera la producción del sentido. De ahí, que no se pueda determinar el valor de manipulación o resistencia sólo a partir de una análisis de textual o de contenido. Muraro criticó el modelo funcional de Lazarsfeld, quien aplicó su expertise a la “‘investigación administrativa’ en contra de la “investigación crítica”” (Grimson y Varela, 2002: 6). Pero el espectro de posibilidades de investigación y análisis es mucho más amplio, si nos fijamos en las diversas tradiciones resumidas en la Tabla 2.

Los efectos mediáticos

Los efectos mediáticos pueden ser de largo plazo, como propone Giovanni Sartori en *Homo Videns* (1998) o inclusive Benjamin o McLuhan, pues tratan de cambios de orden perceptivo-civilizacional” y que combinan varias de las tradiciones de investigación –

difusora, socializadora, tecnológica, psicoanalítica – que se resume en la Tabla 2. Más abajo retomaremos el análisis de efectos mediáticos en el apartado sobre la violencia, pero cabe mencionar aquí que el modelo de Gerbner et al. (1996), conocido como de “cultivo” o “aculturación”, propone un efecto de mediano o largo plazo que depende de la cantidad de tiempo y la frecuencia con que se reciben mensajes. Las representaciones mediáticas son una variable independiente que “compite” con otros factores del entorno – familia, amigos, otros agentes socializadores, atributos mediáticos, etc. – de manera que “a mayor exposición, menor selectividad” de entre las otras representaciones del entorno Según Gerbner, además, “a mayor homogeneidad de la programación televisiva, mayor aculturación” (1996: 34 y 58, cit. en Fonseca y Sandoval, 2005:13).

TRADICIONES DE INVESTIGACIÓN DE EFECTOS MEDIÁTICOS

		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	
		Estudios de campaña	Gratificación, dependencia	Difusión	Brecha de conocimiento	Socialización infantil	Creación agendas	Tecnológica	Ideológica (crítica)	Psicoanalítica-textual	Sociológica	
SUPUESTOS DE CADA TRADICIÓN	1	Imagen de público	Decisor atomizado	Explorador activo, múltiples necesidades y roles	Explorador activo	Procesador de información	Tábula rasa, busca estatus de adulto	Ciudadano	Procesador de información	Pasivo, atomizado	Regresivo, voyeur solitario	Rol institucional, clase, demográfica
	2	Contexto social	Sociedad de masa	Diferenciado, pluralista	Redes sociales	Estratificado	Otros agentes socializados	Foro de opinión pública	Formaciones sociales	Sociedad masiva	Malestar	Diferenciado
	3	El "texto"	Convocatorias persuasivas	Recursos, caja de herramientas	Información, innovación	Información instrumental	Modelos de conducta, valores	Asuntos sociales	Atributos mediáticos, códigos	Hegemónica	Provocar flujo continuo	Realidad social, administración de conflictos
	4	Razón de involucramiento	Ubicuidad del mensaje, efectividad de la convocatoria	Necesidades, intereses, dependencia	Necesidad de mantenerse al tanto	Necesidades, intereses, problemas	Identificación	Necesidad de orientación	Ubicuidad del medio, participación en la descodificación	Necesidad de orientación, pertenencia, escape	Necesidad de identificación/ escape	Membresía
	5	Hipotéticos efectos individuales	Cambio de opinión, acción	Satisfacer necesidades, intereses, efectos imprevistos	Mejorar situación o estatus	Informarse	Cristalizar creencias, comportamiento, autoconcepto (autoimagen)	Revisa, adopta la agenda	Patrones de pensamiento, personalidad	Aceptar realidad hegemónica	Frustración, placer vicario; excitación; identidad	Pertenencia; conformidad
	6	Hipotéticos efectos sociales	Movilización, participación	Estabilidad social	Cambio evolutivo, desarrollo	Ampliar la brecha social	Estabilidad social, reproducción	Perspectiva social compartida	Organización social, integración	Legitimar status quo, control	Consumismo	Integración social, consenso,

		ón, control				ón					control
7	Raíces teóricas	Social, psicología conductista	Sociología funcional	Sociología rural, antropología, epidemiología	Psicología cognitiva	Sociología, psicología social	Politología, periodismo	Determinismo tecnológico, humanidades	Neomarxismo	Psicoanálisis, interaccionismo simbólico, humanidades	Durkheim, antropología simbólica
8	Método típico	Experimento de campo, encuestas	Encuesta retrospectiva	Etnografía, encuesta retrospectiva y sociométrica/ medidas de tiempo de adopción	Experimento de campo	Encuesta longitudinal	Análisis de contenido, encuesta	Neuropsicología, investigación histórica	Análisis de mensajes	Introspección, análisis de contenido, experimento	Encuesta
9	Pregunta clave	Qué pensar, elegir, hacer (corto plazo)	Con qué pensar, desde dónde elegir	Cuándo pensar	Quién debe pensar	Qué creer, cómo comportarse (largo plazo)	Sobre qué pensar	Cómo pensar, dónde pertenecer	Qué no pensar	Qué sentir	Dónde pertenecer (con quién pensar)

Fuente: Katz (1998: 492)

La relación que Schmucler establece entre emisión de mensajes y condiciones de recepción se presta muy bien al marco analítico gramsciano de la “larga marcha por las instituciones”, pues una revolución sólo es posible donde opera la hegemonía y esa no se ubica en el estado sino en la sociedad civil: iglesia, escuela, los gremios y sindicatos, instituciones culturales, y desde luego los medios de información y comunicación.

La expulsión de lo popular y la hegemonía de los estudios de recepción

Pero esa larga marcha fue intervenida en Brasil, Chile, Argentina, Uruguay, Paraguay, Perú por las dictaduras militares, que justamente imposibilitaron que se tratara de transformar en buen sentido político el sentido común que circulaba, contradictoriamente, en las instituciones mantenidas por los poderes hegemónicos. Los regímenes militares tildaron de subversivos a los que buscaban el cambio – y cualquier otro que fuera se pareciera al perfil de subversivo que se habían creado –, encarcelándolos, deportándolos y en muchos casos eliminándolos. Y lo “popular” se convirtió en uno de los indicadores de este perfil. En Brasil, a mediados de la década de 1950, surgieron el reformismo del Instituto Superior de Estudios Brasileños (ISEB), los Centros Populares de Cultura marxistas, el ala izquierda del movimiento para despertar la conciencia católica y el Movimiento en pro de la Cultura Popular del Nordeste (Ortiz, 1988: 162). A semejanza de la Teología de la Liberación, esos movimientos optaron por “los pobres”, es decir, por lo popular. Fueron el blanco del golpe militar en 1964 y de la línea golpista más dura que derrocó gobierno tras gobierno desde 1968 hasta 1973. Los militares formularon políticas claras para modernizar la sociedad brasilera, vale decir, para resignificar y transformar la noción y la realidad mismas de lo popular, de una perspectiva enraizada en la clase y en las luchas culturales a una idea de popularidad definida por los mercados de consumo.

A partir de los estudios de recepción de Oscar Landi y Heriberto Muraro en los 1980s, Grimson y Varela alegan que el campo de la comunicación empezó a despolitizarse. Si bien el objetivo de los estudios anteriores tenían como objetivo verificar la resistencia a la hegemonía de la comunicación, Landi optó por el “estudio de las costumbres, comportamientos y gustos en el consumo de medios y la identificación de los distintos públicos de la oferta comunicativa y cultural” (2002: 7). Y Muraro analizó la “convergencia

entre los intereses de las empresas de productos para el hogar y algunas necesidades de las mujeres latinoamericanas que no se limitaban, por lo tanto, a ‘obedecer’ ciegamente las publicidades de los mismos, sino que encontraron en ellos un discurso afín . . . ‘la liberación femenina’” (2002: 8). Esta afinidad conduce a los medios masivos y a la publicidad a asumir los valores de esta “liberación, de manera que se convirtieron en “aliados de la mujer argentina en esa coyuntura” (Muraro, 1987: 40, cit. en Grimson y Varela, 2002: 8). Algo semejante puede decirse de la acogida (resignificación y a menudo transformación) por los medios y la industria de productos de consumo de las representaciones generadas en las luchas en EEUU de parte de los afroamericanos, latinos, gays y lesbianas por adquirir sus derechos civiles.

En EEUU el *backlash* de la derecha, frenó los avances en la lucha por los derechos civiles, y cada vez más la lucha empezó a darse en el conflicto de representaciones, dando lugar a las llamadas guerras culturales. Pero la lógica, con sus diferentes velocidades de implementación, es parecida. La transición del estado benefactor al estado neoliberal generó, en el proceso, una nueva dimensión de los derechos de ciudadanía, lo que más arriba caractericé como el **marco analítico de la ciudadanía cultural**. Como argumentan Grimson y Varela, se da una compatibilización relativa entre la reclamación identitaria de derechos (y en América Latina, luego de las dictaduras se dio una expansión de los derechos humanos a diferencias de género, sexualidad, y raza y más recientemente, y con mayor timidez a los derechos de migrantes y jóvenes pobres), la permeabilidad de la sociedad civil a las fundaciones e instituciones del tercer sector dedicadas a los servicios sociales, la representación en los medios masivos, y la acogida por el mercado posmasivo (es decir, el giro hacia la comercialización de nicho).

De los medios a las mediaciones (1987), de Jesús Martín Barbero, es el parteaguas que circulará por toda América Latina como ejemplo del poder de ya no de lo popular en el sentido de lo nacional-popular, sino en sus reivindicaciones grupales específicas (mujeres, jóvenes, campesinos, migrantes, etc.). Ya la tendencia de usos y gratificaciones en EEUU había establecido la no pasividad del receptor, pero lo que busca Martín Barbero, más allá de la interpretación “desviada”, es cómo los “modos de réplica del dominado desplaza[n] el

proceso de descodificación del campo de la comunicación, con sus canales, sus medios, y sus mensajes, al campo de la cultura”. Sobre todo, le interesan – gramscianamente – “los conflictos que articula la cultura . . . la hegemonía,” de manera que “el problema de fondo . . . no [está] ya en los medios sino en los mediadores y los modelos culturales” (1987:42)

A partir del énfasis que Benjamin pone en la experiencia de espectadores y escuchas, Martín Barbero elabora su teoría de las mediaciones. “Pues a diferencia de lo que pasa en la cultura culta, cuya clave está en la obra, para aquella otra la clave se halla en la percepción y en el uso.” La televisión y la radio acercan las personas a las cosas, “resultando en de nuevas sensibilidades y pautas de recepción, además de la liberación generalizada de goces antes restringidos a un puñado de personas” (Archondo, 1999: 64-65). La televisión y la radio son capaces de registrar las tonalidades, giros del habla y otros gestos de los subordinados. Veremos luego, se manifiesta este registro en las movilizaciones de movimientos indígenas en Bolivia. Pero antes cabe mencionar algunas críticas a este “optimismo comunicacional”, como lo llama Sarlo. Como vimos más arriba, Sarlo critica a los intelectuales neopopulistas que asumen este optimismo. Por una parte, porque espectacularización de la política es justamente el medio que explotan los líderes neoliberales del momento (Menem, Collor de Mello, Fujimori, Bucaram, etc.), y por otra, porque la opción por, y legitimación, de los subalternos desautoriza al intelectual, equipado con su arsenal de capacidad crítica, de manera que “ya no es reconocido por sus destinatarios” (Sarlo, 2000: 10). Por tanto las sociedades “han perdido su carácter sistemático, estructurado y estructurante, y se disgregan en comunidades de intereses o tribus culturales” (Sarlo, 2000:11). El resultado es un “social irradiado” diseminado en las estrías de la diferencia cultural (Sodré,1992:115), que ya no sirve de plataforma efectiva para la política contestataria sino que se intercambia para lograr una participación más simbólica que real y que cada vez más se integra a la rentabilidad massmediática y consumista.

Pero hay otros modos de concebir lo intelectuales que dan consideración seria a los medios y a las identidades “fragmentadas” o “irradiadas”, sin aceptar el empirismo de la investigación-acción que en muchos casos dificulta separarse de las “certezas ingenuas del

sentido común (lo que los actores populares dicen que hacen)”, escribe García Canclini (1987: 78) en su crítica al libro de Martín Barbero. García Canclini ha argumentado que el consumo no opera conforme a un sencillo proceso de imposición desde arriba para abajo o un simple “ejercicio de gustos, antojos y compras irreflexivas, según suponen los juicios moralistas.” Más bien se trata de una “racionalidad sociopolítica interactiva” que se manifiesta en las “disputas por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo.” De ahí que se produzca la complicidad entre el consumo y la ciudadanía, concebida como una “comunidad interpretativa de consumidores, es decir conjuntos de personas que comparten gustos y pactos de lectura respecto de ciertos bienes (gastronómicos, deportivos, musicales) que les dan identidades compartidas” (García Canclini, 1995: 43-50 y 196.).

Vemos totalmente replanteada la idea de **identidades colectivas** respecto a la formulación que reseñamos al comienzo de este ensayo. García Canclini aplica a los medios el concepto de *habitus* que formuló Bourdieu, ese conjunto de esquemas generativos a partir de los cuales los sujetos perciben el mundo y actúan en él (Bourdieu, 1972: 178) para entender cómo se relacionan los distintos grupos. Propone el “consumo como el lugar donde los grupos compiten por la apropiación del producto social; como lugar de diferenciación social y de distinción simbólica entre los grupos; como sistema de integración y comunicación; como proceso de objetivación de deseos; y como proceso ritual” (Sunkel, 2006: 24). Es decir, si se quiere construir un modelo de relacionamiento de la diversidad de grupos e identidades, de la **interculturalidad**, hay que partir de este conocimiento.

El régimen de propiedad de los MC&IC

Su análisis también incluye la investigación y crítica del régimen de propiedad y administración de los MC&IC, pero su intervención en las políticas va más allá que la mayoría de los que se limitan a la crítica. García Canclini se interesa por las “posibilidades interactivas y [...] la reflexión crítica [en] estos instrumentos comunicacionales,” pero lo que impide que se extiendan a las mayorías es la estructuración de estas industrias conforme a las políticas mercadológicas del neoliberalismo. Ante este escollo, García Canclini no vitupera ni a los consumidores ni a los intelectuales que procuran promover su causa, sino que reclama políticas efectivas para diversificar y hacer más accesible la oferta

de “bienes y mensajes representativos de la variedad internacional de los mercados,” para asegurar que esta oferta se atenga a la “información multidireccional y confiable acerca de [su] calidad,” y para que se establezca un espacio en el que los “principales sectores de la sociedad civil [puedan intervenir] en las decisiones del orden material, simbólico, jurídico y político donde se organizan los consumos” (1995: 52-53).

Sabido es que el régimen privado y comercial de los MC&IC - sobre todo los conglomerados transnacionales y sus congéneres nacionales (Televisa, Globo, Venevisión, Clarín, etc.) que controlan entre 80% y 90% de la oferta audiovisual en América Latina (Yúdice, 1999; Getino, 2003 y 2004) - dificulta que la comunicación mediática no sólo proyecte imaginarios locales y nacionales en los cuales la población se vea reflejado sino que en esos imaginarios haya una inserción multidireccional y recíproca – es decir, intercultural – que sirva los intereses de la diversidad de los grupos sociales en cada sociedad. Pareciera que la digitalización, internet, y la piratería podrían cambiar esta situación, pues desafían el control que los conglomerados mediáticos ejercen en los circuitos de distribución, y por ende en el consumo de millones de consumidores, pero no se puede descartar el enorme poder de esas empresas, que cada vez más crecen en tamaño, sobre todo en fusiones con el sector de telecomunicaciones debido a las oportunidades que se abren con la convergencia tecnológica.

Ese poder es, desde luego, económico: el sector de MC&IC es uno de los más grandes, alcanzando en México, por ejemplo, el tercer lugar en la contribución al PIB, superando a las industrias automotriz, telecomunicaciones, construcción, agropecuaria, e igualando al turismo, que es la industria más grande del mundo (Piedras, 2004). Pero ese poder también se extiende a la política, pues las MC&IC tienen la capacidad de catapultar y hundir candidatos, como se ve en la historia reciente de las elecciones brasileñas respecto al auge y luego caída de Fernando Collor de Mello y luego es ascenso de Luis Inácio Lula da Silva (Toledo 2003). El casi monopolio que logran algunos consorcios en América Latina es semejante al que la News Corporation de Rupert Murdoch ha logrado en EEUU y varios otros países, con parecidas incidencias políticas. O no hay regulación, o se consigue eludirla.⁸ Aun en pequeños países como Bolivia, se constata semejante monopolización de

la comunicación, donde, por ejemplo, la red televisiva de 14 canales ATB controla más de la mitad del rating, adquirió o inició varios periódicos importantes de alta circulación, incluyendo “Bolivia Times”, el único periódico en inglés en el país, además de poseer la imprenta más moderna del país, un dsitribuidor de televisión por cable, una sala cinematográfica, y la mitad de las acciones del Sistema de Radio y Televisión Popular (RTP), y de gestionar una de las dos Administradoras de Fondos de Pensiones y una red de 16 empresas mineras (Archondo, 1999: 74).

Cabe preguntar si la estructura de los MC&IC hegemónicos impide, facilita o no incide de manera alguna en la cohesión social. Desde luego, no son los MC&IC los principales factores de cohesión o fragmentación. En todo caso, es difícil saberlo porque no han sido tenidos en cuenta seriamente por los que elaboran indicadores de cohesión social. Brillan por su ausencia los MC&IC en los indicadores sociales de la OCDE, que incluyen aislamiento social, condiciones laborales, confianza en las instituciones públicas, crimen, crimen juvenil, embarazos juveniles, número de encarcelados, huelgas y otras formas de conflicto laboral, inclusión comunitaria, inclusión o exclusión de los servicios sociales, participación electoral, pobreza, uso de drogas y muertes relacionadas, suicidios, etc. (OECD, 2007). No se encuentran los MC&IC ni en el documento “medidas alternativas de bienestar”, si bien se incluye el ocio o leisure time, definido negativamente como horas que no se trabajan (Boarini et al., 2006), y no según lo que se hace con ese tiempo de ocio.

Los estudios de consumo cultural

Es justo “lo que se hace con ese tiempo” lo que demuestran las investigaciones de consumo, y ningunas más abarcadoras que las que ha dirigido García Canclini, pues van mucho más allá del tipo datos y de de encuestas con que trabajan los organismos internacionales arriba mencionados. Esa labor se detecta ya en su primer libro mexicano, *Las culturas populares en el capitalismo* (1982), donde la interacción de comunidades indígenas de artesanos con los aparejos de la modernidad no conduce a su enajenación o subordinación, sino a procesos de negociación y reconversión. Los estudios de consumo de los años noventa, muchos conducidos en equipo con estudiantes de posgrado del departamento de antropología de la UAM-Iztapalapa, – *Públicos de arte y política cultural*

(1991), *El consumo cultural en México* (1993), *Cine, televisión y video en México* (1994), *Cultura y comunicación en la ciudad de México* (1998) – proporcionan no sólo el conocimiento de gustos y usos del arte, los medios y las industrias culturales, sino que permiten diseñar y recomendar políticas públicas basadas en ese conocimiento. Como escribe Rosas Mantecón en su estudio panoramámico de “Los estudios sobre el consumo en México”, “si las industrias culturales atraviesan la vida cotidiana, inciden en la organización sociopolítica y revistgen una innegable importancia económica, entonces deben ser objeto de políticas culturales” (2002: 261).

Para dar una idea de la complejidad que se requiere indagar para poder llegar a conocer a los públicos, cabe reseñar brevemente la última de investigaciones mencionadas. *Cultura y comunicación en la ciudad de México* se organiza en cuatro escalas espacio-temporales simultáneas, recorridas todas por vectores locales, nacionales y transnacionales (20). La primera, la ciudad histórico-territorial, en cuyo centro se encuentran patrimonios multi-temporales, vendedores ambulantes, turistas, indígenas, espectáculos públicos, y las reformas fachadistas y las disgregaciones que estudia Ana Rosas Mantecón. La segunda, la ciudad industrial y la metropolización, que se traduce en la “diseminación de la mancha urbana” hacia los márgenes, donde se instalan diversas maneras de ser chilango, con desigual acceso a bienes culturales que “corresponden a distintos modos de imaginar y valorar la vida urbana” y a una reorganización de las relaciones entre lo público y lo privado, inscripta materialmente en las viviendas verticlaes de la época de la industrialización y en la autoconstrucción, que generan consecuencias funestas difíciles de tramitar “entre la gestión pública y la búsqueda ciudadana de soluciones” (28). La tercera ciudad, la comunicacional, se caracteriza por la diseminación de medios masivos y de imágenes que “reconectan las partes diseminadas” en escalas de dimensión variable: local, nacional, transnacional, y que así aportan a los mapas conceptuales con que se interpreta la realidad en que se vive. Estos dos estudios sintonizan con este aspecto comunicacional que genera mapas y mundos imaginarios que el análisis político-económico, al estilo de Castells, Hall o Sassen, no logra discernir. Los medios tienen un impacto simbólico y material que acompaña y condiciona la experiencia megalopolita. A estas tres ciudades los investigadores superponen una cuarta que interactúa con ellas: la ciudad de la hibridación

multicultural y la democratización. La multiplicidad de escalas, desplazamientos, migraciones, inversiones de lo público y privado, etc. “produce un desorden, escribe García Canclini, siempre a punto de explotar” (33). Señala que si bien el debilitamiento de estructuras es liberador en los países, donde además la descentralización ha tenido efectos democratizadores (yo argumentaría que no del todo), en las megalópolis latinoamericanas conduce a la ingobernabilidad, y el enmurallamiento de que escribe Teresa Caldeira (2000) en su libro sobre São Paulo. Su evaluación de los centenares de manifestaciones y actos en la calle es revelador de la frustración ante la imposibilidad que los manifestantes sienten al no entrar en los “mecanismos ‘reales,’ institucionalizados, de representación, ni en los medios de la simbólica masiva” (36).

Lo que se hace con el tiempo de ocio arroja información valiosa en los muchos estudios que se vienen haciendo en los 1990s y 200s. No hay espacio para entrar en muchos detalles, pero entre otros datos descubrimos que en los países o ciudades para los cuales hay encuestas, entre el 86% y 97% de los encuestados miran televisión entre 1.5 y 6.3 horas diarias (Achugar, 2007; Arantes, 1999; Bisbal, 2000; Bisbal y Nicedemo, 1999; Fonseca y Sandoval, 2006; García Canclini, 1995; Katz, 2006; Salas Koschny, 2003; Seissus García 1999; Unimer, 2007). Tales cifras han llevado a muchos críticos “apocalípticos” a pronosticar la decadencia total de la sociedad contemporánea, achacándole todos los males a la televisión, desde la adquisición de malos hábitos, a la incapacidad de pensar críticamente, la propensión a la violencia, y hasta el deterioro de la salud (Salas Koschny, 2003: 59). Se alega que los jóvenes de hoy apenas leen y los observadores se preguntan cómo aprenderán, ¿serán todos analfabetas e ignorantes? ¿Está la escuela preparándolos para un mundo en que la cuarta parte del tiempo o más se pasa con los MC&IC? Desde hace mucho viene diciendo Martín Barbero (2001) que hoy los jóvenes aprenden en los medios mucho más que en la escuela, que maneja una cultura epistemológica guttembergiana que no está al tanto de la realidad multimediática actual, en la cual viven los jóvenes. Por ejemplo, como explica Germán Rey, la lectura en Internet crece y son los más jóvenes (entre 12 y 17 años) que más leen en este medio, con un promedio de 2.53 horas por día, casi igual que el tiempo ante el televisor. Muchos jóvenes consultan blogs, los sitios de sus cantantes y actores favoritos, o los sitios de socialización como My Space y

You Tube, donde leen acaso más que si sólo existiera el libro o periódico impreso. Como advierte Rey, “los que leen más libros, son también los que leen más en otras modalidades como Internet”. (Rey, 2005: 5)

Más abajo reseñaremos algunas de estas facetas respecto a los efectos mediáticos en contextos latinoamericanos, pero en esta sección introductoria al apartado cabe advertir que la mayoría de los comentaristas, sobre todo los no comunicólogos profesionales, suelen denunciar grandes efectos sobre todo en la prensa y la televisión. Detengámonos brevemente en uno de los MC&IC, la televisión. ¿Qué vemos en ella y cómo evaluamos sus efectos? Desastres naturales, violencia, guerra, crímenes, y amenazas de inseguridad en los noticieros, y la puesta en escena de esas amenazas en los simulacros (reales y ficticiales o ficcionalizados) de reality shows como *Aquí Agora* (o *Cops* o *Geraldo* en EEUU), la publicización de la vida íntima en talk shows o programas de variedades como *Cristina* (la “*Oprah Winfrey con salsa*”, Mazziotti, 1999: 408), *Don Francisco*, *Laura*, etc. o en los anuncios publicitarios para medicamentos o servicios para tratar almorranas, eyaculación prematura, secreciones vaginales malolientes, etc., y desde luego, deportes que combinan el excitante de la conquista con un nosotros identitario (“se la clavamos”), y las telenovelas en que vivimos vicariamente los altibajos del romance y la fortuna. Estos son los programas con los más altos ratings. La publicidad, además, como la moda y los videoclips musicales, “libera” gustos que antes se consideraban antinormativos, como los estilos sartoriales, musicales, fenotípicos, etc. de minorías étnicas, homosexuales, pandilleros, etc. De ahí que se acuse a la televisión de erosionar los valores sociales.

4. EL LUGAR DE LOS NO NORMATIVOS EN LOS MC&IC

En este apartado me detengo en estudios sobre tres fenómenos que son tocados en los estudios mencionados y que presentan los mayores desafíos para la construcción ya no de un marco analítico de la interculturalidad, sino para políticas concretas: la relación de los MC&IC con comunidades de indígenas, migrantes, y jóvenes. Se trata de tres tipos demográficos que a veces son descartados con la etiqueta de tribus, de grupos difícilmente integrables o que aporten al cohesionamiento de la sociedad. Pero siguiendo el modelo las pistas propuestas por Martín Barbero y García Canclini, Archondo (1999), ofrece una

visión mucho más positiva. Propone, por ejemplo, que las radios comunitarias y la televisión “podrían reactivar las fuertes tradiciones orales de los pueblos conquistados” y de esa manera no sólo les dan visibilidad y autoestima a esos pueblos, sino que **promueven una interculturalidad que tiene en cuenta cosmovisiones realmente diversas**. Es justamente la fricción entre grupos divididos por factores etnoraciales y de clase que dificulta la cohesión social. De ahí, la esperanza de algunos que los medios puedan “vitalizar las pautas de convivencia de una sociedad, de hacerla más equitativa y de sortear las determinaciones de la cultura escrita. En este caso, la herramienta radio o televisión es refuncionalizada por un universo cultural diferente que comienza a dialogar a través de él” (Archondo, 1999: 72; ver también Ramos Rodríguez, 2005).

Televisión para los sectores populares bolivianos

Pero la posibilidad de esa interculturalidad está matizada por el hecho de que los públicos que acuden a unos programas, jamás lo harían para otros. Esta dificultad es característica de programaciones plurales, como el Segundo Festival de la Ciudad de México que estudiaron García Canclini y su equipo (1991), pues los que gustan de cierto género de música, no asistirían a otro, aun cuando esa oferta plural tenga lugar en el mismo espacio. Archondo estudia dos programas televisivos en Bolivia, “Sábados Populares”, compeidor de su semejante “Sábado Gigante” del animador “Don Francisco” Mario Kreutzberger, y “De Cerca”, un programa de entrevistas – una suerte de “Apostrophes” a la boliviana – a figuras de la vida pública, escritores, políticos, economistas, artistas, etc. El primer programa corteja a los públicos más populares con música boliviana – chicha, preferida por los radioescuchas aymaras – y rap, y la incorporación de la lambada y parejas jóvenes logró trascender su público mayoritariamente “cholo” (palabra usada por el animador, Don Paco) de La Paz y El Alto hasta llegar a Santa Cruz y se incorporó a una red televisiva de mejor infraestructura. El programa, como las emisoras radiales, hace converger una pluralidad de “lógicas populares y subalternas” (88), superando hasta cierto punto la ley de audiencias diferenciadas. Si bien empezó a moderarse la manera de hablar de los presentadores y se tocó más salsa, la preferencia de los santacruceños, la evaluación del programa es que fungió de mediador eficiente (96).

El otro programa, “De Cerca”, no transige con ninguno de los preceptos para alcanzar la popularidad, y el animador “ha intelectualizado un medio normalmente espectacular y ha impuesto el predominio de la argumentación sobre la exhibición” (101). Las élites han mantenido este programa que de otro modo habría sucumbido. La coexistencia de estos dos programas apunta a una división demográfica o “diversas comunidades imaginadas desde pantallas y micrófonos” que debían ser interactuar desde lo simbólico para construir una sociedad realmente intercultural. No obstante, los medios “han alentado un desarrollo político acelerado que contribuye a que la gente se habitúe a discutir los asuntos con plena libertad” (103). Si se le puede atribuir un “optimismo comunicacional” a Archondo, este no radica en un populismo – a pesar de endosar la entrada de la diversidad de gustos y tradiciones populares y subalternas a la televisión – sino en la posibilidad de que los medios construyan una esfera pública estructurada por la interculturalidad.

Migrantes, prensa e inseguridad en Costa Rica

“Medios de comunicación e (in)seguridad ciudadana en Costa Rica” (Fonseca y Sandoval, 2006) va en dirección casi opuesta al estudio brevemente reseñado más arriba. Mediante una combinación metodológica de encuestas y conversaciones con grupos focales, los autores pretenden entender cómo los significados son elaborados por los moradores de un barrio pobre, notorio por la percepción de altas tasas de violencia, frente a las noticias – en la prensa y los noticieros – que estructuran el ambiente en que se vive el miedo y además en que se les incluye a estos moradores como actores peligrosos. Esta estructuración representacional es estudiada mediante el análisis de discurso y la forma de presentación de 239 reportajes o dramatizaciones en ambos medios. La metodología es parecida a la que emplea Pablo Vila (2000) en sus etnografías en la frontera de Ciudad Juárez y El Paso, enfrentando a los informantes con narrativas que ellos mismos han generado, para así involucrarlos en la reflexión sobre los supuestos que circulan en esas narrativas. A partir sobre todo de las conversaciones con los grupos focales, Fonseca y Sandoval van evaluando una serie de teorías sobre los efectos de los medios, desde el fácilmente descartable efecto hipodérmico a la teoría del cultivo, establecimiento de agendas temáticas y encuadres narrativos.

La dramaturgia de los reportajes divide a los actores entre agentes de control social, víctimas, ofensores, mediadores y grupos organizados. El predominio de los actores de control social confirma lo que otros investigadores también descubren, a saber, que las noticias se confeccionan según encuadres que reflejan la perspectiva de la policía y las autoridades. “La salvaguardia de la ciudadanía es concebida en términos de autoridad y restablecimiento del orden social perdido” (2006: 26). Los reportajes criminalizan a los residentes de ciertos barrios, por lo general de condiciones socioeconómicas bajas, al imputar mayor cantidad de sucesos de índole delictiva a ellos. Y los migrantes tienen mayor relieve porque “la nacionalidad suele ser mencionada solo cuando se trata de extranjeros”, lo cual “tiende a generar la ilusión de que la mayoría de los crímenes son cometidos por extranjeros” (2006: 28). De los tres tipos de lectura de los medios propuesta por Stuart Hall – dominante, negociada, de oposición –, los grupos focales tendieron a la de oposición, “tanto moral como ideológica de los medios” (2006: 30). Sobre todo, los residentes culpan a los medios de la estigmatización que atañe a todos los del barrio. Uno de los resultados inquietantes es, como dijo una informante, que “el principal problema . . . no es el miedo producido por la inseguridad, sino más bien el dolor generado por los eventos de violencia” (2006: 31).

El estudio de Fonseca y Sandoval confirma una observación de Susana Rotker, que “el saber ‘racional’ sobre la violencia está naciendo en parte, si se lo ve de esta manera, de los relatos, de la subjetividad” (2000: 12). La subjetividad se crea, justamente, en las narrativas; este es un antiguo principio de transferencia, novelado por Cervantes y Flaubert y explicado por Freud, para quien los individuos se identifican mediante su inserción en dinámicas familiares volcadas en narrativas en las cuales nuevos conocidos toman el lugar de actores/personajes clave. La catexis invertida en una figura pasa a otra, y así se va modelando el inconsciente del individuo (Freud 1976: 164). Las narrativas de la (in)seguridad pueden ser tan o más fuertes que las de las relaciones familiares.

Fonseca y Sandoval concluyen observando que “la perspectiva de la inseguridad ha llegado a ocupar el vacío que han dejado las políticas de seguridad social, que preconizaban que el bienestar colectivo estaba supeditado a satisfacer necesidades básicas en temas de vivienda,

educación o salud” (2006: 34). Esta conclusión apoya la hipótesis propuesta hacia el inicio del ensayo, de que los medios juegan un papel importante en la proyección de una amenaza de la cual la sociedad tiene que defenderse. Volveremos sobre este punto en la conclusión, pero cabe adelantar que si bien Durkheim había teorizado que dichas amenazas cohesionan a la sociedad, hoy en día la percepción de la inseguridad juega otro papel: vacía los espacios públicos, impulsa a la gente a guarecerse en espacios privados, que a su vez producen menos cohesión. Este efecto perverso, ¿sería funcional a qué fines? ¿Cómo se explicaría a partir de las teorías funcionalistas reseñadas más arriba?

Prensa y violencia

A partir del análisis discursivo y narrativo de 795 piezas periodísticas en 14 periódicos de 9 países, German Rey (2005) observa que la inseguridad emerge justamente porque no se sabe por qué se cometen los crímenes (12). De ahí, la dramaturgia y su universo actancial que si bien no resuelve el por qué, al menos ofrece perfiles, por lo general estereotipados, de los culpables. Los esquemas previsibles que se generan, “insisten en la tensión o en el suspenso, se emparentan con el folletín o se entrecruzan con la lección moral o la novela policíaca” (2005: 13). Según Rey, estas narrativas posicionan al lector o espectador en el papel actancial de víctima, produciendo así inseguridad. Desde luego, como muestran Fonseca y Sandoval, el entorno sociocultural que habita el lector puede inducir otra manera de descodificar el reportaje. Y cuanto más espectaculares sean los reportajes, tanto mejor, pues es eso lo que asegura la noticiabilidad, y por ende la circulación y la publicidad que produce los ingresos.

5. JOVENES Y VIOLENCIA

Las estadísticas aportan un aura de autoridad, y las imágenes – de víctimas, cadáveres, cuerpos tatuados, etc. – le alzan el volumen al sensacionalismo. Estas imágenes abundan cuando se trata de crímenes cometidos por jóvenes, sobre todo pandilleros. Explica Rey, que si bien sólo el 14.3 de los crímenes que se reportan en La Prensa Gráfica de El Salvador, no obstante “buena parte de los crímenes tienen como centro las pandillas” (2005: 56). A partir del análisis de la aparición de pandillas en la prensa salvadoreña, Amparo Marroquín observa estas son presentadas “como el mayor problema de seguridad

nacional, y Ricardo Poma, el empresario más importante de El Salvador, confirma este análisis desde el sector económico (Sanz, 2006). La Asociación Nacional de Empresarios Privados le reclamó al presidente Saca, exigiéndole que imponga una política de mano dura. Poma argumentó que si no se afianza la seguridad, importantes socios comerciales como el Japón abandonarán sus proyectos de inversión en El Salvador. Por tanto, la seguridad es mucho más para él que una cuestión ciudadana; es cuestión de seguridad nacional.

Una noticia en periódico salvadoreño de este mes informa que los conductores de autobuses han llamado un paro debido al alto número de asaltos y asesinatos por extorsión: “70 asesinatos cometidos contra los empleados del transporte colectivo. Todos, según la Policía Nacional Civil, relacionados con las extorsiones.” Uno de los pandilleros, entrevistado para este reportaje, explica que la Mara Salvatrucha ya no es una pandilla de “niños que peleábamos sólo por el territorio, por la droga en el barrio. Somos crimen, delincuencia, crimen organizado, mafia.” (Valencia) En 2004 se estimaba que en Centroamérica había 300.000 mareros (Cevallos); hoy en día ese número se ha duplicado, si bien las fuentes de información no son del todo confiables (Delgado Morillas).

La fobia de los jóvenes aumenta cuando se trata de los más vulnerables, los niños de la calle. Los medios son cómplices de lo que Bauman (2005) llama “vidas desperdiciadas,” los que no tienen lugar ni en el trabajo ni en la sociedad del consumo, y mucho menos en la de la información y conocimiento. Un ejemplo: una de las muchas víctimas de los escuadrones de la muerte fue – un niño de unos diez años de edad – fue encontrado en una favela de Rio de Janeiro con una nota atada alrededor de su cuello. Decía: “Te maté porque no estudiabas, no tenías futuro”. La “inutilidad” social de ese joven justifica este genocidio, según la lógica de la descartabilidad. Hay dos tipos de respuesta ante el genocidio. La primera, es la respuesta violenta. Por ejemplo, en 2006, el Primeiro Comando da Capital operó una guerra de asaltos en São Paulo que resultó en 251 ataques, incluyendo rebeliones en 73 presidios, el Centro de Detenção Provisória e 9 cárceles públicas en la capital São Paulo, en el Gran São Paulo, en el interior y en el litoral. Entre el 12 y 16 de mayo, fueron incendiados 90 autobuses, hubo 128 muertos y 59 heridos.

Como en El Salvador, también en Guatemala. En agosto de 2005, hubo motines en cuatro penales, donde murieron 31 reos y fueron heridos otros 70. Y en Honduras, en abril de 2003, en la granja penal de El Porvenir, tuvo lugar otro motín sangriento que resultó en 39 personas heridas y 69 personas asesinadas, 61 de los cuales eran pandilleros de la mara 18. Estas noticias, con sus fotos y videoclips televisivas, son espectaculares. Reza la noticia sobre el motín en El Porvenir: “Algunos también fueron asesinados por otros presidiarios, mientras que otros fueron víctimas de la policía, que intentó detener la rebelión. La televisión hondureña mostró imágenes de filas de cuerpos, cubiertos con bolsas plásticas, en un hospital cercano, donde fueron llevados decenas de internos heridos. La policía indicó que cuatro de los presos fueron decapitados.”

Inevitablemente, dada la vastedad de la destrucción en todos estos casos, la violencia pandillera ya no se ve como un problema que se pueda tratar con terapias sociales, que en todo caso cada vez más carecen de financiamiento, como la escuela pública, y que acaso nunca lo tuvieron. Podría decirse que ya no funcionan las instituciones disciplinarias. Sobre todo donde las promesas de la modernidad (empleo, casa, salud, escuela, etc.) son incumplibles debido a lo que Touraine ha llamado “capitalismo extremo”. Touraine escribe: “el sistema económico y financiero está fuera del alcance de cualquier institución social o política, trátase de la la iglesia, los sindicatos. Ya no se puede repetir el desarrollo del capitalismo y su efecto de derrame según lógicas socialdemocráticas.” En su lugar tenemos políticas de seguridad, sobre todo en las ciudades, que se han convertido en territorios minado de riesgos, ante los cuales se busca seguridad a todo costo, inclusive aceptando que el estado implemente políticas de cero tolerancia. De hecho, esa aceptación logra alinear seguridad personal con seguridad nacional, que viene a equivaler a seguridad para el capitalismo internacional. Veamos cómo lo formula Bauman:

“Lo que las ‘fuerzas del mercado’ (que en este momento ya son globales y exterritoriales) quieren de los gobiernos de los estados-nación es que se centren en obtener en el área local un “ambiente seguro” y todo aquello que se le halle directamente o supuestamente vinculado. Con ello, estas fuerzas impiden que los gobiernos se ocupen de ningún otro

asunto. En el mundo de la economía global, a los gobiernos estatales les ha correspondido el papel de distritos policiales (demasiado grandes, eso sí), y poca cosa más; la cantidad y calidad de policías que hacen la ronda, barriendo unas calles limpias de mendigos y ladronzuelos, como también la impermeabilidad de los muros de la cárcel, tienen mucha importancia entre los factores determinantes de la “confianza de los inversores”, y también entre las partidas que se tienen en cuenta en los cálculos para decidir si efectuar o retirar una inversión.”

¿Pero es realmente la televisión que produce estas patologías? Según Bauman, la relación entre representación televisiva y realidad es una sintonización o atracción electiva [*Wahlverwantschaft*]. De ahí, su tesis de que si lo que se busca es cambiar la manera en que la televisión opera, eso requiere cambiar el mundo (2000; 2). Es decir, si bien la televisión tiene efectos, estos no se pueden entender como incidencia directa, al estilo de causa y efecto (la metáfora de las bolas de billar) o como una penetración de la conciencia (la metáfora de la inyección hipodérmica) de los receptores. Bauman concorda con Lazarsfeld que el efecto más frecuente es el refuerzo de la hegemonía (podríamos caracterizar este refuerzo como el establecimiento de agendas y de encuadres con que se reflexiona sobre los temas e imágenes presentados en el discurso del miedo). Y es justamente ese miedo que requiere de seguridad.

Cero tolerancia

Percepciones de bienestar (seguridad, autosuficiencia económica, inclusión o sociabilidad, etc.) son cuestiones clave de la política, pues es en relación a ellas que los políticos buscan posicionarse para ganar votos. De todas las áreas de preocupación ciudadana, la (in)seguridad es la más fácil de abordar, sobre todo con programas punitivos dirigidos a extirpar el mal. Se trata de escenificaciones mucho más satisfactorias dramáticamente que mejorar la economía, el sistema de salud, etc. Parece más fácil mandar policías para combatir el problema; de ahí tanto programa de cero tolerancia y mano dura. Pero últimamente estos no han tenido éxito, como vimos más arriba en relación a la entrevista con el empresario salvadoreño Ricardo Poma, y los MC&IC (no sólo la prensa) informan

sobre ese fracaso. de ahí la búsqueda de otros tratamientos, inclusive en el ámbito de los comunicación y la cultura.

El programa cero tolerancia de Giuliani, alcalde de New York, es muy conocido, y hasta López Obrador lo contrató para hacer una consultoría cuando era alcalde del distrito federal en México. La premisa es muy sencilla: si se castigan las pequeñas infracciones (malacrianza, quebrar ventanas, colarse en los buses, etc.) se logrará eliminar mayores crímenes. Giuliani ordenó que se pusiera en operación el programa y la policía empezó a arrestar a los homeless, a los que tiraban basura en la calle, y a los que simplemente parecían vagos. No sólo se trataba de prevenir mayores crímenes sino de humillar a los no normativos. Es casi como si Foucault hubiera escrito el guión de la ciudad que se defiende. Cuando Giuliani comenzó a mandar a arrestar a la gente que cruzaba las calles en el medio y no en las esquinas, donde está la cebra, hubo oposición, pero la verdad es que a mucha gente le gustó esa humillación de los no normativos.

Muy distinto fue el programa Cultura Ciudadana, implementado en Bogotá entre 1995 y 1997. La idea era que se había desalineado el vínculo entre la regulación legal, la regulación moral, y la regulación cultural y que su realineamiento, sobre todo la internalización de normas, produciría ciudadanos que respetan la ley. Mockus hipotetizó que hay dos modos de asegurar el cumplimiento legal, moral o cultural de las personas: o se les amenaza castigarlos, que produciría un cumplimiento negativo, o se les seduce con la idea de que el cumplimiento podría producir el placer de ser virtuoso. El programa tuvo un enorme éxito, en varias áreas, entre ellas la reducción de homicidios, de 72 (1994) a 51 por 100.000 habitantes (1997) y 22 por 100.00 (2003), y de 25 a 20 por 100.000 la tasa de muertes violentas en accidentes de tránsito. Pero también se logró que los taxistas mejoraran su tratamiento de sus clientes y que menos gente se colara en el autobús.

Pueda que hubiera realmente una armonización de ley, moral y cultura, pero me parece que los dos ingredientes más importantes en su programa con recurrir a la creatividad y lo lúdico, como la contratación de mimos para indicarles los comportamientos correctos a los ciudadanos con buen humor, y la comunicación. La comunicación, escribe, conduce a la

formulación de mejores argumentos y su defensa, lo cual produce una interacción que promueve la evaluación de los propios valores; “permite analizar más detenidamente las convicciones morales propias y modificar los criterios con que se juzga la acción propia o ajena y lo que se considera culturalmente admisible” (2003: 6). El objetivo es modificar costumbres y hábitos para compatibilizarlos con la ley y la moral. Parece una aplicación del Kant de la *Crítica del juicio*, en la medida que la cultura sea auna con la ley. Pero también hay que reconocer que el ludismo y la publicidad le dieron un carácter espectacular al gobierno de Mockus. El mismo explica que “un elemento absolutamente crucial para multiplicar el efecto de Cultura Ciudadana fue su enorme visibilidad, lograda en gran parte por los medios masivos de comunicación. No hubo campañas pagadas, pero sí estrategias novedosas, atrayentes, de gran impacto visual y psicológico” (2003: 7). El aspecto lúdico, compartido con otros, hizo más aceptable el respeto a la ley, como si fuera un juego. Y la comunicación creó un verdadero espacio público que alcanzó a todos los ciudadanos. Algo parecido sucede con la manera en que Afro Reggae aborda el tema de la seguridad.

Música popular y seguridad

Pero la seguridad se puede entender de otras maneras. El Grupo Cultural Afro Reggae (GCAR), una asociación de bandas musicales, grupos teatrales y circenses, y gestos sociales y culturales, nació luego de una masacre de 21 personas en la favela Vigário Geral en Rio de Janeiro. Luego de varios años de aprendizaje, la primera banda logró profesionalizarse y ahora es una de las más cotizadas en el Brasil. En lugar de salir de su barrio, los jóvenes invirtieron parte de sus ingresos en su ONG para servicios a la comunidad. También se involucraron, por necesidad en negociar conflictos entre residentes, narcotraficantes y la policía, que hostigaba a los jóvenes. Como parte de una red compleja de contrapartes de una mirada de sectores (organizadores de la comunidad, trabajadores sociales, políticos de gobierno local y nacional, sindicalistas, autoridades religiosas, empresarios, directores de prensa y televisión, periodistas y líderes de ONG, fundaciones internacionales, y personalidades de la música, televisión y cine), pudo conseguir el apoyo para sus acciones, en especial intermediar conflictos. Es importante notar que todos los actos de Afro Reggae, hasta el día de hoy, reciben una abundante cobertura mediática, que le permite mantenerse en la luz de la atención pública.

ARTE NA ZONA DE GUERRA

AÇÃO SOCIAL De Vigário Geral à Sérvia, a mediação de conflitos através da cultura

POR PEDRO ALEXANDRE SANCHES

Um grupo musical do morro toca no "asfalto" carioca, numa tradicional casa de shows, para um público que mistura empresários, artistas, celebridades e moradores de favelas. A certa altura, a plateia emudece e segura o fôlego, diante da entrada no palco de um batalhão de policiais fardados. Instrumentos em punho, os policiais militares vindos de Minas Gerais passam a tocar percussão na companhia dos músicos. O grupo, chamado AfroReggae, floresceu a partir de uma tragédia, a chacina que em 1993 exterminou 21 habitantes inocentes de sua comunidade de origem, Vigário Geral.

Em outubro de 2006, pouco mais de um ano depois da cena descrita acima, o coordenador do AfroReggae, José Junior, de 38 anos, está em São Paulo, na avenida Paulista. Participa de reuniões na diretoria da Fiesp, para discutir projetos comuns da federação das indústrias com o recém-criado grupo F4, que agrega quatro das maiores ONGs cariocas, AfroReggae, Central Única das Favelas (Cufa), Nós do Morro e Observatório de Favelas.

Ele e Celso Athayde, da Cufa, alternam-se entre a sede da Fiesp e a do Itaú Cultural, onde Junior e o AfroReggae coordenam os trabalhos do Antídoto - Seminário Internacional de Ações Culturais em Zonas de Conflito. A diversidade ali reunida é vertiginosa.

Há o israelense Shai Schwartz, que mora numa cooperativa judaico-árabe em sua terra natal e trabalha em Londres com crianças e adolescentes refugiados da África, Afganistão, Iraque, Turquia etc., especialmen-

te aqueles que já foram torturados ou presenciaram massacres na família. O rapper Ferréz vem trazer a vivência da zona de conflito chamada Capão Redondo, periferia sul de São Paulo. O jornalista Veran Matic revisa a trajetória de fundador da Rádio B92, a primeira emissora independente da Sérvia, que desempenhou papel importante na resistência contra o regime governado pelo ditador Slobodan Milosevic. Somam-se a esses antropólogos uma psicóloga que media conflitos com as Farc colombianas, um palhaço norte-americano, um coronel mineiro, uma ativista libanesa e assim por diante.

José Junior não é só um artista, ou um músico, ou o coordenador de uma estrutura social e cultural que já virou comercial e se multiplica em turnês musicais pelo Primeiro Mundo e em rodadas de negociação com o "PIB brasileiro". Assim como seus pares espalhados pelo planeta e provisoriamente agrupados na avenida Paulista para o seminário Antídoto, ele se considera (e age como) um mediador de guerra.

"Cresci ouvindo que todo policial, empresário, político ou jornalista é filho da puta, principalmente o jornalista",



provoca, sabendo que é entre esses mesmos personagens que ele hoje deseja circular (e circula) com desenvoltura, sem nunca perder contato com suas origens no centro carioca, em proximidade total com bicheiros, prostitutas, travestis. Outra das inúmeras mediações que se propõe a fazer é entre o tal "PIB brasileiro" e o que ele apelida de "PIB bélico", ou seja, as comunidades carentes em que coexistem traficantes e trabalhadores, muitas vezes estigmatizados em bloco pela sociedade do "asfalto".

Na época da chacina, por exemplo, Vigário Geral e a vizinha Parada de Lucas viviam uma guerra entre líderes do tráfico das duas comunidades, cada uma delas controlada por uma facção criminosa. Desde a fundação do AfroReggae, em

1993, Junior e os demais coordenadores vêm se consolidando como mediadores em situações de conflito e de guerra aberta entre facções inimigas. De lá para cá, instalaram um núcleo e promovem grandes shows na antes inimiga Parada de Lucas.

Experiências como essas e as da convivência entre policiais e cidadãos por intermédio não da violência, mas da música, estão condensadas no documentário *Nenhum Motivo Explica a Guerra*, dirigido por Cacá Diegues e



NA MESA, Veran Matic (à esq.), da Sérvia, e Celso Athayde (à dir.), de Cidade de Deus

Esa experiencia desembocó en una alianza con la Secretaría de Estado de Defensa Social (SEDS) de la ciudad de Belo Horizonte y el Centro de Estudios de Seguridad y Ciudadanía de la Universidad Cândido Mendes en Rio de Janeiro para el Proyecto Juventud y Policía, que consistía en una capacitación permanente de policías, con el objetivo de contribuir a la reducción de la distancia entre jóvenes y policías, a través de iniciativas culturales, en talleres de percusión, graffiti, danza de calle y teatro, destinadas a los policías, de manera que puedan trabajar directamente con jóvenes de las aglomeraciones de Belo Horizonte.

Otro proyecto interesante es la Central Única de las Favelas (CUFA), que promueve la producción de música y video en las favelas, para generar otras imágenes que no sean las que estigmatizan a los jóvenes. Coordinado por Celos Athayde, director de un sello disquero y productor de uno de los raperos más conocidos de Brasil, MV Bill, CUFA tiene

8 unidades de producción de video y cine, que los residentes pueden pedir prestados para filmar sus realidades. MV Bill, por ejemplo, creó *Falcão: Meninos do Tráfico*, un documental sobre los vendedores de drogas, que circuló a lo largo de Brasil y salió en la televisión. El objetivo era entender la realidad de los jóvenes y proporcionar una imagen más humana que la que se vio en el filme *Ciudad de Dios*. No obstante, el mero hecho de poner en imagen a los jóvenes del tráfico reprodujo muchos de los estereotipos que se estaba tratando de evitar. Es importante entender que la infraestructura de exhibición, además de los formatos y encuadres determinan cómo los receptores van a entender las representaciones. Es muy difícil aparecer en la televisión de una manera diferente. Pero como en el caso de Afro Reggae, muchos cineastas profesionales dan talleres para trabajar estos temas con los videastas de CUFA.

El antropólogo Luiz Eduardo Soares, ex-Secretario de Seguridad de Rio de Janeiro, y del Ministerio de Seguridad de la Nación, y ahora del municipio de Nova Iguaçu, se unió a Athayde y MV Bill para co-autorear el libro *Cabeça de porco*, en el cual investigan las razones por las cuales hay tanta violencia en Brasil y además qué podría proponerse para crear una sociedad más segura. Entre otros temas, indagan la separación de clases y razas y ofrecen su propio modelo de red como ejemplo de que se pueden trascender esas diferencias, sin desconocerlas o faltarles el respeto, desde luego. Son creadores de redes sociales cuyos participantes buscan crear lugares seguros. Dentro de esas redes circulan sus textos por medio de los medios, la TV, la radio y los blogs de Internet. Sus trabajos, algunos de cuyos aspectos son remunerados, o por sus performances o por sus servicios, se proponen re-ligar su entorno. Son ejemplo de producción musical y cultura que a su vez busca incidir socialmente, y por eso se relacionan con las ONGs. Por este medio, como Afro Reggae, buscan establecer relaciones interculturales.

6. CONCLUSIÓN

Hemos repasado varios marcos analíticos, desde el civilizatorio/nacional trascendente, al de la diversidad y la ciudadanía cultural, y el de lo nacional popular, y volvemos ahora al intercultural, que sólo sugerimos como posibilidad. García Canclini viene señalando hace años que si concebimos la diversidad y el multiculturalismo, a partir de identidades

culturales que se aíslan y reclaman sus derechos individualmente sin interacción, eso simplemente refuerza los fraccionamientos que hemos reseñado en este ensayo. Escribe: “Es difícil imaginar algún tipo de transformación hacia un régimen más justo sin impulsar políticas que comuniquen a los diferentes (étnicas, de género, de regiones), corrijan las desigualdades y conecten a las sociedades con la información, con los repertorios culturales, de salud y de bienestar expandidos globalmente” (2004: 81). La conexión no implica recurrir a un principio trascendente como la cohesión social. Y desde luego, no incurre en jerarquías civilizatorias, como las que hemos comentado, desde Kant a Sarlo.

Desglosar estos tres elementos echa mucha luz sobre los procesos del fraccionamiento – diferencia, por lo general, entendido en términos étnicos, de género y nacionalidad; desigualdad, en términos de clase social, a la usanza marxista; y desconexión, en términos informacionales y comunicacionales – y ofrece un programa para establecer una sociedad más holística, que llama intercultural. “Los indígenas no son diferentes solo por su condición étnica, sino también porque la reestructuración neoliberal de los mercados agrava su desigualdad y exclusión. Son desempleados, pobres, migrantes, indocumentados, homeless, desconectados . . . el problema es ser incluidos, llegar a conectarse, sin que se atropelle su diferencia ni se los condene a la desigualdad. En suma, ser ciudadanos en sentido intercultural.” (2004: 53).

Se trata de una tarea harto difícil, pero como vimos hay grupos, entre los menos pudientes, que están trabajando en esta dirección. Los nuevos medios de información y comunicación abren nuevas posibilidades de conexión, pero hay que recordar que no siempre son capaces de traducir registros culturales a la virtualidad. La radio, el cine y la televisión lograron una traducción de la voz y sus tonalidades. Pero hay una enorme riqueza cultural – que hoy en día llamamos patrimonio inmaterial – que no siempre será traducible a las capacidades interculturales que ofrece Internet. Ser incluidos, como sugiere García Canclini, no quiere decir simplemente ser representados – uno de los grandes fallos de la democracia actual –, también implica la conexión en un sentido de proximidad.

Los fenómenos investigados en este ensayo dificultan las tentativas de conexión y proximidad. Pero se pueden agrupar una serie de recomendaciones para políticas públicas que favorezcan la interculturalidad. En primer lugar, la regulación de los MC&IC. En los EEUU existe un sistema de monitoreo de la violencia y lenguaje insultante, respecto del cual se advierte al televidente y al comprador de CDs mediante etiquetas parecidas a las que se le ponen a las cajetillas de cigarrillos. La industria misma instituyó este sistema de monitoreo debido a las quejas de grupos de padres y organizaciones religiosas. No es un sistema muy efectivo, pues según reportajes, un alto porcentaje de padres no vigila a sus hijos para asegurar que no consuman programas o músicas impropias. Para instituir algo parecido en países latinoamericanos se necesitaría organizaciones de sociedad civil orientadas al tema.

Ante las críticas de que la prensa promueve la violencia reportando con demasiada frecuencia todo tipo de crimen, sobre todo los más espectaculares y violentos, *La Prensa Gráfica* de El Salvador creó un *Manual para el tratamiento informativo de la violencia* (2006) se firmó un convenio en 2005 con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo de “colaboración mediante el cual, y sobre el acuerdo de compartir una visión común sobre la importancia de la reducción de la violencia y el fomento de la convivencia y la seguridad ciudadana en El Salvador, se comprometieron a colaborar para fortalecer la capacidad de LPG en temas relacionados con la seguridad ciudadana” (PNUD 2007). Entre otros puntos, La Prensa Gráfica se compromete a no mostrar cadáveres ni escenas que contengan sangre, tratar con respeto la dignidad de las víctimas y sus familiares, no colaborar en espectáculos policiales, no magnificar los crímenes y evitar el morbo, no mostrar los tatuajes de las pandillas, incluir más historias de reinserción, proporcionar espacios de expresión para el público, tratar como inocentes a los acusados hasta que se demuestre lo contrario, etc.

Germán Rey, al final de *El cuerpo del delito*, comentado más arriba, también recomienda manuales de cobertura de temas de seguridad ciudadana, y el monitoreo de la información de seguridad ciudadana, la elaboración de códigos éticos, análisis de casos, la formación de periodistas, la contratación de editores de normas, un observatorio de medios, veedurías de

comunicación, consejos de lectores, debates públicos y un defensor del lector u Ombudsman, que es un mediador entre los lectores/audiencias, los periodistas y las empresas de medios, “que busca aportar a la calidad periodística, teniendo en cuenta las críticas, reclamos y sugerencias de los lectores” (Rey, 2005: 68). Esta última recomendación la viene haciendo García Canclini a lo largo de los años, no sólo para periódicos sino para todas las industrias culturales, no tanto por cuestiones de contenido sino por compromiso con sus públicos. Los MC&IC deben asumir la responsabilidad por los productos que lanzan al mercado ya que inciden, como hemos visto, en las percepciones de los receptores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Achugar, Hugo (2007), "Las necesidades básicas insatisfechas culturales", Seminario Internacional sobre Diversidade Cultura, Brasília, Ministério da Cultura do Brasil, 29 de junho de 2007
- Alvarez, Sonia, Evelina Dagnino y Arturo Escobar, eds. (2001) *Política cultura & Cultura política. Una nueva mirada sobre los nuevos movimientos sociales latinoamericanos*, Bogotá, Taurus-ICANH.
- Anderson, Benedict (1993), *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, FCE, México.
- Anderson, Chris (2006), *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More*, New York, Hyperion.
- Aranes, Antônio A. (1999), "Horas hurtadas. Consumo cultural y entretenimiento en la ciudad de São Paulo. En *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*. Coord. Guillermo Sunkel. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 125-157.
- Arnold, Matthew (1971), *Culture & Anarchy*, Cambridge, Cambridge UP.
- Bateson, Gregaroy (1972), *Steps to an Ecology of Mind*, San Francisco, Chandler.
- Baudrillard, Jean (1993), *Cultura y Simulacro*, Barcelona, Editorial Kairos.
- Bauman, Zygmunt (2000), "As Seen on TV", Politeia Conferentie 2000 - Moderne media & sociale dialoog, 26 de mayo, Katholieke Universiteit Leuven. <http://www.politeia-conferentie.be/viewpic.php?LAN=E&TABLE=DOCS&ID=120>
- Bauman, Zygmunt (2004), *Ética Posmoderna. Sociología y Política*, Madrid, Siglo XXI.
- Bauman, Zygmunt. 2005. *Vidas desperdiciadas. La modernidad y sus parias*. Barcelona: Paidós.
- Bell, Daniel (1977), *Las contradicciones culturales del capitalismo*, Madrid, Alianza Editorial, Madrid.
- Beltrán, Luis Ramiro, et al. (1976) *Bibliografía sobre investigaciones en comunicación para el desarrollo rural en América Latina*, Bogotá, Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo, Oficina Regional para América Latina, División de Ciencias de la Información.
- Beltrán, Luis Ramiro y Elizabeth Fox de Cardona (1980), *Comunicación dominada: Estados Unidos en los medios de América Latina*, México, Instituto Latinoamericano de Estudios y Editorial Nueva Imagen.
- Benjamin, Walter (2003), *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, México, Itaca.
- Bisbal, Marcelino (2000), "El encuentro de la cultura y la comunicación en el consumo cultural -una perspectiva de comprensión-", Portal de la Comunicación/Cátedra UNESCO de Comunicación. <http://www.portalcomunicacion.com/catunesco/cat/2/2000/down/CONFEC.PDF>
- Bisbal, Marcelino y Pasquale Nicodemo (1999), "El consumo cultural en Venezuela". En *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*. Coord. Guillermo Sunkel. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 88-157.
- Boarini, Romina, Åsa Johansson, y Marco Mira D'Ercole (2006), "Alternative Measures of Well-Being", *Statistics Brief* N° 11 (mayo). www.oecd.org/dataoecd/26/61/36967254.pdf
- Bourdieu, Pierre (1972), *Esquisse d'une theorie de la pratique*, Paris, Droz.

- Bourdieu Pierre (1997), *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama.
- Bourdieu, Pierre y Loïc Wacquant (1999), "The Cunning of Imperialist Reason". *Theory, Culture and Society* Vol. 16, N° 1, 41-57.
- Caldeira, Teresa Pries do Rio (2000), *City of walls: crime, segregation, and citizenship in São Paulo*, Berkeley, University of California Press.
- Carey 1992
- CEPAL (2007), "Cohesión social. Inclusión y sentido de pertenencia en América Latina y el Caribe", Santiago, Naciones Unidas.
- Cevallos, Diego (2004), "Central America: Violent Gang Grows to 300,000 Members", *Global Information Network*, February 18.
- Colmenares, Julio César (2007), "Vencimiento de la concesión de RCTV (III)", *Comunicación Popular para la Construcción del Socialismo del Siglo XXI*, 2 de mayo. <http://www.aporrea.org/medios/a34079.html>
- Delgado Morillas, Pedro Antonio (2006), "Bandas Latinas", Instituto Universitario de Investigación sobre Seguridad Interior, Abril. http://www.uned.es/investigacion/IUISI_publicaciones.htm#abril06
- Douglas, Mary (1973), *Pureza y Peligro. Un análisis de los conceptos de polución y tabú*, Madrid, Alianza.
- Durkheim, Emile (1995), *La división del trabajo socia I*, Madrid, Akal. Nosotros manejamos la versión en línea de la Sala de Lecturas, Facultad de Sociología de la Univesidad de Buenos Aires. http://sociologia.fsoc.uba.ar/documentos/lecturas/Durkheim_division_trabajo1.pdf
- Esteinou Madrid, Javier (2002), "CIESPAL y la formación de imaginarios de la comunicación en América Latina", *Razón y Palabra* N° 25 (febrero-marzo). <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n25/jesteino.html>
- Fonseca Vindas, Karina y Carlos Dandoval García (2006), *Medios de comunicación e (in)seguridad ciudadana en Costa Rica*, San José, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).
- Foucault, Michel (2001a), *Defender la sociedad. Curso en el College de France (1975-1976)*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, Michel (2001b), *Historia de la sexualidad III. El cuidado de sí*, Madrid: Siglo XXI.
- Fraser, Nancy (1990), "Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy", *Social Text*, N° 25/26, 56-80.
- Freire, Paulo (2000), *Pedagogía del oprimido*. Madrid: Siglo XXI. Disponible en internet en: <http://www.servicioskoinonia.org/biblioteca/general/FreirePedagogiadelOprimido.pdf>
- Freud, Sigmund (1976), *Estudios sobre la histeria*. Vol. II. Buenos Aires: Ed. Amorrortu, 1976.
- Freyre, Gilberto (1933), *Casa Grande e Senzala: Formação da Família Brasileira sob o Regime de Economia Patriarcal*, Rio de Janeiro, José Olympio.
- Gallardo Luque, Iván (2003), "Carlos Monsiváis: lector de imágenes (De la construcción de la identidad nacional al mito personal)." *Anales de Literatura Hispanoamericana* 32: 195-203.
- García Canclini, Néstor (1982), *Las culturas populares en el capitalismo*, México, Nueva Imagen.

García Canclini, Néstor (1987), “De los medios a las mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonía. (De por qué el científico social es un cazador oculto)”, *Diálogos* N° 19: 77-79.

García Canclini, Néstor, et al. (1991), *Públicos de arte y política cultural. Un estudio del II Festival de la ciudad de México*, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa / Departamento del Distrito Federal.

García Canclini, Néstor (1995), *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales en la globalización*, México, Grijalbo.

García Canclini, Néstor, Coord. (1998), *Cultura y Comunicación en la Ciudad de México*, México, UAM/Grijalbo.

García Canclini, Néstor (2004), *Diferentes, desiguales y desconectados*, Madrid, Gedisa.

Getino, Octavio (2003), "Las industrias culturales: entre el proteccionismo y la autosuficiencia", *Pensar Iberoamerica*, N° 4 (junio-septiembre). <http://www.campus-oei.org/pensariberoamerica/ric04a05.htm>

Getino, Octavio (2004), “Apuntes sobre la economía de las industrias culturales en América Latina y el Caribe”. En Néstor García Canclini et al. *Industrias culturales y desarrollo sustentable*. México: Secretaría de Relaciones Exteriores/Organización de Estados Iberoamericanos/CONACULTA, 31-102.

Gibaja, Regina (1964), *El público de arte*, Buenos Aires, EUDEBA.

Giddens, Anthony (1992), *The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love & Eroticism in Modern Societies*. Cambridge, Polity, 1992.

Grimson, Alejandro y Mirta Varela (1999), *Audiencias, cultura y poder: estudios sobre televisión*, Buenos Aires: EDUEBA.

Habermas, Jürgen (1981), *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.

Hanchard, Michael (2003), “Acts of Misrecognition: Transnational Black Politics, Anti-imperialism and the Ethnocentrism of Pierre Bourdieu and Loïc Wacquant”. *Theory, Culture & Society* Vol. 1, N° 4, 5-29.

Harding, Sandra (1998), *Is Science Multicultural?: Postcolonialisms, Feminisms, and Epistemologies*, Bloomington, Indiana University Press.

Hartsock, Nancy (1987), “The Feminist Standpoint: Developing the Ground for a Specifically Feminist Historical Materialism”. En *Feminism and Methodology: Social Science Issues*. Ed. Sandra Harding. Bloomington: Indiana University Press.

Hebdige, Dick (2004), *Subcultura. El significado del estilo*, Barcelona, Paidós.

Heyes, Cressida J. (2006), “Foucault Goes to Weight Watchers”, *Hypatia* Vol. 1, N° 2 (Spring).

Hollanda, Sérgio Buarque de (1936), *Raizes do Brasil*, Rio de Janeiro, José Olympio.

Hopenhayn, Martín (2004), “El fantasma de la violencia en América Latina”, *Memoria Anual 2004 Fundación Chile 21*. <http://www.chile21.cl/chile21/archivos/descargas/col44.pdf>

Hopenhayn, Martín (2007), “Educación y cultura en Iberoamérica: situación, cruces y perspectivas”. Ponencia presentada en el Seminario de Análisis: La Cooperación Cultura-Comunicación en Iberoamérica, Madrid, 21 y 22 de marzo.

Horkheimer, Max y Theodor W. Adorno (1971), *Dialéctica del iluminismo*, Buenos Aires, Sur.

- Kant, Immanuel (1952), *The Critique of Judgement*, Oxford: Clarendon Press.
- Katz, Elihu (1989), "Mass Media Effects". En *International Encyclopedia of Communications* Vol. 2. New York: Oxford University Press, 492-497.
- Katz, Elihu (2001), "Lazarsfeld's Map of Media Effects", *International Journal of Public Opinion Research*, Vol. 13, Nº 3, 270-279.
- Katz, Rafael (2006), "Tecnologías de la Información y la Comunicación e Industrias Culturales. Una perspectiva Latinoamericana". Santiago, CEPAL. <http://www.cepal.org/SocInfo>
- Laclau, Ernesto (1990), *Nuevas reflexiones sobre la revolución en nuestro tiempo*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- Laclau, Ernesto y Chantal Mouffe, (2004 [1985]) 2004, 'Hegemonía y estrategia socialista'. FCE
- Lasswell, Harold D. (1948), "The Structure and Function of Communication in Society". En *The Communication of Ideas*. Ed. Lyman Bryson. New York: Harper.
- Lessig, Lawrence (2005), *Cultura libre. Cómo los grandes medios usan la tecnología y las leyes para encerrar la cultura y controlar la creatividad*, Santiago, LOM Ediciones.
- MacBride, Sean y Colleen Roach (1994), "The New International Information Order." En *The Global Media Debate: Its Rise, Fall, and Renewal*. Ed. George Gerbner, Hamid Mowlana y Kaarle Nordenstreng. Norwood: Ablex, 3-11.
- Magnoli, Demetrio (2007), "Identidades raciales, sociedad civil y política". En *Coesão Social e Democracia na América Latina*. Ed. Bernardo Sorj. São Paulo: CIEPLAN – IFHC.
- Marroquín Parducci, Amparo (s/f), "Pandillas y prensa en El Salvador. De los medios como oráculos y de la profecía que se cumplió... con creces", inédito.
- Martin, Ricky (1999), *Livin' La Vida Loca*, (C) Sony Bmg Music Entertainment.
- Martín-Barbero, Jesús (1987), *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, México, Gustavo Gili.
- Martín-Barbero, Jesús (2001), *La educación desde la comunicación*, Argentina, Grupo Editorial Norma.
- Mattelart, Armand (1965a), *Atlas social de las comunas de Chile*, Santiago de Chile, Editorial del Pacífico.
- Mattelart, Armand (1974a), *La cultura como empresa multinacional*, México, Era.
- Mattelart, Armand (1974b), *Imperialismo en busca de la contrarrevolución cultural*, Caracas, Universidad Central de Venezuela, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, División de Publicaciones.
- Mattelart, Armand (1974c), *Las transnacionales y la comunicación de masas*, Quito : Editorial Universitaria.
- Mattelart, Armand (1976), *Medios masivos y lucha de clases*, Lima, Causachun.
- Mattelart, Armand y Michèle Mattelart (1968), *La mujer chilena en una nueva sociedad; un estudio exploratorio acerca de la situación e imagen de la mujer en Chile*, Santiago de Chile, Editorial del Pacífico.
- Mattelart, Armand, Patricio Biedma y Santiago Funes (1971), *Comunicación masiva y revolución socialista*, Santiago de Chile, Ediciones Prensa Lationamericana.
- Mattelart, Armand y Ariel Dorfman (1971), *Para leer al Pato Donald*, Valparaíso, Ediciones Universitarias de Valparaíso.

- Mazziotti, Nora y Libertad Borda (1999), "El Show de Cristina y la construcción de lo latino". En *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*. Coord. Guillermo Sunkel. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 404-419.
- Melo, José Marques de (1971), *Comunicação, opinião, desenvolvimento*, Petrópolis, Editora Vozes.
- Melo, José Marques de (1976), *Subdesenvolvimento, urbanização e comunicação*, Petrópolis, Editora Vozes.
- Melo, José Marques de (1981), *Comunicação e libertação*, Petrópolis, Editora Vozes.
- Merton, Robert K. (1957), *Social Theory and Social Structure*, Glencoe, Ill., Free Press.
- Mitsch, Darelyn D.J., ed. (2002), *Coaching for Extraordinary Results*, Alexandria, VA: ASTD. <http://www.pyramidresource.com/books/01MitschPages.pdf>
- Mockus, Antanas (2001), "Cultura ciudadana, programa contra la violencia en Santa Fe de Bogotá, Colombia, 1995-1997". Washington, D.C., Banco Interamericano del Desarrollo, Washington, D.C. Julio – No. SOC-120
- Muraro, Heriberto (1974), *Neocapitalismo y comunicación de masa*, Buenos Aires, EUDEBA.
- Muraro, Heriberto (1987), *Invasión cultural, economía y comunicación*, Buenos Aires, Legasa.
- Ordóñez, Marco (1979), "Las condiciones ideológicas en la formación profesional de comunicólogos en América Latina," Curso de Invierno, FCPS-UNAM, México, D.F., Centro de Estudios de la Comunicación, Invierno; citado en Esteinou Madrid, 2002: 5).
- Ortega y Gasset, Jose (2004), *La rebelión de las masas* (según la segunda edición francesa de 1937), Buenos Aires, La editorial virtual. http://www.laeditorialvirtual.com.ar/Pages/Ortega_y_Gasset/Ortega_LaRebelionDeLasMasas01.htm
- Ortiz, Renato (1988), *A moderna tradição brasileira*, São Paulo, Brasiliense.
- Park, Robert E., Ernest Burgess y Roderic McKenzie ([1925]), *The City*, Chicago, University of Chicago Press.
- Parsons, Talcott W. (1937), *The Structure of Social Action: A Study in Social Theory with Special Reference to a Group of Recent European Writers*, New York, McGraw-Hill.
- Parsons, Talcott W. (1964), "Evolutionary universals in society", *American Sociological Review*, Vol. 29, 339-57.
- Pasquali, Antonio (1963), *Comunicação y cultura de masas*, Monte Ávila, Caracas.
- Pasquali, Antonio (1973), *Sociología e comunicação*, Editora Vozes, Petrópolis.
- OECD (2007), *Society at a Glance. OECD Social Indicators, 2006 Editions*, Paris, OECD Publishing. www.oecd.org/els/social/indicators/SAG
- Piedras, Ernesto (2004), *¿Cuánto vale la cultura? La contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en México*, México, CONACULTA.
- Postman, Neil (1985), *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. New York, Penguin.

- La Prensa Gráfica (2006), *Manual para el tratamiento informativo de la violencia*. <http://archive.laprensa.com.sv/20060504/nacion/manual.pdf>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2007), “Medios de comunicación y fomento de la seguridad ciudadana”, *Editorial Boletín* N° 19. http://www.violenciaelsalvador.org.sv/index.php?option=com_content&task=view&id=18
- Putnam, Robert D. (2000), *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, New York, Simon & Schuster.
- Ramos Rodríguez, José Manuel (2005), “Indigenous radio stations in Mexico: a catalyst for social cohesion and cultural strength.” *The Radio Journal – International Studies in Broadcast and Audio Media*, vol. 3, N° 3.
- Reguillo, Rossana (2000), “El lugar desde los márgenes. Músicas e identidades juveniles”, *Nómada* N° 13 (octubre). <http://www.ucentral.edu.co/NOMADAS/nunme-ante/11-15/13.htm>
- Reguillo, Rossana (2005), “La mara: contingencia y afiliación con el exceso”, *Nueva Sociedad* N° 200 (noviembre-diciembre). http://www.nuso.org/upload/articulos/3297_1.pdf
- Rey, German (2005), *El cuerpo del delito*, Bogotá, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina/Fundación Friedrich Ebert, Documento No. 1-FES-C3. <http://www.c3fes.net/docs/delitofinal.pdf>
- Rodó, José Enrique (1993), *Ariel*, Caracas: Biblioteca Ayacucho.
- Rosas Mantecón, Ana (2002), “Los estudios sobre consumo cultural en México”. En *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*. Coord. Daniel Mato. Caracas: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela, 255-264.
- Rotker, Susana (2000), *Ciudadanías del miedo*, Caracas, Nueva Sociedad.
- Salas Koschny (2003), “La Televisión y su influencia en las actitudes de los niños de tercer grado de la Escuela General Tomás Guardia Gutiérrez de Puerto Limón”. Maestría en Administración Educativa, Universidad Estatal a Distancia, Sabanilla, Montes de Oca, Costa Rica, agosto. <http://www.uned.ac.cr/sep/recursos/investigaciones/documents/mayra.pdf>
- Sanz, José Luis (2006), “Hay que convertir la seguridad en la más alta prioridad: Entrevista con Ricardo Poma”, *La Prensa Gráfica* 24 de octubre. <http://www.laprensa.com.sv/economia/628184.asp>
- Sarlo, Beatriz (1992a), “Estética y política: la escena massmediática”, En Héctor Schmucler, et al., *Política y comunicación*, Buenos Aires, Catálogos.
- Sarlo, Beatriz (1992b), “La teoría como chatarra. Tesis de Oscar Landi sobre la televisión”, *Punto de Vista* N° 44 (12-18 noviembre).
- Sarlo, Beatriz (1993a), “¿Arcaicos o marginales? Situación de los intelectuales en el fin de siglo,” *Punto de Vista* N° 47 (diciembre).
- Sarlo, Beatriz (1993b), “Modernidad y después: la cultura en situación de hegemonía massmediática.”, Ponencia presentada en el Primer Encuentro de la Red Interamericana de Estudios Culturales, 4 de mayo.
- Sarlo, Beatriz (1994), *Escenas de la vida posmoderna: Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*, Buenos Aires, Ariel.
- Sarlo, Beatriz (1997), “Los estudios culturales y la crítica literaria en la encrucijada valorativa.” *Revista de Crítica Cultural* N° 15 (noviembre).

- Sarlo, Beatriz (2000), "Intelectuales, un examen." *Revista de Estudios Sociales*, Bogotá 5 (enero): 9-12.
- Sarmiento, Faustino Domingo (1977), *Facundo; o civilización y barbarie*, Caracas, Biblioteca Ayacucho.
- Sartori, Giovanni (1998), *Homo videns: La sociedad teledirigida*, Madrid: Taurus.
- Schmucler, Héctor (1975), "La investigación sobre comunicación masiva", *Comunicación y Cultura*, Nº4.
- Seissus García, Dionisio (1999), "Modernidad, estilos de vida y consumo de televisión en Chile". En *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*. Coord. Guillermo Sunkel. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 371-394.
- Shermer, Michael (2006), "The Self-Help and Actualization Movement has become an \$8.5-billion-a-year business. Does it work?", *Scientific American* (mayo).
- Snow, David (2001), "Collective Identity and Expressive Forms", *Center for the Study of Democracy*, (October 1), Paper 01-07. <http://repositories.cdlib.org/csd/01-07>
- Soares, Luiz Eduardo y Nizar Messari (2007), "Crime organizado, drogas e corrupção pública". En *Coessão social e democracia na América Latina*. Ed. Bernardo Sorj. São Paulo: CIEPLAN & IFHC.
- Sodré, Muniz (1992), *O social irradiado: violência urbana, negrotosco e mídia*, São Paulo, Cortez Editora.
- Sommer, Doris (1991), *Foundational Fictions: The National Romances of Latin America*, Berkeley: University of California Press.
- Sorj, Bernardo (2007), "Capitalismo, consumo y democracia: Procesos de mercantilización/desmercantilización en América Latina". En *Coessão social e democracia na América Latina*. Ed. Bernardo Sorj. São Paulo: CIEPLAN & IFHC.
- Toledo, Caio Navarro de (2003), "O culto ao novo herói e os novos simbolismos", *Revista Espaço Acadêmico*, Nº 28 (septiembre). <http://www.espacoacademico.com.br/028/28ctoledo.htm>
- Unimer (2007), *Informe diálogo por la cultura*, San Salvador, Unimer RI El Salvador, febrero.
- Valencia, Daniel (2006), "Extorsiones: el negocio de las maras", *El Faro* 2 de octubre. http://www.elfaro.net/secciones/Noticias/20061002/noticias1_20061002.asp
- Vasconcelos, José (1925), *La raza cósmica: Misión de la raza iberoamericana*, Barcelona, Agencia Mundial de Librería en París. Versión digital: <http://www.ensayistas.org/antologia/XXA/vasconcelos/>
- Verón, Eliseo (1968), *Conducta, estructura y comunicación*, Buenos Aires, Editorial J. Alvarez.
- Verón, Eliseo (1969), *Lenguaje y comunicación social*, Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión.
- Verón, Eliseo (1974), *Imperialismo, lucha de clases y conocimiento: veinticinco años de sociología en la Argentina*, Buenos Aires : Editorial Tiempo Contemporáneo.
- Vila, Pablo (2000), *Crossing Borders. Reinforcing Borders. Social Categories, Metaphors and Narrative Identities on the U.S.-Mexico Frontier*, Austin, University of Texas Press.
- Wright, Charles R. (1960), "Functional Analysis and Mass Communication", *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 24, Nº 4 (Winter): 605-620.
- Young, Iris Marion (2002), *Inclusion and Democracy*. New York: Oxford University Press.

Yúdice, George (1994), “Estudios culturales y sociedad civil”, *Revista de Crítica Literaria* N° 8 (mayo): 43-53.

Yúdice, George (1999), “La industria de la música en la integración América Latina – Estados Unidos”. En *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*. Coordinado por Néstor García Canclini y Carlos Moneta. Buenos Aires: EUDEBA.

Yúdice, George (2007a), “Culture”. En *Keywords in American Cultural Studies*. Eds. Bruce Burgett y Glenn Hendler. New York: New York University Press.

Yúdice, George (2007b), “Economia da Cultura no Marco da Proteção e Promoção da Diversidade Cultural”. Texto del Taller de Preparación para el Seminario Internacional Sobre Diversidad Cultural, Ministerio de Cultura, Brasilia-DF, 27 – 29 de junio. <http://economiadacultura.blogspot.com/2007/06/economia-da-cultura-no-marco-da-proteo.html>

¹ La trascendencia de esta concepción de identidad nacional se fundamenta en un principio bio-estético: el mestizaje proporciona un principio de cohesión (que rearticula la inferioridad legada al mestizo en el darwinismo social) eugenésico y estético (ver *Casa Grande e Senzala*, de Gilberto Freyre, 1933). Este principio se elabora abiertamente en *La raza cósmica* (1925) de José Vasconcelos, al escribir que los mestizos se combinarán armónicamente según el principio de *selección estética*, más que selección natural. Además, ese principio se guía en Freyre, Vasconcelos, Fernando Ortiz y otros según un *espíritu* o principio de *selección nacional o civilizatorio*, opuesto a la cultura anglo-sajona. No por un acaso que el libro de Vasconcelos abre con la frase: “Por mi raza hablará el espíritu”.

² Es, además, la razón por la cual Bourdieu y Wacquant, en nombre de la diferencia brasileña, declararon – incorrectamente a mi ver - que la aplicación de perspectivas multiculturalistas a la situación racial en el Brasil constituyen un imperialismo cultural y científico (Bourdieu y Wacquant, 1998; Hanchard, 2003).

³ Observa Reguillo que la “tentación de elevar a rango explicativo lo que resulta aprehensible al ‘sendito común’, es muy fuerte. Por ejemplo, puede observarse que ciertos géneros musicales (ya híbridos), con sus ritmos y sonidos ‘duros’, con una propuesta más combativa, **tienden** a convocar a su alrededor a jóvenes de sectores populares. Pero hay que enfatizar la palabra ‘tienden’, ya que no hay una relación automática de causa-efecto, entre la oferta de sentido (en su acepción amplia) y los movimientos. Cuando se trasciende la dimensión etnográfica y la investigación se coloca en el ámbito de las representaciones, pocas veces la hipótesis de clase resiste el análisis” (2000: 9).

⁴ Para un análisis más extenso de estos fenómenos, ver el capítulo de Bernardo Sorj, en este libro.

⁵ En un artículo de fondo sobre Rockefeller publicado en la revista *Life* en 1942, se afirma que él “hizo más en un año y medio [en la OCIAA] que Herr Goebbels en una década” y que la OCIAA “constituye una refutación convincente de la teoría según la cual los alemanes son el único pueblo que sabe cómo aplicar políticamente la clase de sentido común [es decir, la propaganda] inventado por los hombres de negocios norteamericanos” (Busch, 1942: 80; citado en Miller y Yúdice (2004: 66).

⁶ En su inicio, la “P” en CIESPAL representa periodismo, y sólo a mediados de la década de 1970 se cambió el nombre, pero no las siglas, para reflejar la nueva fase teoría comunicacional – de ahí “Comunicación” en el nombre actual – abordada por la organización.

⁷ “La Unesco pasó a ser el sitio clave de estas demandas del Tercer Mundo en la década de 1970, cuando la mayoría numérica de las naciones más pobres les permitió controlar la Organización. Así pues, se transformó en la respuesta culturalista y tercermundista a la dominación económica y política de Occidente. A su vez, ello brindó la oportunidad de crear el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (Nomic) – la versión cultural del Nuevo Orden Internacional Económico–, defendido por el Sur en la Conferencia de la ONU sobre Comercio y Desarrollo. El Nomic se centró en las sistemáticas desigualdades manifiestas en los informes sobre el Tercer Mundo, filtrados por las agencias de noticias occidentales; en el flujo de los programas de TV; en la falta de transferencia tecnológica en términos de propiedad, cuando se incrementó la penetración de esa tecnología; y en el efecto de la publicidad en la creación de falsas necesidades entre los pobres (MacBride y Roach, 1994: 6). La Unesco auspició una serie de estudios y conferencias que criticaban el capital multinacional, abogando, entre otras cosas, por una información periodística más sensible a las cuestiones locales que a las noticias destinadas a satisfacer las necesidades del mundo de los negocios. Ello provocó la reacción de los periodistas del Primer Mundo, las instituciones mediáticas y los gobiernos, hasta el punto que los regímenes reaccionarios de Reagan y Thatcher retiraron a Estados Unidos y a Gran Bretaña de la Unesco, lo cual redujo considerablemente su presupuesto”. (Miller y Yúdice, 2004: 230-231)

⁸ Es justamente por el incumplimiento con la regulación telecomunicacional, que especifica que la comunicación es un servicio público y que las emisoras deben proporcionar un servicio público, de acceso universal a la información, e informado plural y democráticamente, que el gobierno venezolano decidió no renovar la concesión a Radio Caracas TV (RCTV) en mayo de 2007. “El Estado ha decidido, por órgano del Ministerio del Poder Popular para las Telecomunicaciones, destinar el uso de la señal del canal 2 para honrar la exigencia constitucional, expresada en el artículo 108, que le exige garantizar a la ciudadanía ‘(...) servicios públicos de radio, televisión (...), con el fin de permitir el acceso universal a la información’”. (Colmenares, 2007). Sería ingenuo no considerar que hubo una represalia política contra los que fomentaban “un golpe mediático” contra el gobierno, pero el razonamiento para no renovar la concesión a partir de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión del 2004 es incuestionable: **busca promover la cohesión social de una diversidad de perspectivas**. “Tal decisión responde, además, a una estrategia que apunta a modificar el modelo comunicacional que rige en Venezuela, en el cual el dueño del medio es el dueño de

todos los mensajes. También, favorece la desintegración del monopolio comunicacional, a favor de la democratización del espectro radioeléctrico. La propuesta para el uso de la señal del canal 2 desarrolla un modelo en el cual hay un administrador de la frecuencia que no genera contenidos, sino que administra una programación que es seleccionada mediante un mecanismo plural, en el cual participa la sociedad. La producción de contenidos le corresponde a los productores nacionales independientes, productores nacionales, regionales y comunitarios y a las comunidades organizadas, entre otros grupos no gubernamentales”. La experiencia venezolana será interesante, sobre todo si esa producción independiente logre los *ratings* de RCTV. Los estudios de consumo muestran que hay cierto tipo de programación que atrae grandes audiencias, pero acaso porque no hay otra oferta bien hecha que seduzca.