

**DE LOS MEDIOS A  
LAS MEDIACIONES**

**JESÚS MARTÍN BARBERO**

**Editorial G. Gilli**

**México 1987**

## 2. La comunicación desde la cultura

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

### ***Lo que ni el ideologismo ni el informacionalismo permiten pensar***

Han sido dos las etapas de formación del paradigma hegemónico para el análisis de la comunicación en América Latina. La primera se produce a finales de los sesenta, cuando el modelo de Lasswell, procedente de una epistemología psicológico-conductista, es vertido en el espacio teórico de la semiótica estructuralista, espacio a través del cual se hace posible su “conversión”, esto es, su encuentro con la investigación crítica.

Llamo *ideologista* a esta etapa porque su objetivo estuvo centrado en descubrir y denunciar, articulando aquellas matrices epistemológicas con una posición de crítica política, las estratagemas mediante las cuales la ideología dominante penetra el proceso de comunicación o mejor, para decirlo con el lenguaje de ese momento, penetra el mensaje produciendo determinados efectos. La omnipotencia que en la versión funcionalista se atribuía a los *medios* pasó a depositarse en la *ideología*, que se volvió objeto y sujeto, dispositivo totalizador de los discursos.

Se produjo así un ambiguo recorte del campo de la comunicación que, subsumido en lo ideológico, acabó sin embargo definiendo su especificidad por aislamiento. Tanto el dispositivo del *efecto*, en la versión psicológico-conductista, como el del *mensaje* o el texto en la semiótico-estructuralista, terminaban por referir el sentido de los procesos a la inmanencia de lo comunicativo. Pero en hueco. Y al llenar ese hueco con “lo ideológico” nos quedarnos con el recorte –con el comunicacionismo- y sin especificidad. La mejor prueba de lo que estoy diciendo es que la denuncia política que se hacía *desde la comunicación* no logró superar casi nunca la generalidad de la “recuperación por el sistema”, “la manipulación”, etcétera.

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

saberse qué necesidades generaban y cómo sometían a los consumidores. Entre emisores-dominantes y receptores-dominados ninguna seducción ni resistencia, sólo la pasividad del consumo y la alienación descifrada en la inmanencia de un mensaje-texto por el que no pasaban los conflictos, ni las contradicciones y mucho menos las luchas.

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

Si al modelo semiótico, al del análisis centrado en mensajes y códigos, le faltó un entramado de conceptos capaz de abarcar el campo y deslindarlo sin amalgamas, el deslinde operado por el modelo informacional deja demasiadas cosas fuera. Y no sólo la cuestión del sentido, sino la del poder. Queda fuera toda la gama de preguntas que vienen de la información como proceso de comportamiento colectivo. Queda fuera el conflicto de intereses que juegan en la lucha por informar, producir, acumular o entregar información, y por consiguiente los problemas de la desinformación y del control. Y al dejar fuera del análisis las condiciones sociales de producción del sentido, lo que el modelo informacional elimina es el análisis de las luchas por la hegemonía, esto es, por el discurso que “articula” el sentido de una sociedad.

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

Por otro lado, el paradigma hegemónico se sustenta en una fragmentación del proceso, que es a su vez convertida en garantía de rigor y criterio de verdad. Esa

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

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

### ***Cultura y política: las mediaciones constitutivas***

No son únicamente los límites del modelo hegemónico los que nos han exigido cambiar de paradigma. Fueron los tercos hechos, los procesos sociales de América Latina, los que nos están cambiando el “objeto” de estudio a los investigadores de comunicación. Para percibir esto no hay más que ojear los títulos de seminarios y congresos latinoamericanos sobre comunicación en estos últimos cinco años y constatar la presencia obsesiva de los términos “transnacionalización”, “democracia”, “cultura” y “movimiento popular”. Con la *cuestión transnacional* lo que es nombrado no es a mera sofisticación del viejo imperialismo, sino una nueva fase en el desarrollo del capitalismo, en la que justamente el campo de la comunicación entra a jugar un papel decisivo. Lo que aparece en juego ahora no es la imposición de un modelo económico, sino el “salto” a la internacionalización de un *modelo político*. Lo cual obliga a abandonar la concepción que se tenía de los modos de lucha contra la “dependencia”, pues “es muy distinto luchar por independizarse de un país colonialista en el combate frontal con un poder geográficamente definido, a luchar por una identidad propia dentro de un sistema transnacional, difuso, complejamente interrelacionado e interpenetrado”. Y como la transnacionalización juega primordialmente en el campo de las tecnologías de comunicación –satélites, telemática- de ahí que sea en el campo de la comunicación donde la cuestión nacional encuentra ahora su punto de fusión. Y ello tanto en el cuadro de las relaciones de clases como en el de las relaciones entre pueblos y etnias que convierten a *la Nación* en un foco de contradicciones y conflictos inéditos. Conflictos cuya validez social no cabe en las fórmulas políticas tradicionales, ya que están dando nacimiento a nuevos actores sociales que ponen en cuestión la cultura política tradicional tanto en la derecha como en la izquierda. ¿De qué conflictos se trata? No sólo de aquellos obvios que aparecen como el costo social que acarrea la pauperización creciente de las economías nacionales y el desnivel por tanto siempre mayor de las relaciones económicas internacionales, sino de aquellos otros conflictos que la

nueva situación produce o saca a flote y que se sitúan en la intersección de la crisis de una cultura política y el nuevo sentido de las políticas culturales. Se trata de una percepción nueva del problema de la identidad –por más ambiguo y peligroso que el término parezca hoy- de estos países y del subcontinente. Puesto que la identidad no hace frente únicamente a la homogeneización descarada que viene de lo transnacional, sino a aquella otra, que enmascarada, viene de lo nacional en su negación, deformación y desactivación de la pluralidad cultural que constituye a estos países.

La nueva percepción del problema de la identidad, en conflicto no sólo con el funcionamiento de lo transnacional, sino con el chantaje en que opera frecuentemente lo nacional, aparece inscrita en el movimiento de profunda transformación de lo político que conduce en las izquierdas latinoamericanas a una concepción ya no meramente táctica, sino estratégica de la *democratización*, esto es, en cuanto espacio de transformación de lo social”. Frente a las propuestas que orientaron el pensamiento y la acción de las izquierdas hasta mediados de los años setenta – organización excluyente del proletariado, la política como totalización, la denuncia de la trampa parlamentaria burguesa- en los últimos años se abre camino otro proyecto ligado estrechamente al *redescubrimiento de lo popular*, al nuevo sentido que esa noción cobra hoy: revalorización de las articulaciones y meditaciones de la sociedad civil, sentido social de los conflictos mas allá de su formulación y sintetización política y reconocimiento de experiencias colectivas no encuadradas en formas partidarias. Lo que se halla en proceso de cambio es la concepción misma que se tenía de los *sujetos políticos*. A una concepción substancialista de las clases sociales, como entidades que reposan sobre sí mismas, autosuficientes, corresponde una visión del conflicto social como manifestación de los atributos de los actores. Pero entonces “el proceso político, en sentido estricto, no sería productivo, no generaría nada sustancialmente nuevo”. Y sin embargo las relaciones de poder tal y como se configuran en cada formación social no son mera “expresión de atributos, sino producto de conflictos concretos y de batallas que se libran en el campo económico y en el terreno de lo simbólico. Por que es en ese terreno donde se articulan las interpelaciones desde las que se constituyen los sujetos, las identidades colectivas. “¿Cómo reflexionar la práctica política –se pregunta Lechner- al margen de los lazos de arraigo colectivo y de pertenencia afectiva que desarrollamos día a día. Pero desenmascarar el sustancialismo racionalista desde el que eran pensados los actores sociales es poner al descubierto aquella visión fatalista de la historia que cobija la concepción instrumental de la política. La cuestión de fondo entonces es que “no existe una ‘solución objetiva’ a las contradicciones de la sociedad capitalista. Por consiguiente se trata de elaborar las alternativas posibles y de seleccionar la opción deseada. El desarrollo no se guía por soluciones objetivas. Por tanto hay que elaborar y decidir continuamente los objetivos de la sociedad. Eso es hacer política”.

En la convergencia del nuevo sentido que adquieren los procesos de transnacionalización con la nueva concepción que cobra lo político, emerge en América Latina una valoración nueva, profundamente nueva de *lo cultural*. No faltan quienes piensen que esa valoración es sospechosa: estaría encubriendo la evasión política resultante de la incapacidad para hacer frente a la crisis de las instituciones y los partidos. Esa sospecha acierta para aquellos casos en que “se hace cultura mientras no puede hacerse política”. Pero algo radicalmente distinto se produce cuando lo cultural señala la percepción de dimensiones inéditas del conflicto social, la formación de nuevos sujetos –regionales, religiosos, sexuales, generacionales- y formas nuevas de rebeldía y resistencia. Reconceptualización de la cultura que nos enfrenta a la existencia de esa otra experiencia cultural que es la popular, en su existencia múltiple y activa no sólo en su memoria del pasado, sino en su conflictividad y creatividad actual. Pensar los procesos de comunicación desde ahí, desde la cultura, significa dejar de pensarlos desde las disciplinas y desde los medios. Significa romper con la seguridad que proporcionaba la reducción de la problemática de comunicación a la de las tecnologías.

Venimos de una investigación en comunicación que pagó durante mucho tiempo su derecho a la inclusión en el campo de las legitimidades teóricas con el precio de la subsidiaridad a unas disciplinas, como la psicología o la cibernética, y que ahora se apresta a superar esa subsidiaridad a un precio mucho más caro aún: el del vaciado de su especificidad histórica por una concepción radicalmente instrumental como aquella que espera que las transformaciones sociales y culturales serán efecto de la mera implantación de innovaciones tecnológicas.

La posibilidad de enfrentar adecuadamente esa coartada pasa por la capacidad de comprender que “el funcionamiento del aparato tecnológico-institucional que se está preparando con la reconversión depende en gran medida de una reconversión paralela de la utilización social de la cultura. Por esa razón un conflicto, hasta ahora tenido por superestructura se va a solventar a nivel de la estructura misma de producción”.

Pasa entonces más que por unas “políticas de comunicación”, por una renovación de la cultura política capaz de asumir lo que hoy está en juego en las políticas culturales. En las que no se trata tanto de la administración de unas instituciones o la distribución de unos bienes culturales, sino de “un principio de organización de la cultura, algo interno a la constitución de lo político al espacio de producción de un sentido del orden en la sociedad, a los principios de reconocimiento mutuo”.

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

Es en el cruce de esas dos líneas de renovación –la que viene de inscribir la cuestión cultural al interior de lo político y la comunicación en la cultura- donde aparece en todo su espesor el desafío que representa la industria cultural. Porque si no se trata de revivir dirigismos autoritarios tampoco “la expansión de la pluralidad de voces en la democracia pueda entenderse como una ampliación de clientelas de los consumos culturales”.

Lo que ya no tendrá sentido es seguir diseñando políticas que escindan lo que pasa en la Cultura –con mayúscula- de lo que pasa en las masas –en la industria y los medios masivos de comunicación-. No pueden ser políticas aparte, puesto que lo que pasa culturalmente a las masas es fundamental para la democracia, si es que la democracia tiene aún algo que ver con el pueblo.

### 3. Mapa nocturno para explorar el nuevo campo

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

N. García Canclini

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

#### *Acerca de la cotidianidad, el consumo y la lectura*

"La óptica del mercado permea no sólo la sociedad sino también las explicaciones sobre la sociedad". Y eso explica por qué las teorías críticas han privilegiado las dimensiones que tienen que ver con la figura del trabajador-productor de mercancías no solamente a la hora de comprender su situación, sino también a la hora de despertar su conciencia. De la misma forma en que a la mayoría de las organizaciones de izquierda lo que verdaderamente les interesó de la vida de las clases populares es lo que tenía que ver con las acciones de reivindicación y las asociaciones que organizan esa lucha. Todo el resto, las prácticas de que está hecho el vivir cotidiano, con las que enfrentan la subsistencia y llenan de sentido su vida, fueron consideradas más bien obstáculos a la toma de conciencia y a una acción políticamente consecuente. "Su concepción de la familia es tenida por conservadora; sus tradiciones, resquicios fragmentarios de una cultura rural y precapitalista; sus gustos están moldeados por la influencia de los medios masivos, su ocio no pasa de ser un escapismo, su religiosidad un factor de alienación, y sus proyectos de vida tentativas frustradas de ascenso social". La cotidianidad que no está inscrita inmediata, directamente en la estructura productiva es de ese modo despolitizada, considerada irrelevante, insignificante. Y sin embargo los relatos que empiezan a contar lo que pasa por dentro de la vida del barrio popular, los que tratan no de evaluar, sino de comprender el funcionamiento de la socialidad popular nos abren a otra



realidad. En la que, ¡escándalo!, el apego de los sectores obreros a la familia no aparece necesariamente ligado, o al menos no únicamente, a la conservación del pasado, sino mas bien –como lúcida y valientemente plantea E. Durham- a “la superación de un estado generalizado de desorganización familiar asociado a una explotación mucho más brutal y directa de la forma de trabajo”.

En la percepción popular el espacio doméstico no se agota en las tareas de la reproducción de la fuerza de trabajo. Por el contrario, y frente a un trabajo cercado por la monotonía y despojado de cualquier actividad creativa, el espacio doméstico representa y posibilita un mínimo de libertad y de iniciativa.

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

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

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

Otra vertiente teórica que es necesario integrar a esta reflexión es la nueva concepción de la *lectura*, desarrollada en América Latina especialmente en los trabajos de Beatriz Sarlo, en los que llevando adelante las líneas de pensamiento de H. Robert Jauss se propone el abordaje de los *diversos lectores sociales posibles*. Si entendemos por lectura “la actividad por medio de la cual los significados se organizan en un sentido”, resulta que en la lectura –como en el consumo- no hay sólo reproducción, sino producción también, una producción que cuestiona la centralidad atribuida al texto-rey y al mensaje entendido como lugar de la verdad que circularía en la comunicación. Poner en crisis esa centralidad del texto y del mensaje implica asumir como constitutiva la *asimetría* de demandas y de competencias que se

encuentran y negocian a partir del texto. Un texto que ya no será maquina, unificadora de la heterogeneidad, un texto ya no-lleño, sino espacio globular y atravesado por diversas trayectorias de sentido. Lo que a su vez le restituye a la lectura la legitimidad del *placer*. No a la lectura culta únicamente, a la lectura erudita, sino a cualquier lectura, a las lecturas populares con su placer de la repetición y el reconocimiento. Y en el que hablan tanto el goce como la *resistencia*: la obstinación del gusto popular en *una narrativa* que es a la vez materia prima para los formatos comerciales y dispositivo activador de una competencia cultural, terreno en el que luchan a ratos y a ratos negocian la lógica mercantil y la demanda popular. Lo que sigue es un mapa nocturno para explorar ese terreno en la encrucijada que conforman en América Latina televisión y melodrama.

#### *La televisión desde las mediaciones*

En un momento en que el *medio* televisión se halla en el centro de las transformaciones que vienen de la informática, los satélites, la fibra óptica, etcétera, una propuesta como la que vamos a dibujar parecerá a no pocos anacrónica. Nos atrevemos no obstante a formularla porque estamos convencidos que si el medio está en trance de sufrir numerosos cambios, la *mediación* desde la que ese medio opera social y culturalmente no parece estar sufriendo en América Latina modificaciones de fondo. Ni los miles de videograbadoras que invaden anualmente el mercado, ni las antenas parabólicas sembradas a lo largo de la ciudad, ni la red de cable, están afectando sustancialmente al modelo de producción de televisión que conocemos. Y en cuanto a la relación de los “usuarios” con la televisión, en lo que respecta a las grandes mayorías, no es sólo en América Latina, también en Europa los cambios en la oferta, pese a la propaganda sobre la descentralización y pluralización, parecen ir en la dirección de ahondar la estratificación social, pues la oferta diferenciada de los productos de vídeo se halla ligada a las capacidades adquisitivas de los individuos. Lo único que parece importar decisivamente a los productores y “programadores” de las tecnologías de vídeos es la innovación tecnológica, mientras que el uso social de aquellas potencialidades técnicas parece caer fuera de su interés. Paradójicamente la modificación que parece afectar más en profundidad a la televisión que tenemos iría en la línea que busca nuestra propuesta: “Hay” que abandonar el *mediacentrismo*, ya que el sistema de los *media* está perdiendo en parte su especificidad para convertirse en elemento integrante de otros sistemas de mayor envergadura, como el económico, cultural y político”. Sólo que en América Latina el abandono del mediacentrismo se está produciendo menos por el impacto de la reconversión industrial de los medios – su función comunicativa relegada a producto residual de las opciones económico-industriales- que por la fuerza con que los movimientos sociales hacen visibles las mediaciones. Por esto en lugar de hacer partir la investigación del análisis de las *lógicas* de la producción y la recepción, para buscar *después* sus relaciones de imbricación o enfrentamiento, proponemos partir de las *mediaciones*, esto es, de los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de la televisión. A modo de hipótesis, que recoge y da forma a una serie de búsquedas convergentes, aunque muchas de ellas no tengan por “objeto” la televisión, se proponen tres lugares de mediación: la cotidianidad familiar, la temporalidad social y la competencia cultural.

#### *La cotidianidad familiar*

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

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

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

Denominamos *simulación del contacto* los mecanismos mediante los cuales la televisión especifica su modo de comunicación organizándola sobre el eje de la función *fática* (Jacobson), esto es, sobre el mantenimiento del contacto. Función que juega no solamente por la dispersión de la atención que se presenta en la cotidianidad privada –frente a la concentración de la atención en la sala pública y oscura del cine-. Se trata de algo menos psicológico, y que requeriría el aporte de la antropología para su estudio, de la irrupción del mundo de la ficción y del espectáculo en el espacio de la cotidianidad y la rutina. Y la necesidad entonces de intermediarios que faciliten el tránsito entre realidad cotidiana y espectáculo ficcional. Dos intermediarios básicos la televisión: un *personaje* sacado del espectáculo popular, el animador o presentador, y un *tono* que proporciona el clima requerido, el coloquial. El presentador-animador en la televisión –que se halla presente en los informativos, en los concursos, en los musicales, en los educativos y hasta en los “culturales” para subrayarlos- más que un transmisor de informaciones es en verdad un *interlocutor* o, mejor, el que interpela a la familia convirtiéndola en su interlocutor. De ahí su tono *coloquial* y la simulación permanente de un diálogo que no se agota en un remedo del clima “familiar”. Durante mucho tiempo se criticó la *predominancia de lo verbal* en la televisión latinoamericana como la mejor prueba de su subdesarrollo: era radio con algunas imágenes. Pero hoy, cuando el desarrollo técnico y expresivo de la televisión en no pocos de nuestros países hace imposible esa explicación empezamos a sospechar que la predominancia de lo verbal en la televisión se inscribe en la necesidad de supeditar la lógica visual a la lógica del contacto, puesto que es ella la que articula el discurso televisivo sobre el eje de la relación corta y la preeminencia de la palabra en unas culturas fuertemente orales.

Por *retórica de lo directo* entendemos el dispositivo que organiza el espacio de la televisión sobre el eje de la *proximidad* y la *magia del ver*, en oposición al espacio cinematográfico dominado por la distancia y la magia de la *imagen*. En el cine la función comunicativa central es la poética –y ello, al menos como intención, hasta en los films más baratos- esto es, la transfiguración arquetípica de la realidad. De ahí, que aún atrapado por el argumento, aún fascinado por los rostros en primer plano, el espectador sea mantenido distante. Los objetos, las acciones y los rostros en el cine se cargan de valor simbólico. Hablando del rostro de Greta Garbo, Barthes sintetizó así la magia del cine y de su espacio *propio*: “El rostro constituía una suerte de estado absoluto de la carne que no se podía alcanzar ni abandonar”. Frente a ese espacio, fascinante y por tanto alejador, el espacio de la televisión está dominado por la magia del ver: por una proximidad construida mediante un montaje no expresivo, sino funcional y sostenida en base a la “toma directa”, real o simulada. En la televisión la visión que predomina es la que produce la sensación de *inmediatez*, que es uno de

los rasgos que hacen la forma de lo cotidiano. Y ello incluso en la publicidad pues ella es la  *síntesis*  de la cotidianidad y el espectáculo, aunque ella viva en un equilibrio inestable que le da un aire transgresor. En la televisión nada de rostros misteriosos ni con demasiado encanto, los rostros de la televisión serán cercanos, amigables, ni fascinantes ni chabacanos. Proximidad de los personajes y los acontecimientos: un discurso que familiariza todo, que torna “cercano” hasta lo más distante y que se hace así incapaz de enfrentarse a los prejuicios más “familiares”. Un discurso que produce eso desde la forma misma en que organiza las imágenes: de manera que produzcan la mayor transparencia, o sea, en términos de simplicidad, claridad y economía narrativa. La marca de la hegemonía trabaja ahí, en esa forma, en la construcción de una interpelación que habla a la gente  *desde*  los dispositivos que dan  *forma*  a una cotidianidad familiar, que no es únicamente subproducto de la pobreza y las artimañas de la ideología, sino  *espacio*  de algunas formas de relación primordial y de algunas vivencias no por ambiguas menos fundamentales.

### *La temporalidad social*

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

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

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

### *La competencia cultural*

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

Lo peor del enredo es que acaba tapando el culturalismo en que se mueven todas esas visiones y propuestas al situarse por fuera del sentido social que tienen las diferencias culturales y encubriendo así los intereses de que está cargada la idea misma de cultura que manejan. En ningún otro lugar quizá como en la televisión el contradictorio significado de lo *masivo* se hace tan explícito y desafiante: la juntura quizás inextricable de lo que en ello es desactivación de las diferencias sociales y, por tanto, integración ideológica, y lo que en lo masivo hay de presencia de una matriz cultural y de un *sensorium* que asquea a las élites. Desconocer esa tensión no viendo sino la eficacia del mecanismo integrador y el juego de los intereses comerciales es lo que ha justificado, y sigue justificando, que a la hora de pensar las políticas culturales ni desde los gobiernos ni desde la oposición se incluya en ellas a la televisión. La televisión no sería un asunto de cultura, sólo de comunicación. Y como prueba arguyen: ¿dónde están las *obras* valiosas que ha producido la televisión? ¿Acaso esas versiones de los clásicos que hacen los ingleses o esos melodramas pseudohistóricos de los norteamericanos?. Y otra vez, como planteara Benjamin a propósito de la fotografía, los mandarines de la Cultura seguirán preguntándose si acaso la televisión puede ser considerada cultura mientras, nos guste o no y para bien o para mal, es la noción misma de cultura, su significación social, la que está siendo modificada por lo que se produce en y el modo de reproducir de la televisión.

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

cuenta de las diferencias sociales que la atraviesan. Los géneros, que articulan narrativamente las serialidades, constituyen una mediación fundamental entre las lógicas del sistema productivo y del sistema de consumo, entre la del formato y la de los modos de leer, de los usos.

#### *Lógicas de la producción y de los usos*

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

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

El plural de las lógicas del uso no se agota en la diferencia social de las clases, pero esa diferencia articula las otras. Los *habitus de clase* atraviesan los usos de la televisión, los modos de ver, y se hacen manifiestos –observables etnográficamente–

en la organización del tiempo y del espacio cotidianos: ¿Desde qué espacios mira la gente el televisor: privados o públicos, la casa, el bar de la esquina, el club de barrio? ¿Y qué lugar ocupa el televisor en la casa: central o marginal, preside la sala en que se hace la vida “social” o se refugia en el dormitorio, o se esconde en el armario de donde se saca solamente para ver algo muy especial? La lectura de la topografía posibilita el establecimiento de una topología simbólica configurada por los usos de clase. Del mismo modo es posible trazar una tipología social de los tiempos: desde la pantalla encendida todo el día hasta el encendido sólo para ver el noticiero o la serie de la BBC, puede observarse una gama de usos que no tienen que ver únicamente con la cantidad de tiempo dedicado, sino con el tipo de tiempo, con el significado social de este tiempo y con el tipo de demanda que las diferentes clases le hacen a la televisión. Mientras hay una clase que a la televisión no le pide normalmente sino información, porque el entretenimiento y la cultura la busca en otros sitios –en el deporte, el teatro, el libro o el concierto- hay otras clases que todo eso se lo piden a la televisión.

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

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

En cuanto estrategias de interacción, esto es, “modos en que se hacen reconocibles y organizan la competencia comunicativa los destinadores y los destinatarios”, el estudio de los géneros no puede llevarse a cabo sin replantear la concepción misma que se ha tenido de comunicación. Pues su funcionamiento nos coloca ante el hecho de que *la competencia textual, narrativa, no se halla sólo presente, no es condición únicamente de la emisión, sino también de la recepción*. Cualquier telespectador *sabe* cuándo un texto/relato ha sido interrumpido, conoce las formas posibles de completarlo, es capaz de resumirlo, de ponerle un título, de comparar y de clasificar unos relatos. Hablantes del “idioma” de los géneros, los telespectadores, como indígenas de una cultura textualizada, “desconocen” su gramática pero son capaces de hablarlo. Lo que a su vez implica un replanteamiento en el modo de aproximarnos a los textos de la televisión. Momentos de una *negociación*, los géneros no son abordables en términos de semántica o de sintaxis: exigen la construcción de una *pragmática* que es la que puede dar cuenta de cómo

opera su reconocimiento en una comunidad cultural. Asimismo, el texto del género en un stock de sentido que presenta una organización más complexiva que molecular y que por tanto no es analizable siguiendo una lista de presencias, sino buscando la arquitectura que vincula los diferentes contenidos semánticos de las diversas materias significantes. Un género funciona constituyendo un "mundo" en el que cada elemento no tiene valencias fijas. Y más aún en el caso de la televisión, donde cada género se define tanto por su arquitectura interna como por su lugar en la programación: en la estructura horaria y en la trama del palinsesto. De ahí la tercera exigencia que acarrea el abordaje de los géneros: la necesidad de construir su sistema en cada país. Pues en cada país ese sistema responde a una configuración cultural, a una estructura jurídica de funcionamiento de la televisión, a un grado de desarrollo de la industria televisiva nacional y a unos modos de articulación con la transnacional.

*Algunas señas de identidad reconocibles en el melodrama*

Viendo cómo vivimos en pleno melodrama –ya que el melodrama es nuestro alimento cotidiano- he llegado a preguntarme muchas veces si nuestro miedo al melodrama (como sinónimo de mal gusto) no se debía a una deformación causada por las muchas lecturas de novelas psicológicas francesas escritas en los primeros años del siglo. Pero la realidad es que algunos de los escritores que más admiramos jamás tuvieron miedo al melodrama. Ni Sábato ni Onetti temieron al melodrama. Y cuando el mismo Borges se acerca al mundo del gaucho o del compadrito, se acerca voluntariamente al ámbito de Juan Moreira y del tango arrabalero.

Alejo Carpentier

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

Hernando Salcedo

Dos expresivas citas para introducirnos al género en que se reconoce la América Latina popular, y hasta la culta... cuando se emborracha. Ningún otro género, ni el de terror –y no es que falten motivos- ni el de aventuras –y no es que no haya grandes selvas y ríos- ha logrado cuajar en la región como el melodrama. Cómo si en él se hallara el modo de expresión más abierto al modo de vivir y sentir de nuestras gentes. Por eso más allá de tantas críticas y de tantas lecturas ideológicas, y también de las modas y los revivales para intelectuales, el melodrama sigue constituyendo un terreno precioso para estudiar la no contemporaneidad y los mestizajes de que estamos hechos.

Porque como en las plazas de mercado, en el melodrama está todo revuelto, las estructuras sociales con las del sentimiento, mucho de lo que somos –machistas, fatalistas, supersticiosos y de lo que soñamos ser, el robo de la identidad, la nostalgia y la rabia. En forma de tango o de telenovela, de cine mexicano o de crónica roja el melodrama trabaja en estas tierras una veta profunda de nuestro imaginario colectivo, y no hay acceso a la memoria histórica ni proyección posible del futuro que no pase



por el imaginario. ¿De qué veta se trata? De aquella en que se hace visible la matriz cultural que alimenta el reconocimiento popular en la cultura de masa.

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

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

Es claro que la comprensión de esa pregunta nos reubica en el ámbito de los movimientos sociales que hemos llamado más atrás "barriales" y en el sentido del cotidiano familiar en las culturas populares. Aquellas en que el tiempo familiar es "ese tiempo a partir del cual el hombre se piensa social, un hombre que es ante todo un pariente. De ahí que el tiempo familiar se reencuentre en el tiempo de la colectividad". De manera que entre el tiempo *de la historia* —que es el tiempo de la Nación y del mundo, el de los grandes acontecimientos que vienen a irrumpir en la comunidad— y el tiempo *de la vida* —que es el que va del nacimiento a la muerte de cada individuo y que jalonan los ritos que señalan el paso de una edad a otra— el tiempo *familiar* es el que media y hace posible su comunicación. Dice Hoggart, a propósito no ya de campesinos alejados del tiempo del progreso, sino de los sectores obreros en la ciudad, que "los acontecimientos no son percibidos más que cuando afectan la vida del grupo familiar". Una guerra es entonces percibida como "el tiempo en que murió el tío" y la capital como "el lugar donde vive la cuñada". De ese modo familia y vecindaje —pues este último es hoy en los barrios populares de las grandes ciudades, dada la migración brutal, el desarraigo y la precariedad económica, una especie de "familia extensa"— representan en el mundo popular aún con todas sus contradicciones y conflictos los modos de la socialidad más verdadera.

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

posible a las clases populares reconocerse en ella. Y desde ella, melodramatizando todo, vengarse a su manera, secretamente, de la abstracción impuesta por la mercantilización a la vida, de la exclusión política y la desposesión cultural.

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

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

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

Segunda pista: el melodrama como literatura dialógica o, según una versión brasileña que ahonda en la propuesta bajtiana, como *género carnavalesco*, aquel “donde autor, lector y personajes intercambian constantemente de posición”. Intercambio que es *confusión* entre relato y vida, entre lo que hace el actor y lo que le pasa al espectador, seña de identidad de una otra experiencia literaria que se mantiene abierta a las reacciones, deseos y motivaciones del público. No en el sentido de transplantar al relato las cosas de la vida, pues “no es la representación de los datos concretos y particulares lo que produce en la ficción el sentido de la realidad, sino una cierta generalidad que mira para ambos lados y le da consistencia tanto a los datos particulares de lo real como al mundo ficticio”. Que en esa apertura y confusión se halla imbricada la lógica mercantil y que por ella pasan “funcionando” las estratagemas de lo ideológico; es algo innegable. Pero de afirmar ese entrecruzamiento de lógicas diferentes a disolver en los requerimientos del mercado cualquier huella de otra experiencia o matriz cultural, el trecho es además de metodológico, político. Y es sin duda otra cultura política la que puede aceptar que el melodrama sea a un mismo tiempo forma de recuperación de la memoria popular por

el imaginario que fabrica la industria cultural y metáfora indicadora de los modos de presencia del pueblo en la masa.

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