

III. De las masas a la masa

El concepto de masa surge como parte integral de la ideología dominante y de la conciencia popular en el momento en que el foco de la legitimidad burguesa se desplaza desde arriba hacia adentro. Ahora todos somos masa.

A. Swingewood

Tan pronto como la masa de no-propietarios eleva a tema de su raciocinio público las reglas generales del tráfico social, se convierte la reproducción de la vida social como tal en asunto general ya no meramente en su forma de apropiación privada.

Jürgen Habermas

I. Inversión de sentido y sentidos de la inversión

El largo proceso de enculturación de las clases populares al capitalismo sufre desde mediados del siglo XIX una ruptura mediante la cual logra su continuidad: el desplazamiento de la legitimidad burguesa “desde arriba hacia adentro”, esto es, el paso de los dispositivos de sumisión a los del consenso. Ese “salto” contiene una pluralidad de movimientos entre los que los de más largo alcance serán la disolución del sistema tradicional de diferencias sociales, la constitución de las masas en clase y el surgimiento de una nueva cultura, de masa. Lo que esto

último significa ha sido casi siempre pensado en términos culturalistas, de pérdida de autenticidad o de degradación cultural, y no en su articulación a los otros dos movimientos y por tanto en lo que tiene de cambio en la función social de la cultura misma.

Cambio cuyo sentido sólo es abordable desde los diferentes sentidos de que se carga históricamente “la aparición de las masas en la escena social”, desde la concentración industrial de mano de obra en las grandes ciudades *haciendo visible la fuerza de las masas* a lo masivo constituyéndose en *modo de existencia de lo popular*.

La visibilidad, la presencia social de las masas, remite fundamentalmente a un hecho político. Es la revolución haciendo del Estado, como dice Marx, un asunto general, liberando lo político y constituyéndolo “en esfera de la comunidad, la esfera de los asuntos generales del pueblo”. Se hace así posible la entrada de las capas sociales no burguesas, de la masa de no proletarios, en la *esfera pública*, con lo que se transforma el sentido que la burguesía liberal le había dado a lo público al *desprivatizarlo* radicalmente. Explica Habermas: “La dialéctica de una progresiva estatalización de la sociedad, paralela a una socialización del Estado, comienza paulatinamente a destruir las bases de la publicidad burguesa: la separación entre Estado y sociedad. Entre ambas, y por así decirlo de ambas, surge una esfera social repolitizada que borra la diferencia entre lo público y lo privado”⁷⁴. Y sin embargo —segundo sentido de la inversión— la crisis que la disolución de lo público produce en la legitimidad burguesa no conduce a la revolución social, sino a una recomposición de la hegemonía: “La ocupación de la esfera política por las masas de desposeídos condujo a un ensamblamiento de Estado y sociedad que acabó arruinando la vieja base de lo público sin dotarla de una nueva”⁷⁵. Es a partir de ahí que la cultura es redefinida y cambiada su función. El vacío abierto por la desintegración de lo público será ocupado por *la integración que produce lo masivo*, la cultura de masa. Una cultura que en vez de ser el lugar donde se *marcan* las diferencias sociales pasa a ser el lugar donde esas diferencias *se encubren*, son negadas. Y ello no por una estrategia de los dominadores, sino como elemento constitutivo del nuevo modo de funcionamiento de la hegemonía burguesa, “como parte integral de la ideología dominante y de la conciencia popular”⁷⁶.

Masa designa, en el momento del cambio, el modo como las clases populares viven las nuevas condiciones de existencia, tanto en lo que ellas tienen de opresión como en lo que las nuevas relaciones contienen de demanda y aspiraciones de democratización social. Y de masa será la cultura que llaman popular. Pues en ese momento, en que la cultura popular tendía a convertirse en cultura *de clase*, será esa misma cultura la minada desde dentro y transformada en cultura *de masa*. Sabemos que esa inversión venía gestándose de tiempo atrás, pero ella no podía hacerse efectiva sino cuando, al transformarse las masas en clase, la cultura cambiara de oficio, y se convirtiera en espacio estratégico de la hegemonía pasando a *mediar*, esto es, cubrir las diferencias y reconciliar los gustos. Los dispositivos de la massmediación se hallan así ligados estructuralmente a los *movimientos en la legitimidad que articula la cultura*: una socialidad que *realiza* la abstracción de la forma mercantil en la materialidad tecno-lógica de la fábrica y el periódico, y una mediación que cubre el conflicto entre las clases produciendo su resolución en el *imaginario*, asegurando así el consentimiento activo de los dominados. Pero esa mediación y ese consentimiento sólo fueron posibles históricamente en la medida en que la cultura de masa se constituye *activando y deformando* al mismo tiempo señas de identidad de la vieja cultura popular, e *integrando* al mercado las nuevas demandas de las masas.

La cultura de masa no aparece de golpe, como un corte que permita enfrentarla a la popular. Lo masivo se ha gestado lentamente desde lo popular. Sólo un enorme estrabismo histórico, y un potente etnocentrismo de clase que se niega a nombrar lo popular como cultura, ha podido ocultar esa relación hasta el punto de no ver en la cultura de masa sino un proceso de vulgarización y decadencia de la cultura culta.

2. Memoria narrativa e industria cultural

La incorporación de las clases populares a la cultura hegemónica tiene una larga historia en la que la industria de relatos ocupa un lugar primordial. A mediados del siglo XIX la demanda popular y el desarrollo de las tecnologías de impresión van a hacer de los relatos el espacio de despegue de la

producción masiva. El movimiento osmótico nace en la prensa, una prensa que en 1830 ha iniciado el camino que lleva del periodismo político a la empresa comercial. Nace ahí el *folletín*, primer tipo de texto escrito en el formato popular de masa. Fenómeno cultural mucho más que literario, el folletín conforma un espacio privilegiado para estudiar la emergencia no sólo de un medio de comunicación dirigido a las masas, sino de un nuevo modo de comunicación entre las clases. Ignorado casi por completo hasta hace unos años, estudiosos de los fenómenos "para" o "sub" literarios lo redescubren a finales de los años sesenta, proyectando sobre el folletín dos posiciones fuertemente divergentes. Una, que mirándolo desde la literatura y la ideología lo ve como un fracaso literario y un poderoso éxito de la ideología más reaccionaria. Y otra que, siguiendo la propuesta de Gramsci, se lo plantea como "un estudio de historia de la cultura y no de historia literaria"⁷⁷, esforzándose a la vez por superar el sociologismo de la lectura ideológica.

Plantearse el folletín como *hecho cultural* significa de entrada romper con el mito de la escritura para abrir la historia a la pluralidad y heterogeneidad de las experiencias literarias. Y en segundo lugar desplazar la lectura del campo ideológico para leer no sólo la dominante, sino las diferentes lógicas en conflicto tanto en la producción como en el consumo. Es bien revelador que fuera Roland Barthes y no un "sociólogo" el que de la manera más explícita haya planteado "el estallido de la unidad de la escritura", situándolo en los alrededores de 1850 y ligándolo a tres grandes hechos históricos: la reversión demográfica europea, el nacimiento del capitalismo moderno y la escisión de la sociedad en clases arruinando las ilusiones liberales⁷⁸. Porque es en relación al movimiento de lo social, y no a dogmas académicos o políticos, como el folletín nos descubre una relación otra al lenguaje en y desde el campo de la literatura. La hegemonía exigía eso: la inversión que implica una literatura "sin escritura" o una "novela no literaria". Es decir, la entrada en el campo de la literatura de un *habla* que hace estallar el círculo de las maneras y los estilos literarios. Pero implica también que ese *habla* se va a ver atrapado y en parte des-articulado, desactivado y funcionalizado. Las clases populares acceden a la literatura sólo mediante una operación comercial que escinde el acto mismo de escribir y desplaza la figura del escritor hacia la del periodista. Pero en el folletín va a hablar de todos modos una experiencia cultural que inicia ahí el camino de su reconocimiento.

La aparición del medio

Antes de significar novela popular publicada por episodios en un período, *folletín* señaló un lugar en el periódico: el “sótano” de la primera página, a donde iban a parar las “variedades”, las críticas literarias, las reseñas teatrales del brazo de anuncios y recetas culinarias, y no pocas veces de noticias que disfrazaban la política de literatura. Lo que no se permitía en el cuerpo del diario podía sin embargo encontrarse en el folletín, y esa condición de origen, así como la mezcolanza de literatura con política, dejarán buena huella en el formato. Fue en 1836, cuando la conversión del periódico en empresa comercial⁷⁹ llevó a los dueños de dos periódicos de París, *La Presse* y *Le Siècle*, a introducir modificaciones importantes como los anuncios por palabras y la publicación de relatos escritos por novelistas de moda. Poco tiempo después esos relatos ocupan ya todo el espacio del folletín y de ahí la absorción del nombre. Con ello se busca reorientar los periódicos hacia el “gran público” abaratando los costos, y aprovechando las posibilidades abiertas por la “revolución tecnológica” operada por la rotativa que aparece justamente en esos años, permitiendo pasar de 1.100 páginas impresas a 18.000 a la hora.

La competencia entre los periódicos va a jugar fuertemente en la configuración de la novela-folletín. En agosto de 1836, *Le Siècle* comienza a publicar “a trozos” *El lazarrillo de Tormes*. *La Presse* se resiste hasta octubre, en que publica un relato de Balzac. Y sólo al año siguiente, el 28 de septiembre, y en otro periódico, en el *Journal des Debats*, aparecerá el primer verdadero folletín: *Las memorias del diablo*, de Frédéric Soulié, escrito por episodios para ser publicados periódicamente. Y conteniendo ya los ingredientes básicos de la fórmula que dará los primeros grandes éxitos: novela negra más romanticismo social (o socialismo romántico). Durante un tiempo la mezcla de producción y reproducciones subsiste. *Le Siècle* se especializa en la traducción de famosas novelas inglesas y españolas, pero también publica ya en 1838 un relato del Dumas dramaturgo. Y otros periódicos, como *Le Constitutionnel* y *Le Commerce*, ingresan también en la competencia. Los muros de París se llenan de cartelones que publicitan los folletines. El tiraje de los diarios sufre transformaciones enormes, como la de *Le Constitutionnel*, que con la publicación de *El judío errante* pasa de tirar 5.000 a 80.000 ejemplares. Se suscitan debates sobre qué tipo de novela “cabe” en el folletín, se aboga por el relato histórico en la línea

de Walter Scott, pero de forma que “los personajes concentren en ellos los intereses, las pasiones, costumbres y prejuicios de una época”. La observación es de Soulié y a ella se opondrá Dumas alegando que la historia no puede ser novelada. Del año 1837 al 1842 se extiende el trayecto de los tanteos; ya en 1843 aparece *Los misterios de París* de Eugène Sue, y en 1844. *El Conde de Montecristo*, las dos obras cumbres del género.

Frente a los que no ven en el folletín más que una estrategia ideológico-comercial se hace necesario diferenciar en su desarrollo tres períodos. Uno primero, en el que predomina el romanticismo social haciendo pasar por el espacio folletinesco, junto a la vida de las clases populares, un dualismo de fuerzas sociales que se resuelve siempre en forma mágico-reformista. Es la época de Soulié, de Sue y Dumas, que llega hasta la Revolución de 1848. Un segundo período, en el que la aventura y la intriga reemplazan y disuelven las preocupaciones sociales, a la vez que el folletín *ajusta* sus mecanismos narrativos a los requerimientos industriales, durante esa etapa, que dura hasta 1870, los grandes éxitos los ponen Pierre-Alexis Ponson du Terrail y Paul Féval. Por último, en los años que siguen a la Comuna de París, el folletín entra en clara decadencia e ideológicamente asume una franca posición reaccionaria en autores como Xavier de Montépin. El folletín ha acompañado así en su desarrollo el movimiento de la sociedad: de la presentación de un cuadro general que mina la confianza del pueblo en la sociedad burguesa a la proclama de una integración que traduce el pánico de esa sociedad ante los acontecimientos de la Comuna.

Dispositivos de enunciación

Metodológicamente la posibilidad de situar lo literario en el espacio de la cultura pasa por su inclusión en el espacio de los procesos y prácticas de *comunicación*. Ello está siendo demostrado tanto por los estudios sociológicos del grupo que orienta Robert Escarpit⁸⁰ como por los trabajos de semiótica de Yuri M. Lotman y la Escuela de Tartu⁸¹. El marco de trabajo podría sintetizarse del modo siguiente: se busca analizar el proceso de escritura en cuanto proceso de *enunciación en un medio*, que no tiene la estructura cerrada del libro, sino la abierta del periódico o la entrega semanal, que a su vez implica un *modo de escribir* marcado por la doble exterioridad de la

periodicidad y la presión salarial, y que remite (responde) a un *modo de lectura* que rompe el aislamiento y la distancia del escritor y lo sitúa en el espacio de una interpelación permanente de parte de los lectores. El estatuto de la comunicación literaria sufre con el folletín un doble desplazamiento: del ámbito del libro al de la prensa —que implica la mediación de las técnicas de la escritura periodística y la del aparato tecnológico en la composición y diagramación de un formato específico— y del escritor-autor, que ahora sólo pone “la materia prima” y que en ocasiones más que escribir reescribe, al del editor-productor que es quien muchas veces “tiene el proyecto” y quien dirige la realización.

La reacción de los estudiosos de la literatura a este tipo de propuesta metodológica es muy similar desde la derecha y desde la izquierda: estamos en presencia de la destrucción de lo literario a manos de la organización industrial y del sucio comercio; la verdadera literatura será siempre otra cosa. Esa fue la reacción de la crítica burguesa a la aparición del folletín y esa la posición más frecuente también hoy. Y sin embargo, como lo reconoce Barthes, es toda la literatura la que quedó afectada por las transformaciones en la comunicación literaria, de las que el folletín no es más que un exponente. De ahí que lo relevante no sea que Balzac o Dickens escribieran “también” folletines —para ganarse la vida—, sino la aparición de un nuevo tipo de escritura a medio camino entre la información y la ficción, rearticulador de ambas, y la emergencia de un nuevo estatuto social para el escritor, ahora profesional asalariado. ¿Por qué secretas y sagradas razones lo que no implica ninguna deshonra para *la escritura* del periodista desvaloriza de raíz la otra, la del literato? ¿Será acaso que el *aura* expulsada de la obra de arte se refugia obstinada en el *oficio*?

Las condiciones de producción-edición

Que la fórmula del folletín la pensaron los empresarios, de ello no cabe duda. Pero eso no significa que la sacaran de la nada o de la pura lógica comercial. Como en los años veinte el productor de cine, así el editor de folletines no fue sólo un comerciante⁸². Y no se trata únicamente de que hubo editores que fueron ellos mismos escritores de folletín y periodistas, sino de las condiciones de producción cultural que ahí se inauguran.

Esas condiciones establecen una nueva forma de relación entre editor y autor, que a su vez marcará la relación del escritor con la escritura.

Hacía ya tiempo que la remuneración del escritor disfrutaba un salario⁸³. Ahora lo realmente nuevo y decisivo es que la relación asalariada penetra el ritmo —se deberá escribir “contra reloj”— y el modo de escribir —para un medio que impone un formato—, *exponiendo* al escritor, desclausurando su modo de trabajo al colocar entre escritor y texto un *mediación institucional con el mercado* que reorienta, rearticula la intencionalidad “artística” del escritor. Para algunos esa mediación corrompe de manera cuasi ontológica la escritura, con lo que queda justificada su negación a asumir ese *producto* como literatura. Pero ese gesto tan “noble” nos impide acceder a las pulsaciones de lo social que atraviesan por la lógica del mercado pero que no se agotan en ella, además de la significación cultural de los dispositivos en que se materializa. Así, por ejemplo, el escandaloso uso que Dumas y otros hicieron de “negros” o ayudantes para escribir algunos de sus folletines: trazado el sentido del episodio —su lugar en la trama y los personajes involucrados—, el folletinista encargaba a un ayudante su redacción o desarrollo, lo que le permitía escribir dos y más folletines a la vez: ¿A dónde apunta verdaderamente el escándalo? ¿Al plus de “productividad” o rentabilidad que proporciona el mecanismo, o a aquella degradación de la escritura que implica la disolución de la “unidad de autor”, identidad que responde a unos presupuestos culturales que poco o nada tienen que ver con el funcionamiento popular de los relatos y con su difusión masiva? Tan poco importaba el *autor* para el público mayoritario del folletín, que “las gentes se figuraban que los repartidores eran los que escribían las novelas”⁸⁴. Y los editores al anunciar su fondo de obras prescindían casi siempre del nombre de los autores: ¿No será ahí a donde apunta el escándalo: a esa imperdonable pérdida, omisión del nombre del autor? En muchos casos el autor *dicta* a su ayudante, y ese dispositivo del dictado adquiere una significación preciosa: más allá de los intereses pecuniarios del “autor” ese dictado revela *todo lo que de oral* tiene el folletín, su cercanía de fondo a una literatura en la que “el autor habla más que escribe y el lector escucha más que lee”⁸⁵.

Algo parecido sucede con los dispositivos que organizan la relación con el público. Vistos en su sola funcionalidad comercial no serían más que estratagemas de una operación

pionera de marketing. Pero hay algo más: en los modos de adquisición y en el tipo de publicidad que se implementa encontramos la incorporación a la modernidad de prácticas y experiencias que sólo ahí reciben legitimación social. Legitimación que acarrea su funcionalización a intereses extraños a la lógica de la que provienen ciertamente, pero ello no hace sino mostrarnos una vez más el modo en que opera la hegemonía. Y una “crítica”, una investigación de esos dispositivos que no parta de su inscripción en la relación hegemónica, o es puro culturalismo o pensamiento en negativo de una sociedad que no es la histórica. Estudiando la otra forma en que se difunde el folletín en España, esto es, la *novela por entregas*, Jean-Francois Botrel y Leonardo Romero Tobar⁸⁶ ponen de manifiesto su relación con la publicidad y modos de distribución de la literatura de cordel. Que junto con la introducción de rifas y regalos para motivar la suscripción hace explícita la continuidad cultural entre esa literatura y la vida de la gente, es decir, la *no-separación* de “lo cultural” en la vida de las clases populares. Publicado en el periódico o en folletos de entrega semanal, el folletín no tendrá nunca el *estatuto cultural* del libro, pues al no tenerse de pie, ni una bella carátula, su materialidad no podrá ser exhibida como exponente cultural; al contrario, una vez leído el folletín pasará a ser mero papel que servirá a otros menesteres de la vida. Sólo las “estampas” que lo ilustran cobrarán un sentido decorativo y entrarán en ocasiones a adornar las paredes de la cocina. E igualmente significativo es el que sus modos de adquisición se hallen por fuera del circuito de la librería. Con su venta en la calle o su llegada por repartidores a la casa, el folletín se inscribe en ese otro modo de circulación que pasa de lo popular a lo masivo sin pasar por “lo culto”, o mejor, por los lugares “de culto” de la cultura. Y a esa misma lógica pertenece la estructura tipográfica, la composición y fragmentación del relato, que examinaremos después, e incluso el ritmo de la entrega semanal dosificando la cantidad de lectura y hasta la forma de pago, dispositivos todos que median entre exigencias del mercado y formas de cultura, entre demanda cultural y fórmula comercial.

Dialéctica escritura/lectura

“Los misterios de París, de Sue, aunque fueron escritos desde la perspectiva de un dandy para contar al público las

excitantes experiencias de una miseria pintoresca, el proletariado los leyó como una descripción clara y honesta de su opresión. Al advertirlo, el autor los siguió escribiendo para ese proletariado [...] El libro realiza un misterioso viaje en el ánimo de unos lectores que volveremos a encontrar en las barricadas de 1848, empeñados en hacer la Revolución porque, entre otras cosas, habían leído *Los misterios de París*⁸⁷. La cita de Eco sintetiza el movimiento del que queremos dar cuenta. Porque el caso Sue ilustra como ningún otro la trama de encuentros y desencuentros de que está hecha la dialéctica entre escritura y lectura, y el modo como esa trama sostiene “infraestructuralmente” aquella otra que nos cuenta el folletín.

Para empezar analizaremos el “viaje” en sus etapas. Un señorito, un joven dandy, hijo de una familia bien —de cirujanos—, y que había dedicado gran parte de su vida a viajar y escribir novelas de aventuras en el estilo de Fenimore Cooper, se lanza un buen día, acosado por la falta de dinero, al campo del folletín y le propone al director del *Journal des Debats* la publicación de una novela negra de nuevo estilo, cuyo título traspone ya el de una de las más célebres novelas de terror: *Los misterios de Udolfo*, de Anne Radcliff. Al comienzo el folletín recoge la visión de un turista que nos cuenta su recorrido por un país exótico, sólo que ese exótico país son los barrios bajos de la propia ciudad. Por esos mismos meses se representaba en París, y con enorme éxito, un melodrama de F. Piat, *Les deux serruriers*, que respondía a una “mirada” bien semejante a la del folletín de Sue: entre sorprendida, asustada y en cierto modo fascinada. Pronto, sin embargo, las reacciones producidas en los lectores van a venir a sumarse a la sorpresa. A la redacción del *Journal* empiezan a llegar dos tipos de cartas, unas que contienen el rechazo de aquellos que no entienden cómo un periódico tan “respetable”, tan legitimista y conservador, puede publicar algo tan socialista (!), y otras, cada vez más frecuentes, de lectores populares que alientan entusiasmados la publicación. Sue trata de explicarse, pide perdón por describir situaciones tan fuertes, y trata sobre todo de justificarse desde el punto de vista literario, diciendo que lo que está contando “es la vida de otros bárbaros, tan fuera de la civilización como los pueblos salvajes pintados por Cooper”. Pero el interés suscitado le puede cada día más y lo obliga a documentarse de cerca, a vestirse de obrero y recorrer los barrios populares. El entusiasmo popular se acrecienta y cientos de cartas (que pueden leerse en la Biblioteca Nacional de París) le transmiten la

emoción de la gente, le sugieren salidas a las situaciones dramáticas, le piden consejo para afrontar situaciones parecidas... ¡y hasta la dirección del Príncipe de Geroldstein, el protagonista, para poder recurrir a él! La fusión de realidad y fantasía efectuada en el folletín escapa de él confundiendo la realidad de los lectores con las fantasías del folletín. Las gentes del pueblo tienen la sensación de estar leyendo el relato de su propia vida. Y tal era el efecto que los fourieristas del periódico *Phalange* suscriben apoyando el coraje de *Los misterios...* para denunciar la miseria, y un periódico proletario, *La Ruche Ouvrière*, exalta su profunda concepción social.

Es entonces, presionado por esa lectura que utiliza una clave completamente diferente a la del autor —que convierte lo que éste escribía por curiosidad en testimonio y protesta—, cuando Sue decide cambiar su propio código de escritura. Y de un discurso exterior, que miraba a la gente de los barrios obreros como bárbaros y peligrosos, como *objeto* exótico, pasa a otro discurso en el que busca tomar a los obreros como sujeto⁸⁸. A partir de entonces el relato de *Los misterios...* se poblará de reflexiones morales y políticas y de propuestas de reformas: cambios en el sistema judicial, en la organización del trabajo, en la administración de las prisiones, de los asilos, etcétera. Cambios que no son sólo reformistas, sino cargados de mistificaciones morales tan extrañas como cambiar la pena de muerte por la ceguera del condenado, o políticas, como la creación de un “banco de los pobres”. Pero en el clima que precedió a 1848 esas reformas fueron leídas por la clase popular como una invitación al cambio y una justificación del levantamiento. A *Los misterios...* seguira la publicación de *El judío errante*, y la elección de Sue como diputado “rojo” en 1849, y su expulsión de Francia acusado de instigar el levantamiento de 1849, y el impuesto en 1850, por la enmienda Rancey, a todo periódico que publique folletines.

Del “relato” pasemos al análisis. La trampa a la que no han podido escapar ni la crítica literaria ni el análisis ideológico, por más que se esfuercen en superar los límites del semioticismo, es el ir de las estructuras del texto a las de la sociedad o viceversa, *sin pasar por la mediación constituyente de la lectura*. De la lectura viva, esto es, de la que hace la gente desde su vida y los movimientos sociales en que la vida se ve envuelta. Y esa ausencia de la lectura en el análisis del folletín expresa, a derecha e izquierda, la *no-valoración del lector popular*, su no tenerlo en cuenta como sujeto de la lectura. En el caso

del estudio de Vittorio Brunori la desvalorización de la capacidad de lectura de las clases populares es explícita, el público popular es sólo “un público dispuesto a dejarse atrapar”, “que sólo sueña con olvidar el monótono tráfago cotidiano”⁸⁹.

Aunque con tipos de efecto diferentes a los que tuvo en el caso de *Los misterios de París*, la dialéctica entre escritura y lectura es un dispositivo clave del funcionamiento de cualquier folletín. De manera que es desde ella desde donde mejor se puede comprender el nuevo género. Dialéctica que forma parte de los mecanismos con que se atrapa a un público, pero que en su efectuación nos muestra cómo *el mundo del lector* se incorpora al proceso de escritura y la penetra dejando sus huellas en el texto. Y cuando el público lector que se incorpora —y no sólo es incorporado— es “la masa del pueblo”, resulta doblemente importante descifrar esa huella.

El primer nivel en el que es posible encontrar marcas que remiten al universo cultural de lo popular es el de la organización material del texto: los *dispositivos de composición tipográfica*. Lo primero que a ese respecto encontramos es un tipo de letra grande, clara y muy espaciada, esto es, la que corresponde a “unos lectores para quienes leer supone esfuerzo, una tensión mayor que para otros lectores más experimentados, y que encuentran en los blancos el descanso momentáneo pero apreciable a la vista [...], unos lectores que no gozaban de condiciones de alumbrado (diurnas o nocturnas) perfectas ni mucho menos, y en ese caso el tamaño generoso de los tipos ayuda mucho”⁹⁰. Donde un análisis estrecho y mecanicista no ve más que una estratagema para vender más páginas y poder así ganar más, un acercamiento desde las condiciones de lectura nos permite encontrar algo que tiene no sólo mayor significación cultural, sino incluso mayor “verdad” histórica. La elección de los tipos de letra, de la distancia entre las líneas, del tamaño de los márgenes y del formato hablan, mucho más que del comerciante, del público al que se dirigen: un lector inmerso todavía en un universo de cultura oral y al que, diría Michelet, “no basta con enseñar a leer, es preciso hacerle desear leer”⁹¹. Los mecanismos tipográficos y de composición material jugarán su papel en la constitución de ese deseo.

A un segundo nivel se halla el sistema de los dispositivos de *fragmentación de la lectura*. La primera y primordial es la fragmentación del relato en episodios, de la que hablaremos después; pero sosteniéndola y reforzándola, a medio camino entre los mecanismos tipográficos y las reglas del género, apa-

recen una serie de fragmentaciones que pasan por el tamaño de la frase y del párrafo hasta llegar a la división del episodio en partes, capítulos y subcapítulos. Estos últimos, encabezados por títulos, son las verdaderas unidades de lectura. Porque a la vez que articulan el discurso narrativo, esas unidades posibilitan dividir la lectura del episodio en una serie de lecturas sucesivas sin perder el sentido global del relato. Y esto nos remite otra vez a un modo peculiar de lectura, a la cantidad de lectura continua de que es capaz un público cuyos hábitos lectores son mínimos. Buena parte del éxito “masivo” del folletín residió sin duda ahí: en una fragmentación del texto escrito que asumía los cortes que “produce” una lectura no especializada como lo es la popular. Por eso quizás el folletín terminó despegando del diario en cuanto vehículo de difusión, y desarrollándose como “novela por entregas”, que en su periodicidad semanal se ajustaba por completo a la fragmentación de la temporalidad en las clases populares: la cantidad y organización del texto en su relación a los hábitos de consumo, a las necesidades y posibilidades de lectura, semanal como el tiempo del descanso y el cobro del salario. La operación comercial que sirvió a y se sirvió de la masificación de la lectura resultó ganando de cabo a rabo. No sólo en Francia, también en España —dos pliegos de ocho páginas cada uno— el folletín resultaba accesible: menos de lo que costaba un pan de libra o el equivalente del costo de tres huevos. Claro que aún así los editores multiplicaban su negocio: el desembolso total efectuado por un folletín promedio terminaba costando el equivalente a tres días de trabajo de un albañil o un carpintero, con que lo que hubiera podido comprar no una novela en cuarto de 650 páginas, sino cinco libros en octavo de 300 páginas cada uno⁹².

En un tercer nivel se sitúan los que podrían llamarse dispositivos *de seducción*: la organización por episodios y la estructura “abierta”. La organización del relato en *episodios* trabaja sobre los registros de la duración y del suspense. Fue el *sentimiento de duración* —¡como la vida!— el que permitió al lector popular pasar del cuento a la forma-novela, esto es, *tener tiempo* para identificarse con el nuevo tipo de personajes, adentrarse en la cantidad y variedad de peripecias y avatares de la acción *sin perderse*. Pues es por la duración como el folletín logra “confundirse con la vida” disponiendo al lector a meterse con la narración, a incorporarse a ella mediante cartas individuales o colectivas que incidan sobre lo que pasa en el relato. La *estructura abierta*, el hecho de escribir día a día, sobre un

plan pero permeable a las reacciones de los lectores, se inscribe también en la confusión del relato con la vida, que permite la duración. Estructura que dota al relato de una porosidad a la "actualidad" que aún hoy, en la telenovela latinoamericana, constituye una de las claves de su configuración como género y de su éxito. Sabemos que el *feed-back*, al crear la sensación de participar, aumenta el número de lectores, y por tanto el negocio; pero algo de otro tipo, y de otro calibre, pasa por ahí: es el modo desviado, aberrante, de relación que las clases populares establecen con la forma-relato que configura a la burguesía como "narrador", es decir, la novela.

La otra cara de la organización por episodios es el *suspense*, logrado en base a que cada episodio contenga suficiente información para constituir una unidad capaz de satisfacer mínimamente el interés y la curiosidad del lector, pero de modo que la información suministrada abra a su vez tal cantidad de interrogantes que dispare el deseo exigiendo leer el siguiente. Estamos ante una redundancia calculada y una continua apelación a la memoria del lector. Cada episodio debe poder captar la atención del lector que a través de él tiene su primer contacto con el relato y debe al mismo tiempo sostener el interés de los que ya llevan meses leyéndolo, debe sorprender continuamente pero sin confundir al lector. Cada entrega contiene momentos que cortan la respiración pero dentro de un clima de familiaridad con los personajes. El suspense introduce así otro elemento de ruptura con la forma-novela, ya que no tendrá un eje, sino varios que lo mantienen como relato inestable, indefinible, interminable. Con razón J. Tortel acusa a estos procedimientos, que vuelven fascinante al relato, de "precipitar la escritura hacia su propio vacío"⁹³. Porque el suspense es justamente un efecto no de escritura, sino *de narración*, esto es, de un lenguaje tendido hacia fuera de sí mismo, hacia su capacidad de comunicar, que es todo lo contrario de una escritura que se mira en el texto. Como apuntamos antes, en el folletín hace su aparición una relación otra al lenguaje: la que rompiendo las leyes de la textualidad hace de la escritura misma el espacio de despliegue de una narración popular, de un *contar a*. Y la narración popular vive tanto de la sorpresa como de la repetición. Entre el tiempo del ciclo y el tiempo del progreso lineal la periodicidad del episodio y su estructura *median*, tienden un puente que permite acceder al último *sin salir del todo* del primero; el folletín es una narración que ya no es cuento pero que no llega tampoco a ser novela. Y una escritura que no es la literaria ni

tampoco la de prensa, sino su "confusión", la de la actualidad con la ficción. Entre el lenguaje de la noticia y el del folletín hay más de una corriente subterránea que saldrán a la superficie cuando se configure esa otra prensa que para diferenciarla de la "seria" llamarán sensacionalista o *popular*.

Los dispositivos que le permiten al folletín incorporar elementos de la memoria narrativa popular al imaginario urbano-masivo no pueden ser comprendidos ni como meros mecanismos literarios ni como despreciables artimañas comerciales. Estamos ante un nuevo modo de comunicación que es el relato *de género*. No me estoy refiriendo a un género de relatos, sino al relato de género por oposición al relato *de autor*. Que es pensable no desde la categoría literaria de género, sino desde un concepto a situar en la antropología y la sociología de la cultura, y con el que se designa un funcionamiento social de los relatos, un funcionamiento diferencial y diferenciador, cultural y socialmente discriminatorio que atraviesa tanto las condiciones de producción como las de consumo. Hablo de género como ese lugar *exterior* a la "obra", desde el que se produce y se consume, esto es, se lee y se comprende el sentido del relato y que, por diferencia al funcionamiento de la "obra" en la cultura culta, se constituye en "la unidad de análisis de la cultura de masas"⁹⁴. Veo en el folletín el primer relato de género, en el sentido sociológico apuntado por P. Fabri, y en el etnológico de Hoggart cuando define las *convenciones* como lo que permite la relación de la experiencia con los arquetipos.

Llegamos así a un cuarto nivel, en el que se sitúan los dispositivos *de reconocimiento*. Es claro que los tres tipos de dispositivos analizados hasta ahora funcionan para posibilitar el reconocimiento, es decir, son los que hacen posible que el lector popular tenga acceso a la lectura y la comprensión del folletín. Pero me refiero ahora a aquel otro tipo de dispositivos que producen la identificación del mundo narrado con el mundo del lector popular. Y que se hallan en el lugar del paso al contenido, al enunciado, pero cuyos efectos remiten al proceso de enunciación. Ese en que el reconocimiento se revela no sólo como problema "narrativo" —identificación *de* los personajes—, sino *problema de comunicación*, de identificación del lector *con* los personajes. Eco piensa que en el folletín ese segundo sentido del reconocimiento se efectúa en base a una degradación del primero, degradación que transforma la fuerza dramática del relato en capacidad de consolución: el lector es colocado en todo momento frente a una realidad dada que

puede aceptar o modificar superficialmente, pero que no puede rechazar⁹⁵. Al mismo tiempo el folletín habla al pueblo del que habla. Ello en modo más claro en su primera época pero también después. Y lo hace ante todo mediante la invención de un nuevo tipo de héroe que se mueve ya no en el espacio de lo sobrenatural, sino en el de lo real-posible. Un héroe mediación también entre el del mito y el de la novela⁹⁶. Ubicado en un mundo en que la fe ha sido reemplazada por el sentimiento, el caballero que viene a deshacer los nuevos entuertos no padece de “crisis”, su desajuste con la realidad es primordialmente moral.

Como en *los cuentos*, el desarrollo del relato acompaña básicamente el recorrido de las aventuras del héroe, pero como en *la novela* la acción se dispersa, complejiza y enreda en la malla de las relaciones que sostienen y atraviesan la acción. Un doble relato trabaja en el folletín: uno, progresivo, que nos cuenta el avance de la obra justiciera del héroe, y otro, regresivo, que va reconstruyendo la historia de los personajes que aparecen a todo lo largo del relato⁹⁷. Doble movimiento que tiene sin embargo una sola dirección, la misma que dinamiza el melodrama: del momento en que los malos gozan de la buena vida y aparentan honestidad mientras los buenos sufren y pasan por malos a la inversión de la situación, al destape de su revés. Con la diferencia de que el revés —el desnudamiento de los verdaderos malvados— no se produce en un instante y de una vez, como en el melodrama, sino progresiva y sucesivamente, en un largo recorrido hacia atrás del relato que lo lleva remontando todo hasta la “escena primitiva” en que se esconde el secreto de la maldad: la hipocresía social o el vergonzoso crimen familiar. De manera que, como afirma Peter Brooks, hay una articulación elemental y precisa entre conflicto y dramaturgia, entre acción y lenguaje narrativo, pues las aventuras, las mil peripecias y los golpes teatrales, no son exteriores a los actos morales, “los efectos drámaticos son expresión de una exigencia moral”⁹⁸. Estética en continuidad directa con la ética, que es un rasgo crucial de la estética popular. Y punto a partir del cual el reconocimiento entre relato y vida se dispara conectando al lector con la trama hasta alimentarla con su propia vida.

El otro mecanismo identificatorio le viene al folletín de la novela negra⁹⁹. La ida hacia atrás del relato es en verdad una ida *hacia abajo*, *hacia los bajos fondos de la sociedad*, en los que se encuentran “cara a cara” pobres y ricos, las dos monstruosidades modernas: la miseria de la mayoría y la maldad

hipócrita de la minoría. De los sótanos del castillo gótico el folletín encuentra el pasadizo que conduce a los suburbios de la ciudad moderna. Y allí el lector popular se reencuentra con un sentimiento fundamental: *el miedo*, a la vez como *experiencia de la violencia* que amenaza permanentemente a la víctima —ese que el lector popular conoce tan de cerca—, y como *esperanza de revancha*, como resentimiento y sed de venganza¹⁰⁰. Y llegados ahí estamos en el terreno en el que la enunciación se hace enunciado y lo que dice el relato sensación del lector.

Dimensiones del enunciado

Nuestra indagación sobre lo dicho en el folletín se dirige en primer término a comprender *aquello de lo que habla*, después recogeremos lo que encuentra la *lectura ideológica*.

El testimonio

¿Cómo arrancarse a la compulsiva tentación del análisis y dejar hablar al relato? Y sin embargo sólo entonces podríamos encontrarnos con todo lo que ausente o reprimido en los discursos oficiales de la cultura y la política halló voz en el folletín. Una voz efectista, sentimental, moralista y muchas veces reaccionaria. Pero al fin voz por la que se expresa un ronco submundo que ni a la derecha culta ni a la izquierda política pareció interesar. A los unos por oscuro, peligroso y culturalmente aberrante; a los otros por confuso, mistificado y políticamente inutilizable. Me refiero al submundo del *terror urbano*¹⁰¹, de la violencia brutal que puebla la ciudad y es no sólo control policial en las calles o ejercicio de la disciplina en las fábricas, sino agresión masculina contra las mujeres, especialmente en el barrio popular, y de las mujeres sobre los niños y de la miseria sobre todos en cada casa. Una mezcla de miedo, resentimiento y vicio que responde a una cotidianidad insufrible: esa que permite al escritor indagar hasta el límite de lo prohibido a la vez que estimula sádicamente el interés del lector. Haciendo trizas la imagen de lo popular romántico folklórico, el folletín habla de lo popular-urbano: sucio y violento, lo que geográficamente se extiende del suburbio a la cárcel pasando por los internados para locos y las casas de prostitución.

Fueron Victor Hugo y Eugène Sue los primeros en sacar a la luz las condiciones inhumanas de las cárceles que después se convertirán en una clave de la novela popular. Como también el horror de los *asilos* a donde van a parar locos o aquellos que estorban a la ambición familiar, y donde la crueldad de la sociedad con sus “víctimas” adquiere un refinamiento especial. Sentimentalizado ciertamente, pero no por eso invalidado, el folletín da testimonio de los oficios infamantes a que son sometidas *las mujeres y los niños*, obligados a trabajar en lo más duro, abandonados, secuestrados. El folletín plantea la relación entre prostitución y miseria obrera, y los prejuicios de casta que condenan a tantas mujeres a un matrimonio que no les aporta más que esclavitud y desgracia. Hay en el folletín *una pintura de la condición femenina*¹⁰² que recoge una bien diferente a la del bovarismo. Pues además de divorcios y adulterios hay incestos y abortos, madres solteras y obreras seducidas por patronos de los que ellas se vengán cruel y fatalmente. Hay moralismo pero ligazón también de la represión sexual a las condiciones sociales de vida. El universo obrero que ahí aparece es el de un proletariado sin conciencia de clase¹⁰³, ¿pero cuántas novelas antes habían tematizado ese universo de la miseria, del miedo y de la lucha por sobrevivir?

La compensación

La mayoría de los estudiosos del folletín coinciden en la denuncia de la “trampa populista”. Lo que haría más reaccionario el folletín es la imagen que construye del pueblo: “todo lo que tiene aún no teniendo nada y de lo que se libra por no ser rico”, con la consiguiente moraleja: hay cosas más importantes en la vida que el dinero, así que cada cual permanezca en el sitio en que está¹⁰⁴. La trampa no es sin embargo tan obvia y su eficacia ideológica quizás no es tan elemental como alguna crítica actual supone, amparada en un anacronismo que le permite desconocer las contradicciones del momento histórico en que surge el folletín y la huella que esas contradicciones dejan en su misma estructura¹⁰⁵. Pero eso requiere una lectura no contenidista incluso de los contenidos. Es la propuesta por Gramsci, distanciándose de la lectura realizada por Marx en *La Sagrada Familia*. Lo que Marx lee en *Los misterios de París* es la hipocresía de Rodolfo, la alienación religiosa de Fleur de Marie, el moralismo de las reformas sobre las colonias peniten-

ciarias, etcétera, y de ahí concluye en los insuperables límites de la conciencia pequeño burguesa del autor. Gramsci toma otra dirección: en lugar de ir del texto al autor rehace el camino de la situación del pueblo, de las clases subalternas, al texto. Y ello no en base a *temas*, sino a *preguntas*: ¿por qué el éxito popular de esa literatura?, ¿qué ilusión particular da al pueblo?, ¿qué fantasmas populares agita? Y por ese camino a lo que Gramsci llega es a reconocer en el folletín una forma de encuentro del intelectual con el pueblo, un embrión de lo “nacional popular” que echa de menos en Italia¹⁰⁶. Es tanto el interés de Gramsci por el fenómeno *cultural* del folletín, que hasta traza el proyecto de una investigación sobre los tipos de héroes y los subgéneros y sobre la lectura popular.

Muy cercana a la de Gramsci, la reflexión de Eco se centra en averiguar los mecanismos que articulan ideología e intriga, reconocimiento e industria. Ya que es el ajuste entre escritura y lectura, y entre estructura narrativa y mercado el que convierte a la novela popular en “una cadena de montaje de gratificaciones continuas” donde los hechos terminan por arreglarse al gusto de los lectores, esto es, a la convencionalidad de unos principios morales permanentemente remachados. Eco ha sabido desmontar lo que cobija el reconocimiento. Y el papel ahí ejercido por la *verosimilitud* del relato en cuanto acuerdo con el sistema de expectativas del público lector. Un acuerdo que enmascara la distancia entre lo verídico de las situaciones, la realidad de los problemas y lo fantástico de las soluciones dadas a los conflictos. Lo sorpresivo e inesperado de la intriga invade sin discontinuidad alguna el campo de las soluciones naturalizando las fantasías. Y produciendo una sensación de movimiento que encubre la ausencia de verdaderos cambios. “El equilibrio y el orden trastornados por la violencia informativa del golpe de escena se restablecen sobre las mismas bases emotivas de antes. Los personajes no cambian. El que se convierte ya era bueno antes; el que era malo muere impenitente [...] El lector se consuela sea porque suceden centenares de cosas extraordinarias, sea porque esas cosas no alteran el movimiento undoso de la realidad”¹⁰⁷. Ahí, en esa juntura interior entre intriga y moral convencional y no en las posiciones reaccionarias o reformistas de los personajes, es donde trabaja la ideología, donde se produce la consolación. En esas soluciones que el lector saborea como innovadoras pero que son en última instancia tranquilizadoras son las que él esperaba. Ahí convergen la originalidad narrativa del folletín y el efecto más secreto

de la ideología: en la dinámica de la provocación-pacificación. El folletín agita, denuncia contradicciones atroces en la sociedad, pero en el mismo movimiento trata de resolverlas “sin mover al lector”; la solución responderá a lo que él espera y le devolverá la paz. Mientras la novela *sín* adjetivos problematiza al lector, lo pone en guerra consigo mismo, “la novela popular tiende a la paz”¹⁰⁸.

Formato y símbolo

Rastreada durante todo el recorrido hay una pregunta que al final nos volvemos a encontrar: ¿en qué sentido es popular el folletín si ya es de masa? En una aproximación en negativo diríamos que lo es al menos en la medida en que configura una experiencia literaria accesible a la gente con el mínimo de experiencia verbal previa en cuanto lector. Lo cual no equivale en modo alguno a confundir lo popular con “lo que le gusta a la gente ignorante y truculenta”. Hay en el elitismo una secreta tendencia a identificar lo bueno con lo serio y lo literariamente valioso con lo emocionalmente frío. De manera que “lo otro”, lo que le gusta a la gente del común, podrá ser a lo sumo entretenimiento pero no literatura. Esa reacción de las élites “guardianas del gusto” contra la literatura popular no está muy lejos de aquella otra con la que una clase recelaba el que los placeres sexuales estuviesen a disposición de la gente ordinaria, ya que eran “demasiado buenos para ella”.

Ahora en positivo, popular podría significar la presencia de una matriz cultural a través, en este caso, de la “narración primitiva”. Llama así Frye a aquella narración en que las formas narrativas aparecen fuertemente codificadas produciéndose una *ritualización de la acción*¹⁰⁹. Es la narración que se construye sobre el “y entonces” por oposición a la del “por lo tanto” y su cotinuidad puramente lógica. Narración de perspectiva vertical, que separa tajantemente a los héroes de los villanos aboliendo la ambigüedad y exigiendo del lector tomar partido. Pero héroes y villanos cuya separación *simboliza una topografía de la experiencia sacada del contraste entre dos mundos*: el que se halla por *encima* de la experiencia cotidiana de la vida —mundo de la felicidad y de la luz, de la seguridad y la paz— y el que se halla por *debajo*, y que es el mundo de lo demoníaco y lo oscuro, del terror y las fuerzas del mal. La ritualización de la acción se halla así ligada no sólo a unas

“técnicas”, sino a unos arquetipos que, como señala Román Gubern, remiten “a la suma de nuestras experiencias cotidianas” y que nacen “no en el cielo, sino de los sufrimientos y goces cotidianos”¹¹⁰. Y de otro lado, la ritualización de la acción nos señala la pertenencia de la “narración primitiva” a una *familia de historias*, que la sitúa en una lógica del todo diferente a la de la obra y su originalidad, lo que a propósito del folletín hemos llamado su estructura *de género*.

Desde esa perspectiva los recursos técnicos no remitirían sólo a unos formatos industriales y a unas estrategias comerciales, sino a un modo otro de narrar. Lo cual no significa desconocer la presión de los formatos o la habilidad de los comerciantes, sino negarse a atribuirles una eficacia simbólica que de ninguna manera ellos pueden explicar. Así, la velocidad de la intriga —la cantidad desmesurada de aventuras— se halla ligada al interés del productor y del lector por prolongar el relato, pero no puede explicarse sin su relación a la lógica del “y entonces” y la prioridad ahí de la acción sobre la psicología. Como la redundancia que lastra el paso de un episodio a otro nos remite a la *repetición* y la temporalidad que ella instaaura, o *el esquematismo* en su relación a los procesos de identificación y reconocimiento.

Ya Morin señaló la función de ósmosis desempeñada por el folletín entre la corriente burguesa y el imaginario popular. Junto a los misterios del nacimiento, la sustitución de los hijos, las falsas identidades, el folletín introduce la búsqueda del éxito social y los conflictos sentimentales. Pero a su vez los personajes del mundo cotidiano se verán arrastrados a aventuras rocambolescas y la vida de la ciudad se verá atravesada por la irrupción del misterio: “Las corrientes subterráneas del sueño irrigando las ciudades prosaicas”¹¹¹.

3. Continuidad y rupturas en la era de los medios

Decir “cultura de masa” suele equivaler a nombrar lo que pasa por los medios masivos de comunicación. La perspectiva histórica que estamos esbozando rompe con esa concepción y muestra que lo que sucede en la cultura cuando emergen las masas no es pensable sino en su articulación a las readecua-

ciones de la hegemonía, que, desde el siglo XIX, hacen de la cultura un espacio estratégico en la reconciliación de las clases y reabsorción de las diferencias sociales. Las invenciones tecnológicas en el campo de la comunicación hallan ahí su *forma*: el sentido que va a tomar su *mediación*, la mutación de la materialidad técnica en potencialidad socialmente comunicativa. Ligar los medios de comunicación a ese proceso —como se ha visto en la primera parte— no implica negar lo que constituye su especificidad. No estamos subsumiendo las peculiaridades, las modalidades de comunicación que los medios inauguran, en el fatalismo de la “lógica mercantil” o produciendo su vaciado en el magma de la “ideología dominante”. Estamos afirmando que las modalidades de comunicación que en ellos y con ellos aparecen fueron posibles sólo en la medida en que la tecnología materializó cambios que desde la vida social daban sentido a nuevas relaciones y nuevos usos. Estamos *situando* los medios en el ámbito de las mediaciones, esto es, en un proceso de transformación cultural que no arranca ni dimana de ellos pero en el que a partir de un momento —los años veinte— ellos van a tener un papel importante. Y es evidente hoy que esa importancia se halla también históricamente determinada por el poder que en la escena mundial adquiere Estados Unidos en esos años, justo el país en que los medios van a lograr su mayor desarrollo. De manera que si no puede hablarse de cultura de masa sino cuando su producción toma la forma, al menos tendencial, del mercado mundial, ello se hace posible sólo cuando la economía norteamericana, *articulando* la libertad de información a la libertad de empresa y de comercio, se dio a sí misma una vocación imperial¹¹². Sólo entonces “el estilo de vida norteamericano” pudo erigirse en paradigma de una cultura que aparecía como sinónimo de progreso y modernidad. Antes pues de señalar las tendencias que toma la cultura al ser moldeada por los medios es necesario caracterizar mínimamente la sociedad que le imprimió su estilo.

“La sociedad a la que faltaban instituciones nacionales bien definidas y una clase dirigente consciente de serlo se amalgamó a través de los medios de comunicación de masas”, afirma Daniel Bell¹¹³. Afirmación que enlaza perfectamente, aunque sin optimismo, con la caracterización que de la sociedad norteamericana trazara Tocqueville. Una sociedad en la que la ausencia de aristocracia propició la primacía de la actividad industrial, y la ausencia de tradición, el gusto y el empeño por el experimento y las innovaciones. Con más apego

a las costumbres que a las leyes y una fuerte adherencia a la familia como célula y base de la religión y la riqueza, de la organización del trabajo y la productividad, la norteamericana es la formación social que logra al mismo tiempo unas condiciones de vida más igualitarias y el sistema político más descentralizado. Claro que el “aislamiento en familia” ha gestado una sociedad profundamente individualista, la igualación de las condiciones, una uniformación de la maneras de vivir, y el poder debilitado en su “centralidad” alarga su influencia hasta tocar las zonas más internas de la vida¹¹⁴. La Norteamérica del siglo XIX ponía así las bases al “estilo de vida” que en el siglo XX proporcionará la materia prima al imaginario de los medios.

Al final de la Primera Guerra Mundial, Estados Unidos entra en una era de formidable prosperidad económica, los “felices veinte”. La combinación de progreso tecnológico con abundancia de créditos hace posible la producción masiva de una buena cantidad de utensilios abaratando su costo y abriendo las compuertas del consumo a las masas, inaugurando el “consumo de masa”. Pero el consumo requerido por la nueva estructura de la producción no era un hábito social, antes por el contrario: se enfrentaba a la mentalidad de unas masas en gran parte sólo recientemente urbanizadas, y para las que la compulsión primaria era la tendencia al ahorro. El “sistema” requirió entonces *educar a las masas* en el consumo. En 1919, un magnate de Boston afirmaba: “La producción en masa exige la educación de las masas; las masas deben aprender a comportarse como seres humanos en un mundo de producción en masa. Deben adquirir no una mera alfabetización, sino una cultura”¹¹⁵. Y aún cuando pocos años después estallaría la crisis de 1929, y luego la Segunda Guerra Mundial, y sólo hasta los cincuenta el consumo llegaría a ser una práctica generalizada, él sería desde entonces un ingrediente clave del estilo de vida y la cultura de masa norteamericana.

La mejor expresión de la manera como el consumo se hizo elemento *de cultura* se halla en el cambio radical que sufre la publicidad en esos años, su invadirlo todo transformando la comunicación entera en persuasión. Dejando de informar acerca del producto, la publicidad se dedica a *informar los objetos dando forma a la demanda*, cuya materia prima van dejando de ser las necesidades y pasan a serlo los deseos, las ambiciones y frustraciones de los sujetos¹¹⁶. El proceso de secularización iniciado siglos atrás sólo ahora le llega verdaderamente a las masas: cuando el ideal de la salvación se “convierta” en el del

bienestar, esa figura *objetiva* de la felicidad, ya que es la única comprobable y medible en objetos. Ideal secular y democrático que estaba en la declaración misma de independencia: “Todos los hombres tienen derecho a la felicidad”. Para la cultura de masa la publicidad no será sólo la fuente más grande de su financiación¹¹⁷, es además la fuerza que hace su encantamiento¹¹⁸.

Si los medios le permitieron a la sociedad norteamericana cohesionarse, la cultura que ellos ayudaron a forjar será a su imagen. Y hay en esa imagen algunos rasgos especialmente caracterizadores. Así, el peso y la presencia de las clases medias acuñando un individualismo a la búsqueda incesante de gratificaciones, y la tendencia a hacer de las relaciones sociales valores psicológicos, a reducir a psicología los problemas sociales. “Es ya un tópico”, dice Sennett, “que los norteamericanos tienden a una visión psicomórfica de la sociedad, en la cual las cuestiones de clase, de raza e historia quedan abolidas en pro de explicaciones que conectan el carácter y la motivación de los participantes en la sociedad”¹¹⁹. Pero que ello es algo más que un tópico se ha encargado de mostrarlo la imagen que de esa cultura producen y reproducen incesantemente los medios. Y de lo que esa imagen habla es de la desocialización en que desemboca la valoración extrema que es atribuída en esa cultura a la experiencia individual. Los héroes de la nueva mitología, más que representar a la comunidad que encarnan, representan su propio recorrido, su *esfuerzo por hacerse*. En las publicaciones de masa de los años veinte el gran héroe de las ficciones es el hombre de negocios, y la meta, el ideal de recompensa, es la ascensión social¹²⁰.

La relación entre cultura y medios de comunicación en la Norteamérica a que nos estamos refiriendo debe ser abordada articulando dos planos: el de lo que los medios reproducen —un peculiar estilo de vida— y el de lo que producen —la gramática de producción con que los medios *universalizan* un modo de vivir—. Occidentalizada universalidad que en su base es potencial económico, invasión y control de los demás mercados, pero también algo más: desplazamiento del eje geopolítico de la hegemonía de una Europa enredada en la impostura fascista a una Norteamérica espacio de un vigoroso desarrollo democrático. La cultura de la massmediación se forja en la tensión entre esas dos dinámicas: la de los intereses económicos de un capitalismo más y más monopólico que se aprovecha de la débil y funcional presencia del Estado¹²¹, y la de una poderosa sociedad

civil que defiende y amplía los límites de la libertad.

Aunque los progresos técnicos y la organización empresarial de la prensa en Europa amplió grandemente su público, donde la prensa alcanzó verdaderamente una audiencia masiva fue en Estados Unidos. A ello contribuyeron la falta de una auténtica centralización estatal, la abolición de los pesados impuestos que lastraban a la prensa europea, el rol de la comunicación a todos los niveles en el proceso de construcción de la nacionalidad y una competencia comercial que estimuló la ruptura de las reglas tradicionales de organización y confección del periódico. Se desarrolló entonces “un metalenguaje comunicacional más allá de las palabras, codificado por los tipos de letras, el tamaño de los titulares, la disposición de la información dentro del territorio de la página y una paginación jerárquica que a su vez creaba una jerarquización de la noticia”¹²². Formato nuevo para una nueva concepción de la información, la que consagra el valor de *intercambio* de la noticia, al mismo tiempo mercancia y comunicación civil, horizontal frente a cualquier autoritarismo. Convertida en *producto*, la noticia adquiere el derecho a penetrar cualquier esfera “ampliando progresivamente la definición de lo público, absorbiendo y atenuando en ella las diferencias y contradicciones de clase y deteniéndose tan sólo en el límite extremo de la tolerancia media del público más amplio posible”¹²³.

La superación de las “trabas” políticas coloca el desarrollo de la prensa norteamericana únicamente en el terreno de la competencia económica, lo que ya a finales de siglo XIX conduce al nacimiento de la *prensa amarilla*. La pugna entre los dos grandes emporios, el Pulitzer y el Hearst, lleva la comercialización de la prensa hasta las más cínicas estratagemas en “la caza del cliente”. Y es en esa *abyecta sumisión al capital*¹²⁴ donde se ha centrado casi siempre la atención de los estudios sobre la prensa amarilla, soslayando o fatalizando como pura manipulación todo lo que en esa prensa dice relación a los códigos de lo popular. Me refiero, por una parte, a todo lo que en ese periodismo hace continuidad con el sensacionalismo de la literatura del suceso y de terror —narración gótica en Inglaterra, pliegos de cordel en España, *canards* en Francia— a través de las crónicas escritas por reporteros que se hacen pasar por presos en las cárceles o locos en los asilos, y que se hallan presentes en el lugar del crimen o el accidente para poder “comunicar en vivo” la realidad y las emociones del suceso¹²⁵. Y por otra, lo que significa en esa prensa la primacía de la

imagen: desde la “visualización” de los titulares y la redefinición del peso y el rol de la fotografía, hasta el impulso al desarrollo de esa iconografía popular por excelencia que será el *comic*, el moderno relato en imágenes.

En el *comic* norteamericano de esos años pueden verse en acción con toda nitidez tanto la ruptura como la continuidad. La ruptura, en la “marca de fábrica” que pone la presión de los *syndicates* mediatizando el trabajo de los autores hasta estereotipar en grado sumo los personajes, simplificar al extremo los argumentos y abaratar el trazo del dibujo: la *narración* es así empobrecida, desactivada. Pero hay continuidad en la producción de un *folklore* que recoge del viejo el anonimato, la repetición y la interpelación al incosciente colectivo que “vive” en las figuras de los héroes y el lenguaje de adagios y proverbios, en las facilidades de memorización y en su transportar el relato que se cuenta a la cotidianidad en que se vive¹²⁶.

Más aún que en la prensa será en *el cine* donde se haga ostensible la “universalidad” de la gramática de producción de cultura masiva elaborada por los norteamericanos. Justo en el cine, ese “arte nómada y plebeyo” cuyo lugar de nacimiento es la barraca de feria y el music-hall. Este último bien merecería un estudio aparte dado el lugar que ocupa en el trayecto que del melodrama de 1800 y el circo conducen al cine. Hay un aspecto en ese trayecto que interesa dejar al menos anotado para situar mínimamente al cine en el proceso de modernización y urbanización del espectáculo popular: las rupturas que el music-hall, especialmente el norteamericano, introduce por relación al circo¹²⁷. Del viejo circo el music-hall va a tomar muchas cosas, pero frente a su mundo *cerrado* —en el circo se nace y dentro de él se transmiten los secretos profesionales de padres a hijos— el music-hall es *abierto*, a él llegan y de él salen continuamente los artistas sin dinastía ni herencias, la “familia” ha sido reemplazada por la empresa. Al espacio del circo, con su pista en el centro rodeada, acosada por el público como en los viejos teatros de plaza o de corrala, y donde los actores se mezclan con la gente, le sucede un espacio cortado, en el que “la pista” se coloca al frente, separada del público. La mezcolanza de destrezas animales y humanas, la diversidad de atracciones y diversiones que se daban cita en el circo sufre una fuerte reducción, no tanto por el tamaño de la sala —en el Londres de finales de siglo XIX había salas hasta de mil asientos—, sino por la forma que informa el nuevo gusto, y que ya deja sitio solamente a ilusionistas, mimos, bailarines y cantantes. Finalmente, frente a la

ausencia de vedettes, la no separación de los oficios —los artistas de circo son los mismos obreros que lo montan y desmontan— y el desarraigo que implica su andar de un sitio a otro permanentemente, el music-hall organiza el espectáculo alrededor de una o dos vedettes, contrata los artistas únicamente en cuanto tales y se integra bien pronto a los circuitos comerciales. Esas diferencias no se producen todas de una vez, sino a lo largo de una evolución que llega hasta hoy y que penetra ya lo que todavía queda del circo; pero a comienzos de siglo esas diferencias marcan un relevo importante en la historia de la transmutación de lo popular en masivo.

Con la Primera Guerra Mundial se inicia la decadencia del cine europeo y el establecimiento de la supremacía norteamericana. “Los films extranjeros fueron eliminados de los programas de las 20.000 salas de Estados Unidos. En el resto del mundo los films norteamericanos ocupaban del 60 al 90 por ciento de los programas y se dedicaban cada año 200 millones de dólares a una producción que pasaba de 800 films. 1.500 millones de dólares invertidos en el año lo habían transformado en una empresa comparable, por sus capitales, con las mayores industrias norteamericanas: automóviles, conservas, petróleo, cigarrillos”¹²⁸. No es que hasta entonces el cine no hubiera sido negocio, desde sus comienzos los productores buscaron la rentabilidad, como lo demuestran las empresas pioneras formadas por Pathé y Gaumont. Pero es en Norteamérica donde el cine deja de arruinar empresarios y donde despegando del espacio teatral desarrolla su propio lenguaje. Para lo primero se pondrá a punto una bien aceiteada maquinaria que “comunica” al productor con el público por intermedio de distribuidores y exhibidores. Las decisiones de producción remitirán así a un férreo sistema de intervenciones y a una trama de intereses coaligados. “Los artistas fueron controlados por lo que los productores creían, los distribuidores fueron controlados por lo que ellos creían que los propietarios de cines querían, y los propietarios de cine lo fueron por lo que ellos creían que el público deseaba”¹²⁹. Creencia que si *funcionó* económicamente lo fue en base al ajustamiento que el sistema fue haciendo del público al nuevo espectáculo. Y en ese ajustamiento el *stars system* y la *plasmación de géneros* fueron decisivos: ambos montando el dispositivo comercial sobre mecanismos de percepción y reconocimiento popular.

El público mayoritario del cine provenía de las clases populares, y en la Norteamérica de ese tiempo, de las más

populares de todas que eran las desarraigadas masas de inmigrantes. La pasión que esas masas sintieron por el cine tuvo su anclaje más profundo en la secreta irrigación de identidad que allí se producía. “Cuando el espectador gritaba ¡bravo! o silbaba no era para expresar el juicio que le merecía la calidad de una representación, sino para demostrar su identificación con el destino de los héroes que veía en la pantalla [...], hacía suyas —sin enjuiciarlas— peripecias de personajes dotados de una suerte de realidad que trascendía la idea de representación”¹³⁰. La magia de la sala oscura llevaba así a su “plenitud” el modo de ver que desde el melodrama de 1800 tendía al desplazamiento de la representación y a la fusión del personaje con el actor. Fue esa secreta complicidad entre el cine y su público —toda la adhesión que el cine suscitaba en las clases populares se convertía para las élites en desprecio y rechazo— lo que vino a activar y “explotar” el *star system*. La indistinción entre actor y personaje producía un nuevo tipo de mediación entre el espectador y el mito. Mediación que tenía en el espacio de la pantalla un dispositivo específico: el *primer plano*, con su capacidad de acercamiento y de fascinación, pero también de difusión y popularización del rostro de los actores; y fuera de la pantalla tenía en la *prensa* un dispositivo efficacísimo de referenciación y traducción del mito en valores y pautas de comportamiento cotidianos¹³¹. La ideología se trocaba en *economía*: era la identificación sentida y el deseo movilizado por la “estrella” lo que hacía la rentabilidad de los films. Y en ese movimiento, que reconciliaba al arte con el *sensorium* de las masas, éstas eran incorporadas a una nueva experiencia de subjetividad: “El deseo de vivir su vida, es decir, de vivir sus sueños y soñar su vida [...]. El aburguesamiento del imaginario cinematográfico corresponde a un aburguesamiento de la psicología popular”¹³². La hegemonía se afianzaba en ese acceso de las masas al funcionamiento afectivo de la subjetividad burguesa. La identificación con la *star* fue el lugar de ese afianzamiento, pues allí se producía el trasvase de la fascinación onírica, en la sala de cine, a la idealización de unos valores y unos comportamientos fuera de la sala, en la vida cotidiana.

El otro gran resorte, punto de anclaje de la industria cinematográfica en el “aparato” perceptivo de las masas, fueron los géneros. Y una vez más no es que la producción europea desconociera los géneros, sino que fue en Hollywood donde, rompiendo con la mera trasposición al cine de unos géneros teatrales o novelescos, se inventan unos y se recrean

otros. Si como planteamos a propósito del folletín, el género no es sólo cualidad del relato, sino el mecanismo desde el que se produce el reconocimiento —en cuanto clave de lectura, de desciframiento del sentido y en cuanto reencuentro con un “mundo”—, ello va a ser verdad, mucho más verdad aún, con los géneros cinematográficos. Es en ellos donde las “condiciones de lectura” van a ser asumidas y trabajadas sistemáticamente desde el espacio de la producción. Un género va a ser entonces no sólo un registro temático, un repertorio iconográfico, un código de acción y un campo de verosimilitud, sino un registro de la *competencia filmica* y hasta una ocasión de especialización para las casas productoras¹³³. En la época de esplendor de Hollywood, la Warner Bros se especializa en cine de gangsters y de guerra, la Universal en el de terror, y la Metro en dramas psicológicos y hagiografías.

Hay dos géneros —hasta cierto punto complementarios— en los que el cine norteamericano ha basado su universalidad: la invención del western y la recreación del melodrama. En el *western*, Estados Unidos se daba una historia y una mitología, la lucha de los pioneros se tornaba “epopeya visual”. Cine de *pura acción*, el western resultó a la vez el género con el más alto grado de convenciones, el de mayor rigor en la codificación y aquel en el que Hollywood produce algunas de las obras más originales. Y en esa forma, del *Asalto y robo de un tren* a *La diligencia* no es sólo un sistema de producción lo que se engendra, es también un modo de narrar.

A través del folletín el cine recibe en herencia el melodrama. Y lo reinventa, es decir, lo transforma de nuevo en el gran espectáculo popular que moviliza las grandes masas alentando la más fuerte participación del espectador. Hay una convergencia profunda entre cine y melodrama: en el funcionamiento narrativo y escenográfico, en las exigencias morales y los arquetipos míticos, y en la eficacia ideológica. Mas que un género, durante muchos años el melodrama ha sido la entraña misma del cine, su horizonte estético y político. De ahí en buena parte su éxito popular, tanto como el largo desprecio de las élites consagrando a propósito del cine el peyorativo y vergonzante sentido de la palabra melodrama y más aún el del adjetivo “melodramático” para decir todo lo que para la cultura culta caracteriza la vulgaridad de la estética popular. Si el western significó el hallazgo de un lenguaje directo y una estética elemental pero eficaz, la narración paralela y el plano general, el melodrama cinematográfico aporta el tratamiento

expresivo del montaje y el uso dramático del primer plano. Fueron esos los elementos de la gramática con que Hollywood hizo del cine un lenguaje “universal” y el primer medio masivo de una cultura trasnacional.

Tercera parte

Modernidad y massmediación en América Latina

La crisis de 1930 unificó visiblemente el destino de América Latina. Comenzaba una era de escasez. La escasez podía ser el hambre y la muerte, pero fue, además, el motor desencadenante de intensos y variados cambios [...] De pronto pareció que había mucha más gente, que se movía más, que gritaba más. Eran las ciudades que empezaban a masificarse.

J.L. Romero

El país requería bases comunes, lazos colectivos. El cine y la radio se cohesionan como factores irremplazables de unidad nacional. Un público se sorprende al compartir entusiasmos y catarsis, integrado a una nación.

C. Monsiváis

Después de recorrer los hitos que jalonan el debate cultural y de asomarnos al proceso de constitución histórica de la massmediación, este tercer momento busca integrar la reflexión: América Latina como espacio a la vez de debate y combate. Sólo que ahora se invertirá el trazado y partiremos del análisis de los procesos sociales en que se constituye lo masivo para desde allí otear el horizonte de las transformaciones y los desplazamientos producidos en el debate teórico y metodológico. Estamos así haciendo explícito el actual reencuentro del método con la situación latinoamericana en la doble dimensión de su diferencia: la que históricamente ha producido la dominación y la que socialmente se construye en el mestizaje de las razas, los tiempos y las culturas. En la articulación de esa doble dimensión se hace socialmente visible el contradictorio sentido de la modernidad en Latinoamérica: tiempo del desarrollo atravesado por el destiempo de la diferencia y la discontinuidad cultural.

I Los procesos: de los nacionalismos a las trasnacionales

I Una diferencia que no se agota en el atraso

La posibilidad de que hablar de *América Latina* no sea solamente una invocación a la unidad originada en la dominación por la conquista, y tenga sentido al hablar de las contradicciones del presente, reside y se apoya sobre esa otra “unificación visible” de que habla J.L. Romero al estudiar el proceso de incorporación de los países de la región a la modernidad industrializada y al mercado internacional. De las luchas por la independencia hasta la reorganización del imperialismo en los comienzos del siglo XX, la dinámica básica fue la de la fragmentación y la dispersión: un estallido casi permanente de las precarias formaciones nacionales a partir de conflictos internos o de las estratagemas de división promovidas desde las nuevas metrópolis. Y si es verdad que las diferentes formaciones nacionales toman rumbos y ritmos diferentes, también lo es que esa diversidad va a sufrir desde los años treinta una readecuación fundamental y de conjunto. La posibilidad de “hacerse naciones” en el sentido *moderno* pasará por el establecimiento de mercados nacionales, y ellos a su vez serán posibles en función de su ajuste a las necesidades y exigencias del mercado internacional. Pero ese modo dependiente de acceso a la modernidad va hacer visible no sólo el “desarrollo desigual”, la desigualdad en que se apoya el desarrollo del capitalismo, sino la “discontinuidad simultánea”¹ desde la que Amé-

rica Latina vive y lleva a cabo su modernización. Discontinuidad sobre tres planos: en el *destiempo* entre Estado y Nación —algunos estados se hacen naciones mucho después y algunas naciones tardarán en consolidarse como estados—, en el *modo desviado* como las clases populares se incorporan al sistema político y al proceso de formación de los estados nacionales —más como fruto de una crisis general del sistema que las enfrenta al Estado que por el desarrollo autónomo de sus organizaciones—, y en el papel *político* y no sólo ideológico que los medios de comunicación desempeñan en la nacionalización de las masas populares.

Antes de abordar por separado el análisis de cada uno de los tres planos, es necesario que elucidemos el sentido de la idea de discontinuidad, de *modernidad no contemporánea*, para liberarla de los malentendidos que la cercan y desfiguran frecuentemente. La no-contemporaneidad de que hablamos debe ser claramente deslindada de la idea de *atraso constitutivo*, esto es, del atraso convertido en clave explicatoria de la diferencia cultural. Es una idea que se manifiesta en dos versiones. Una, pensando que la originalidad de los países latinoamericanos, y de América Latina en su conjunto, se halla constituida por factores que escapan a la lógica del desarrollo capitalista. Y otra, pensando la modernización como recuperación del tiempo perdido, y por tanto identificando el desarrollo con el definitivo dejar de ser lo que fuimos para al fin ser modernos. La discontinuidad que intentamos pensar se sitúa en otra clave, que nos permite romper tanto con un modelo ahistórico y culturalista como con el paradigma de la racionalidad acumulativa en su pretensión de unificar y subsumir en un solo tiempo las diferentes temporalidades sociohistóricas. Para poder comprender *tanto lo que en la diferencia histórica ha puesto el atraso*, pero no un tiempo detenido, sino *un atraso que ha sido históricamente producido* —niños que mueren diariamente por desnutrición o disenteria, millones de analfabetos, déficit de calorías básicas en la alimentación de las mayorías, baja en las expectativas de vida de la población, etcétera—, *como lo que a pesar del atraso hay de diferencia*, de heterogeneidad cultural, en la multiplicidad de temporalidades del indio, del negro, del blanco y del tiempo que hace emerger su mestizaje.

Sólo desde esa tensión es pensable una modernidad que no se reduzca a imitación y una diferencia que no se agote en el atraso. Ahí apuntaba la difícil lucha de Bolívar por adecuar las doctrinas políticas de su época a la “gramática de la diversidad”

racial, geográfica, climática y cultural de estos países, por adecuar el liberalismo a las exigencias de una sociedad en formación, en la que a nombre de la igualdad el liberalismo acababa haciendo de la libertad un principio de los fuertes². Bolívar proponía un tipo de Nación que no se recortaba sobre el calco de la Nación europea, y un tipo de Estado que, abatiendo el poder absoluto, fuera sin embargo suficientemente fuerte para defender a los débiles contra las clases ricas. Línea de pensamiento y lucha que continúa Martí colocando el obstáculo fundamental a la construcción de estas naciones en la no-comprensión “de cuáles desordenados elementos se habían forjado las nuevas naciones con tanta prisa”³. Y la de Mariátegui insistiendo denodadamente en que la tarea de estos países no es alcanzar a Europa, redescubriendo el valor y el sentido del mito y proclamando que en América Latina “había que soltar la fantasía, libertar la ficción de todas sus viejas amarras para descubrir la realidad”⁴.

2 El destiempo entre Estado y Nación

Desde los años veinte la mayoría de los países de América Latina inician un proceso de reorganización de sus economías y de readecuación de sus estructuras políticas. La industrialización se lleva a cabo en base a la sustitución de importaciones, a la conformación de un mercado interno y a un empleo creciente de mano de obra en el que es decisiva la intervención del Estado y sus inversiones en obras de infraestructura para transporte y comunicaciones. De manera que aun cuando el despegue de los procesos de industrialización responde a condiciones de funcionamiento del mercado internacional, hay diferencias de alcance y de ritmo que responden al grado de desarrollo del “proyecto nacional” que desde la segunda mitad del siglo XIX forjan las burguesías en cada país.

Hay un largo debate en torno a la posibilidad misma de hablar de *burguesías nacionales* en la América Latina de esos años, y a su contradictoria relación en la conformación de los estados nacionales. Pero, ¿cómo pudo haber economía y política nacional, se pregunta Malcolm Deas, sin articulación de intereses de clase a nivel nacional?⁵ Ciertamente que hay diferencias en el alcance y en la capacidad de maniobra de las burguesías en países como, por ejemplo, Brasil y Ecuador, pero no difieren

tanto en la concepción darwinista, que orienta el proceso de modernización y desarrollo nacional, como en el tamaño de los efectos, pero comparten el hecho de la explosión urbana y la escisión de la sociedad tradicional. Una explosión producida por la conjunción del crecimiento demográfico con la emigración del campo a la ciudad —a la que en países como Argentina se añadirá una enorme emigración proveniente de Europa—, y la conformación de una sociedad que empieza a ser “de masas” y que entra en colisión con la “normalizada” sociedad en su segregación de clases y de grupos sociales. Pueda o no llamarse propiamente “burguesía nacional”, lo cierto es la aparición de unas *burguesías nuevas*⁶ que controlan *al mismo tiempo* el mundo de los negocios y el de la política, promoviendo cambios que sólo pueden efectuarse con la imbricación de ambos. Y lo que permitió esa imbricación no fue únicamente la coyuntura económica, sino la asunción por las burguesías latinoamericanas de la necesidad ineluctable de incorporar estos países a los modos de vida de las “naciones modernas”. Pues sólo una transformación podía sacar a estos países definitivamente del estancamiento y el atraso. Claro que la transformación tenía marcado de antemano el rumbo: caminar hacia “el mundo urbano europeizado.” De ahí que fuera lícito —así lo declaraban filósofos y hombres de ciencia— marginar o instrumentalizar a los sectores inertes, a todo lo que constituyera rémora y obstáculo. De lo contrario lo que estaba en peligro era la existencia misma de la nación.

Las nuevas burguesías van a usufructuar, cambiándole el sentido pero al mismo tiempo “realizándolo”, el viejo *proyecto nacional* concebido por la clase criolla⁷. Es elaborando y adelantando ese proyecto como la clase criolla absorbe atributos nacionales y se hace “nacional” ella misma. “Proyecto nacional se denomina a este *continuo*, a esta prolongada empresa por la cual la clase criolla construye el Estado y la Nación”⁸. La empresa falla en el siglo XIX, pero en ella se apoya, pues es el modo de apuntalar la estructura del poder interno, el nuevo proyecto de construcción de la Nación moderna.

Surge así un nacionalismo nuevo, basado en la idea de una *cultura nacional*, que sería la síntesis de la particularidad cultural y la generalidad política, de la que las diferentes culturales étnicas o regionales serían expresiones. La nación incorpora al pueblo “transformando la multiplicidad de deseos de las diversas culturas en un único deseo, el de participar del sentimiento nacional”⁹. Y en esa forma la diversidad legítima

la irremplazable *unidad* de la Nación. Trabajar por la Nación es ante todo hacerla *una*, superar las fragmentaciones que originaron las luchas regionales o federales en el siglo XIX, haciendo posible la *comunicación* —carreteras, ferrocarril, telégrafo, teléfono y radio— entre regiones, pero sobre todo *de las regiones con el centro*, con la capital.

Compartiendo esa concepción de base, existieron sin embargo dos corrientes. Una que identifica el progreso nacional con el de la clase que lo orienta y con el esfuerzo de industrialización. Otra, presente en los países configurados cultural y socialmente, por lo que Darcy Ribeiro llama “pueblos testimonio”¹⁰, que busca compaginar la nueva nacionalidad con aquella otra Nación que existía antes y que “viene de abajo”. Para los unos lo decisivo era industrializarse y así acceder al rango de naciones civilizadas; para los otros hubo siempre una fuerte tensión entre la necesidad imperiosa de industrialización y la conciencia de su diferencia como Nación precisamente. Esa tensión dio lugar en el Perú de finales de los años veinte a un debate que puso de frente el “problema nacional” al “problema indígena” desde dos proyectos, el de Haya de la Torre y el de José Carlos Mariátegui, abiertamente en conflicto¹¹.

En el conjunto de América Latina la idea de modernización que orientó los cambios, y que llenó de contenido los nacionalismos, fue más un movimiento de *adaptación*, económica y cultural, que de profundización de la independencia. Refiriéndose al nacionalismo brasileño, E. Squeff afirma: “Sólo podíamos alcanzar nuestra modernidad a partir de la traducción de nuestra materia prima en expresión que pudiese encontrar reconocimiento en el exterior”¹². La dinámica de la política cultural venía así a plasmarse sobre la de la economía política. La que a su vez más que un proceso de crecimiento del mercado interno resultó ser de interiorización del modelo y de las exigencias que venían del exterior. Se quería ser Nación para lograr al fin una identidad, pero la consecución de esa identidad implicaba su *traducción* al discurso modernizador de los países hegemónicos, pues sólo en términos de ese discurso el esfuerzo y los logros eran evaluables y validados como tales. La lógica del desarrollismo no será otra, sus claves ya estaban en los nacionalismos modernizadores de los años treinta: su etapa previa e indispensable.

La estructura política requerida por el proyecto modernizador se configura a partir del auge del centralismo y del rol protagónico asumido por el Estado. No se concibe la unidad

sino como fortalecimiento del “centro”, esto es, organizando la administración del país a partir de un solo lugar en el que se concentran las tomas de decisión. En algunos países el centralismo tendrá como contenido y justificación el establecimiento de los mecanismos básicos de una administración estatal aún inexistente —contabilidad nacional, organización de los impuestos, establecimiento del registro civil, etcétera—¹³, y en aquellos otros donde esos mecanismos ya existían el centralismo tendrá no sólo un sentido unificador, sino uniformador, homogenizador de tiempos, gestos y hablas. La heterogeneidad de que están hechos la mayoría de los países en América Latina sufrirá un fuerte proceso de funcionalización. Allí donde la diferencia cultural es grande, insoslayable, la originalidad es desplazada y proyectada sobre el conjunto de la Nación. Allí donde la diferencia no es tan “grande” como para constituirse en patrimonio nacional será folklorizada, ofrecida como curiosidad a los extranjeros. Pero ni la absorción nacional de la diferencia ni su folklorización fueron solamente estratagema funcionalizadora de la política centralista; durante un tiempo fueron también, como lo atestigua por ejemplo la novela indigenista, modos de manifestarse de “la conciencia del país nuevo”¹⁴, modos de afirmación de una identidad nacional en fase todavía de formación.

El otro pivote del nacionalismo en los treinta es el rol protagónico del Estado. Aunque de esto hablaremos más en detalle al tratar del populismo como modo de incorporación de las masas a la Nación, es preciso apuntarlo ya aquí. En algunos países, como México, ese protagonismo fue tan fuerte que convirtió al Estado en “el agente hegemónico por excelencia”¹⁵. A ello contribuyó, en el caso de México, el permanente “volcán plebeyo”, el estado secular de guerra interno y externo, y una constante erosión del poder de las clases superiores, todo lo cual exigió del Estado un protagonismo que se tradujo en la antinomia de la sobrepolitización y la desocialización. Para el caso de Chile, el protagonismo del Estado a expensas de la sociedad civil, del fortalecimiento de sus instituciones y de las organizaciones de clase, condujo a la autonomización de la política y a una concepción instrumental de la democracia¹⁶. Y no podía ser de otro manera dado que la entrada en la industrialización fue obra ante todo del Estado: “*El espíritu de empresa* que define una serie de rasgos de la burguesía industrial en los países capitalistas desarrollados fue, en América Latina, una característica del Estado, sobre todo en los períodos de impulso

decisivo. *El Estado ocupó el lugar de una clase social cuya aparición la historia reclamaba sin mucho éxito: encarnó a la Nación e impuso el acceso político y económico de las masas populares a los beneficios de la industrialización*¹⁷.

Y algo similar sucedió en lo cultural. Siguiendo con el caso de México, por lo explícito, encontramos que para Vasconcelos la Revolución misma, más que una irrupción de las masas en la historia, es la posibilidad del advenimiento de la civilización en el seno de las masas de la mano del Estado que es el gran educador. Concepción presente en el muralismo “que exalta los ejércitos zapatistas y el proletariado internacional pero en las paredes del Gobierno”¹⁸. Al proyecto humanista y culturalista de Vasconcelos los muralistas le añaden ejércitos campesinos e internacionalismo proletario, pero “quien dicta las normas de la Nación es el Estado, él monopoliza el sentimiento histórico y el patrocinio del arte y la cultura”¹⁹. Paradójicamente el crecimiento del Estado en México es “conquista del pueblo”, de las revoluciones populares contra las castas criollas, las corporaciones privadas y las amenazas extranjeras. En esa paradoja residirá la fuerza de la cultura nacional en México, de lo que ella seguirá significando incluso cuando el Estado abandone en parte su patrocinio y se lo confie a la industria cultural. Aun entonces lo nacional no será solamente lo que recorta y hace emerger como tal el Estado, sino el modo en que las masas resienten la legitimación social de sus aspiraciones. Si en ningún otro país de Latinoamérica hubo un nacionalismo tan acendrado como en el mexicano la razón habrá que buscarla en la ausencia de la Revolución que dotó al Estado mexicano de una representatividad popular no sólo formal. Es esa ausencia la que, aún en países en que el Estado era fuerte, hizo que la cultura nacional anduviera tan desconectada de la cultura real, y que la preocupación del Estado por la cultura sonara, y siga aún hoy sonando, tan retórica.

3. Masificación, movimientos sociales y populismo

Si los treinta son años claves para América Latina, tanto o más que por los procesos de industrialización y modernización de las estructuras económicas lo son en lo político, por la irrupción de las masas en la ciudad. Al tiempo que las ciudades se llenan de una masa de gente que, al crecimiento demográfico,

suma el éxodo rural, una crisis de hegemonía producida por la ausencia de una clase que como tal asuma la dirección de la sociedad, llevará a muchos Estados a buscar en las masas populares su legitimación *nacional*. El mantenimiento del poder era imposible sin asumir de alguna manera las reivindicaciones de las masas urbanas. El populismo será entonces la *forma* de un Estado que dice fundar su legitimidad en la asunción de las aspiraciones populares y que, más que una estratagema *desde* el poder, resulta ser una organización *del* poder que da forma al compromiso entre masas y Estado. La ambigüedad de ese compromiso viene tanto del vacío de poder que debe llenar el Estado —con el autoritarismo paternalista que ello produce— como del reformismo político que representan las masas. Para no atribuir al populismo una eficacia que no tuvo, a expensas de reducir a las masas a una pasividad manipulada, que tampoco responde a lo que sucedió, debemos elucidar lo que implicó la presencia social de las masas y la masificación en que se materializa.

La emigración y las nuevas fuentes y modos de trabajo acarrearán la *hibridación* de las clases populares, una nueva forma de hacerse presentes en la ciudad. “Hubo una especie de explosión de gente, en la que no se podía medir exactamente cuánto era el mayor número y cuánta era la mayor decisión de muchos para conseguir que se contara con ellos y se les oyera”²⁰. La crisis de los treinta desencadena una ofensiva del campo sobre la ciudad y una recomposición de los grupos sociales. Modificación cuantitativa y cualitativa de las clases populares por la aparición de una *masa* que no es definible desde la estructura social tradicional y que “desarticula las formas tradicionales de participación y representación”²¹. La presencia de esa masa va a afectar al conjunto de la sociedad urbana, a sus formas de vida y pensamiento, y pronto incluso a la fisonomía de la ciudad misma.

Con la formación de las masas urbanas se produce no sólo un acrecentamiento del conjunto de las clases populares, sino la aparición de *un nuevo modo de existencia de lo popular*: “La desarticulación del mundo popular como espacio de lo Otro, de las fuerzas de negación del modo de producción capitalista”²². Y esa inserción de las clases populares en las condiciones de existencia de una “sociedad de masas” llevará al movimiento popular a una nueva estrategia de alianzas. Como si la nueva experiencia social tendiera a formar una nueva visión, una concepción menos frontalmente cuestionadora: “La de una

sociedad que puede ser reformada de a poco, la de una sociedad que puede llegar a ser más justa”²³.

La masa fue durante un tiempo *marginal*. Era lo heterogéneo y lo mestizo frente a la sociedad normalizada. Al complejo de extraños que sufre no únicamente pero sí especialmente la gente venida del campo —“fue necesario aprender a tomar un bus, a conocer las calles, a gestionar un documento de identidad”—, responderá la vieja sociedad con el desprecio en que se oculta más aún que el asco el miedo. La masa más que un ataque era la imposibilidad de seguir manteniendo la rígida organización de diferencias y jerarquías que armaban a la sociedad. Por eso la agresividad de las masas aparecía más blanda pero también peligrosa, no era el levantamiento de una clase sino la liberación de una energía incontrolable. Era “un proletariado de formación aluvial”²⁴ que no encontraba su lugar político ni en los partidos ni en las organizaciones tradicionales de la clase obrera, pero cuyas expresiones de violencia dejaban ver la fuerza de que era capaz.

En la ciudad la presencia de las masas fue adquiriendo poco a poco rasgos más marcados. La cantidad de gente comenzó a significar un enorme déficit de vivienda y transporte, y un nuevo modo de habitar la ciudad, de marchar por las calles, de comportarse. En la periferia aparecieron los barrios de invasión y en el centro la ruptura ostensible de las formas de urbanidad. La ciudad comenzaba a perder su centro. A la dispersión que implican las invasiones de la periferia por los pobres —favela, villas miseria, callampas— respondían los ricos alejándose hacia otra periferia. Y la masa siguió invadiendo todo. Porque en medio de su ignorancia de las normas, y del desafío que su sola presencia entrañaba, su deseo más secreto era acceder a los bienes que representaba la ciudad. Las masas querían trabajo, salud, educación y diversión. Pero no podían reivindicar su derecho a esos bienes sin masificarlo todo. Revolución de las expectativas, la masificación ponía al descubierto su paradoja: era en la integración donde anidaba la subversión. La masificación era a la vez, y con la misma fuerza, la integración de las clases populares a “la sociedad” y la aceptación por parte de ésta del derecho de las masas, es decir, de todos, a los bienes y servicios que hasta entonces sólo habían sido privilegio de unos pocos. Y eso la sociedad no podía aceptarlo sin transformarse al mismo tiempo profundamente. Pero esa transformación no tomó ni los rasgos ni la dirección esperada por los revolucionarios, y entonces éstos pensaron que no

había habido ninguna transformación.

La masificación afectó a todos, pero no todos la percibieron y resintieron del mismo modo. Las clases altas aprendieron muy pronto a separar la *demanda* de las masas —con su carga de peligrosidad política y su potencial también de estimulación económica— de la *oferta* masiva en bienes materiales y culturales “sin estilo”, por los que no podían sentir más que desprecio. Para las clases medias, pequeño burguesas, aquellas que por más que lo querían no podían distanciarse, la masificación fue especialmente dolorosa, “porque atacaba ese anhelo de interioridad que caracterizaba a sus miembros, celosos de su individualidad y de su condición de personas diferenciadas”²⁵. Para las clases populares, en cambio, aunque eran las más indefensas frente a las nuevas condiciones y situaciones, la masificación entrañó más ganancias que pérdidas. No sólo en ella estaba su posibilidad de supervivencia física, sino su posibilidad de acceso y ascenso cultural. La nueva cultura, la cultura de masa, empezó siendo una cultura no sólo dirigida a las masas, sino en la que las masas encontraron reasumidas, de la música a los relatos en la radio y el cine, algunas de sus formas básicas de ver el mundo, de sentirlo y de expresarlo.

Le debemos a José Luis Romero no sólo la nominación más original en castellano de la cultura de masa —“folklore aluvial”—, sino la primera caracterización sociológica y fenomenológica no maniquea de esa cultura desde América Latina²⁶. Como Benjamin, Romero mira esa cultura más desde la experiencia que allí accede a la expresión que desde la perspectiva de la manipulación. Y lo que desde allí aparece como significativo es algo muy cercano a lo que interesaba también a Arguedas al analizar la cultura del mestizaje: la hibridación y la reelaboración, la destrucción en ella del mito de la pureza cultural y la asunción sin ascos, a propósito del uso de instrumentos modernos en la música autóctona o su difusión radiofónica, del paso del folklore a lo popular²⁷. Lo masivo es hibridación de lo nacional y lo extranjero, del patetismo popular y la preocupación burguesa por el ascenso, y de dos tipos básicos: los que sin ser ricos lo aparentan, “los que imitan las formas eternas que caracterizan a aquellos”, y su más opuesto, los desgarrados tipos del suburbio y el hampa. Una cultura, en fin, esencialmente urbana, que “corrige” su marcado materialismo —lo que importa, lo que tiene valor es lo económico y lo que significa ascenso social— con el desborde de lo sentimental y lo pasional.

Desde el espacio de la política oficial, a derecha y a izquierda, tanto las masas como lo masivo serán mirados con recelo. La derecha con una posición a la defensiva: las masas ponen en peligro acendrados privilegios sociales, y lo masivo disuelve sagradas demarcaciones culturales. La izquierda ve en las masas un peso muerto, un proletariado sin conciencia de clase ni vocación de lucha, y en lo masivo un hecho cultural que no cuadra en su esquema, que desafía e incomoda su razón ilustrada. Sólo para los populistas la presencia de la masa urbana pareció implicar un hecho político nuevo, a partir del cual “lograron esbozar los principios de una ideología nueva para canalizar las tendencias eruptivas de la masa dentro de normas que aseguraran la conservación de lo fundamental de la estructura”²⁸.

De 1930 a 1960 el populismo es la estrategia política que marca, con mayor o menor intensidad, la lucha en casi todas las sociedades latinoamericanas: “Es la primera estrategia que busca resolver la crisis del Estado abierta en 1930 en gran parte de la región”²⁹. Primero fue Getulio Vargas, en Brasil, conduciendo el proceso que lleva de la liquidación del “Estado oligárquico” al establecimiento del “Estado Nuevo”. A partir de 1930 las condiciones del crecimiento industrial en Brasil, la incapacidad de la oligarquía para dirigirlo, las aspiraciones liberal-democráticas de las clases medias urbanas, y las presiones que “desde abajo” ejerce una masificación anticipada dan lugar al pacto político entre masas y Estado en que se origina el populismo³⁰. Se trata de un Estado que, erigido en árbitro de los intereses antagónicos de las clases, se abroga sin embargo la representación de las aspiraciones de las masas populares y en su nombre ejercerá la dictadura, esto es, una manipulación *directa* sobre las masas y sobre los asuntos económicos. Sólo en 1945 las tendencias democratizadoras logran introducir intermediarios entre Estado y masas.

En 1934, Lázaro Cárdenas asume la presidencia de México y propone un programa de gobierno que, retomando los objetivos de la Revolución, devuelva a las masas su papel de protagonista en la política nacional. Apoyado en las conquistas ya legalizadas de la Revolución, Cárdenas plantea por vez primera un desarrollo económico de “tercera vía”, en el que a la clase capitalista se le responsabiliza del crecimiento de la producción y a las masas populares del progreso social. Y en la conciliación de esos dos intereses estaría el papel del Estado. De lo avanzado del populismo de Cárdenas da testimonio el

hecho de que mientras defendió siempre el derecho de huelga de los obreros le negó a los patronos el derecho a cerrar las fábricas³¹. Pero al mismo tiempo, mientras el Estado, empeñado en un costoso programa de obras públicas, carga con las empresas de más alto riesgo, deja en manos de la empresa privada las actividades económicas más lucrativas.

En Argentina, las masas sacan de la prisión a Perón en 1945, quien es elegido presidente en 1946 e inicia el gobierno populista por antonomasia de América Latina. Y en torno al cual se suscitará el debate más álgido también. Como en los primeros populismos, Perón plantea primordialmente una política de desarrollo económico dirigida por el único estamento que puede conciliar los intereses en conflicto: el Estado. Pero en el año 1946 los conflictos sociales habían cobrado ya tal fuerza que el compromiso entre masas y Estado deberá ser “orgánico”, y ahí residirá la fuerza y la ambigüedad cobrada por los sindicatos. Hay además en el populismo peronista una concentración de la carga simbólica sobre la figura del caudillo —y su esposa Evita— como no la hubo sobre ningún otro líder populista de esos años. Y no sólo sobre sus “gestos”, sino sobre su discurso y su capacidad de resemantización de los temas dispersos del movimiento social y su puesta en lenguaje de política oficial. O. Landi ha estudiado esa operación que es fundamental en todo el populismo latinoamericano: la interpelación a las masas trabajadoras proponiendo “un sistema nuevo de reconocimiento de los atributos del trabajador, nombrándolo de otra forma”³².

Después de un tiempo en que el análisis social parecía dar por cancelado el debate, y de un esquematismo marxista que identificaba “en la práctica” todo populismo con fascismo, los años ochenta nos traen un replotamiento del tema y un serio replanteamiento de los esquemas. Señalamos tres muestras. En el texto de Ernesto Laclau³³, que se ha convertido en el balance más aceptado de la renovación del marxismo, el replanteamiento del populismo ocupa un lugar central. En el seminario organizado por DESCO en Lima en 1980 sobre “Democracia y movimiento popular”, con algunos de los investigadores en ciencias sociales más representativos de la región, el tema se convierte también en uno de los ejes del debate³⁴. Y ese mismo año la Asociación Brasileña de Investigadores de Comunicación (Intercom) dedica su seminario anual de estudios a “Populismo y comunicación”³⁵. Lo que en ese replotamiento de la problemática del populismo se evidencia es un

profundo cambio en la perspectiva histórica. Los procesos políticos de los años 30-60 se vieron enormemente reducidos por una *teoría de la dependencia*, que al pensar al Estado como mera correa transmisora de los intereses de los países hegemónicos impedía pensar el *problema nacional* en el cuadro de las relaciones de clase. Y evidencia también la “contaminación” de la teoría social por una actualidad que devuelve hoy a los movimientos populares una vigencia vigorosa. El cambio en la perspectiva ha sido tematizado singularmente por J. C. Portantiero, para quien lo que ahí está en juego es la necesidad de asumir “la desviación latinoamericana”: el modo como las clases populares llegan a constituirse en actores sociales no siguiendo el rumbo clásico, sino a través de la crisis política que acompaña los procesos de industrialización de los años treinta, crisis que pone a las clases populares en relación directa con el Estado llevándoles a penetrar en el juego político antes de haberse constituido en sujetos como clase³⁶. Con dos consecuencias aberrantes para los “esquemas”. La constitución de un *sindicalismo político*, que define su acción en la interlocución con el Estado más que con las empresas, dado que la política económica es quien la decide; desviación que se hace todavía mas clara al situar la relación de “lo social” y “lo político” no entre sindicatos y partidos, sino entre movimiento obrero y movimientos nacionales. En segundo lugar, se produjo en el populismo “una experiencia de clase que nacionalizó a las grandes masas y les otorgó ciudadanía”³⁷. Lo que implica que si como proyecto estatal el populismo puede estar políticamente superado, como “fase de constitución política de los sectores populares” puede no estarlo. Suele pasar que la memoria histórica desconcierte los análisis, enseñándonos en este caso que la relación entre clases subordinadas y pueblo no es transparente. Que existe un espacio de conflictos que no coincide, al menos enteramente, con el que recortan las determinaciones de clase sobre el plano de las relaciones de producción. Una tradición diferente y específica que se sitúa en el plano de las *formaciones sociales* y “que opone antagónicamente el pueblo al *bloque en el poder*”³⁸, en una lucha “popular-democrática” que se caracteriza precisamente por la continuidad histórica en la asunción de las tradiciones populares en contraste con la discontinuidad que caracteriza las estructuras de clase.

La peculiaridad del modo como las masas latinoamericanas se hacen presentes en la escena social tiene que ver en últimas con la *doble interpelación* que las moviliza desde el

momento de la explosión urbana: una interpelación de clase que sólo es percibida por una minoría y una interpelación popular-nacional que alcanza a las mayorías. Pero, ¿es que esa movilización de las mayorías no fue una mera manipulación del Estado con ayuda de los medios masivos? Hoy sabemos que no. La interpelación a “lo popular” contuvo en el populismo elementos de la primera —reivindicaciones salariales, derechos de organización, etcétera— que proyectados sobre la segunda fueron los que “cargaron” el discurso sobre la constitución del trabajador en ciudadano de una sociedad-formación nacional. De ahí con toda su ambigüedad la eficacia de la apelación a las tradiciones populares y a la construcción de una cultura nacional. Y de ahí también el rol peculiar de unos medios masivos que, como el cine y la radio, construyen su discurso en base a la *continuidad* del imaginario de masa con la memoria narrativa, escénica e iconográfica popular en la propuesta de una imaginaria y una sensibilidad nacional.

4. Los medios masivos en la formación de las culturas nacionales

El destiempo entre Estado y Nación y el modo desviado de irrupción e incorporación política de las masas en América Latina están exigiendo una transformación profunda en la manera de abordar la historia de los medios de comunicación. Pues si a través de *lo nacional-popular* reivindicaciones sociales y políticas de las clases subalternas se hicieron oír del conjunto social, fue en un *discurso de masa* donde lo nacional-popular se hizo reconocible por las mayorías. Sin embargo, las historias de los medios de comunicación siguen —con raras excepciones— dedicadas a estudiar la “estructura económica” o el “contenido ideológico” de los medios, sin plantearse mínimamente el estudio de las mediaciones a través de las cuales los medios adquirieron materialidad institucional y espesor cultural, y en las que se oscila entre párrafos que parecen atribuir la dinámica de los cambios históricos a la influencia de los medios, y otros en los que éstos son reducidos a meros instrumentos pasivos en manos de una clase dotada de casi tanta autonomía como un sujeto kantiano. Pero si no existen mediaciones políticas ni culturales en la historia de los medios es sin duda porque la mayoría de la historia que se escribe en América

Latina sigue aún dejando fuera el espacio cultural, o reduciéndolo al de sus registros cultos —el Arte, la Literatura—, del mismo modo como la vida política de la Nación es casi siempre sólo la de la “gran política”, la política de los grandes hechos y las grandes personalidades, y casi nunca la de los hechos y la cultura política de las clases populares. Son de un historiador inglés dedicado a la historia de Colombia estas preguntas: ¿cuál fue el impacto popular de la independencia, qué sabemos de la política del analfabeto, de la comunicación informal en política o de cómo se forma la antología local de ideas sobre la política nacional?³⁹

Pero introducir el análisis del espacio cultural no significa introducir un *tema* más en un espacio aparte, sino focalizar el *lugar en que se articula* el sentido que los procesos económicos y políticos tienen para una sociedad. Lo que en el caso de los medios masivos implicaría construir su historia desde los procesos culturales en cuanto articuladores de las prácticas de comunicación —hegemónicas y subalternas— con los movimientos sociales. Hacia allá han comenzado a orientarse algunos trabajos, parciales, pero que nos permiten ya empezar a desvelar algunas mediaciones desde las que los aparatos tecnológicos se constituyen históricamente en medios de comunicación.

La atención a las mediaciones y a los movimientos sociales ha mostrado la necesidad de distinguir dos etapas bien diferentes en el proceso de implantación de los medios y constitución de lo masivo en América Latina. Una primera, que va de los años treinta a finales de los cincuenta, en la que tanto la eficacia como el sentido social de los medios hay que buscarlos más que del lado de su organización industrial y sus contenidos ideológicos, en el modo de apropiación y reconocimiento que de ellos y de sí mismas a través de ellos hicieron las masas populares. No porque lo económico y lo ideológico no fueran desde entonces dimensiones claves en el funcionamiento de los medios, sino porque el sentido de su estructura económica y de la ideología que difunden remite más allá de sí mismas al conflicto que en ese momento histórico vertebró y dinamizó los movimientos sociales: el conflicto entre masas y Estado, y su “comprometida” resolución en el populismo nacionalista y en los nacionalismos populistas. Dicho de otro modo, el papel decisivo que los medios masivos juegan en ese período residió en su capacidad de hacerse voceros de la interpelación que desde el populismo convertía a las masas en pueblo y al pueblo en

Nación. Interpelación que venía del Estado pero que sólo fue eficaz en la medida en que las masas reconocieron en ella algunas de sus demandas más básicas y la presencia de sus modos de expresión. En la resemantización de esas demandas y esas expresiones residió el oficio de los caudillos y la función de los medios. Y ello no vale sólo para aquellos países en los que el populismo tuvo su “dramatización”, sino también para aquellos que bajo otras formas, con otros nombres y desde otros ritmos atravesaron por esos años la crisis de hegemonía, el parto de la nacionalidad y la entrada en la modernidad. El cine en algunos países y la radio en casi todos proporcionaron a las gentes de las diferentes regiones y provincias una primera vivencia cotidiana de la Nación⁴⁰. Como lo reconoce, aunque lamentablemente sólo en las conclusiones, una reciente historia de la radio en Colombia, “antes de la aparición y difusión nacional de la radio el país era un rompecabezas de regiones altamente encerradas en sí mismas. Colombia podía llamarse antes de 1940 más un país de países que una Nación. Con los reparos del caso la radiodifusión permitió vivenciar una unidad nacional invisible, una identidad “cultural” compartida simultáneamente por los costeños, los paisas, los pastusos, los santandereanos y los cachacos”⁴¹. Lo que nos pone a la vez sobre la pista de otra dimensión clave de la masificación en la primera etapa: la de transmutar la *idea* política de Nación en *vivencia*, en sentimiento y cotidianidad.

A partir de los sesenta se inicia otra etapa en la constitución de lo masivo en Latinoamérica. Cuando el modelo de sustitución de importaciones llega a “los límites de su coexistencia con los sectores arcaicos de la sociedad”⁴² y el populismo no puede ya sostenerse sin radicalizar las reformas sociales, el mito y las estrategias del *desarrollo* vendrán a sustituir la “agotada” política por soluciones tecnocráticas y la incitación al consumo. Es entonces cuando, al ser desplazados los medios de su función política, el dispositivo económico se apodera de ellos —pues los Estados mantienen la retórica del “servicio social” de las ondas, tan retórica como la “función social” de la propiedad, pero ceden a los intereses privados el encargo de manejar la educación y la cultura— y la ideología se torna ahora sí vertebradora de un discurso de masa, que tiene por función hacer soñar a los pobres el mismo sueño de los ricos. Como diría Galeano, “el sistema habla un lenguaje surrealista”. Pero no sólo cuando convierte la riqueza de la tierra en pobreza del hombre, también cuando transforma las carencias y las

aspiraciones más básicas del hombre en deseo consumista. La lógica de esa transformación sólo se hará visible unos años más tarde, cuando la crisis económica de los ochenta desvele la nueva crisis de hegemonía que el capitalismo sufre, ahora a escala mundial, y a la que sólo puede hacer frente transnacionalizando el modelo y las decisiones de producción y homogeneizando, o al menos simulando la homogeneización de las culturas. Pero entonces lo masivo se verá atravesado por nuevas tensiones que remiten su alcance y su sentido a las diversas representaciones nacionales de lo popular, a la multiplicidad de matrices culturales y a los nuevos conflictos y resistencias que la transnacionalización moviliza.

Un cine a la imagen de un pueblo

Comencemos por la expresión más nítidamente identificable como nacionalista y a la vez más entrañablemente popular-masiva de lo latinoamericano: el cine mexicano. Según Edgar Morin, el cine fue hasta 1950 el medio que vertebra la cultura de masas⁴³; y bien, eso lo es y de un modo muy especial para la cultura de masas en Latinoamérica el cine mexicano. Él es el centro de gravedad de la nueva cultura porque “el público mexicano y el latinoamericano no resintieron al cine como fenómeno específico artístico o industrial. La razón generativa del éxito fue estructural, vital; en el cine este público vio la posibilidad de experimentar, de adoptar nuevos hábitos y de ver reiterados (y dramatizados con las voces que le gustaría tener y oír) códigos de costumbres. No se accedió al cine a soñar: se fue a aprender. A través de los estilos de los artistas o de los géneros de moda el público se fue reconociendo y transformando, se apaciguó, se resignó y se encumbró secretamente”⁴⁴. Atención a esa cita que contiene la síntesis de lo que intentamos plantear. Empezando por el punto de mira que interesa: el modo como el público mayoritario de ese cine lo resintió. Fue esa experiencia la que hizo su éxito más que el “genio” de los artistas o las estrategias de los comerciantes. Claro que esa *experiencia* no era un puro hecho psíquico, sino el resultado del “encuentro” de la vivencia colectiva generada por la Revolución con la mediación que aún, deformándolo, la legitima socialmente. Freud nos ha hecho entender que no hay acceso al lenguaje sin pasar por el moldeaje de lo simbólico, y Gramsci que no hay legitimación social sin resemantización desde el

código hegemónico. El cine media vital y socialmente en la constitución de esa nueva experiencia cultural, que es la popular urbana: él va a ser su primer “lenguaje”. Más allá de lo reaccionario de los contenidos y de los esquematismos de forma, *el cine va a conectar con el hambre de las masas por hacerse visibles socialmente*. Y se va a inscribir en ese movimiento poniendo imagen y voz a la “identidad nacional”. Pues al cine la gente va a *verse*, en una secuencia de imágenes que más que argumentos le entrega gestos, rostros, modos de hablar y caminar, paisajes, colores. Y al permitir al pueblo verse, lo nacionaliza. No le otorga nacionalidad, pero sí los modo de resentirla. Con todas las mistificaciones y los chauvinismos que ahí se alientan, pero también con lo vital que resultaría esa identidad para unas masas urbanas que a través de ella amenguan el impacto de los choques culturales y por vez primera conciben el país a *su* imagen. Monsiváis concentra toda la ambigüedad y la fuerza de esa imagen en la secuencia de los cinco verbos: en el cine la gente *se reconoce*, con un reconocimiento que no es pasivo sino que lo *transforma*; y para un pueblo que viene de la Revolución eso significa apaciguarse, resignarse y “encumbrarse secretamente”. O sea no hay sólo consuelo, sino también revancha.

Operan en ese re-sentimiento nacionalista que procura el cine tres tipos diferentes de dispositivos. Los de *teatralización*, esto es, el cine como puesta en escena y legitimación de gestos, peculiaridades ligüísticas y paradigmas sentimentales propios. Es el cine enseñando a la gente a “ser mexicano”. Los de *degradación*: para que el pueblo pueda verse hay que poner la nacionalidad a su alcance, es decir, bien abajo. Lo nacional es entonces “lo irresponsable, lo lleno de cariño filial, lo holgazán, lo borracho, lo sentimental [...] la humillación programada de la mujer, el fanatismo religioso, el respeto fetichista por la propiedad privada”⁴⁵. Y los de *modernización*, pues si no siempre al menos con frecuencia las imágenes contradicen los mensajes, y se actualizan los mitos, se introducen costumbres y moralidades nuevas, se da acceso a nuevas rebeliones y nuevos lenguajes. “Sin el mensaje explícito el cine no podría entrar en los lugares, sin la subversión visible no hubiera arraigado en un público tan ávido y reprimido. Es recinto aparente de las tradiciones que subvierte”⁴⁶. Como la coherente incoherencia que entrelaza la expresión corporal de Cantiflas a su laberinto verbal, o el erotismo de las prostitutas atravesando el mensaje monogámico.

Las claves de la seducción estarán sin embargo en el melodrama y en las estrellas. El *melodrama* como vertebración de cualquier tema, conjugando la impotencia social y las aspiraciones heroicas, interpelando lo popular desde “el entendimiento familiar de la realidad”. Que es lo que le permite a ese cine enlazar la épica nacional con el drama íntimo, desplegar el erotismo bajo el pretexto de condenar el incesto, y disolver lacrimógenamente los impulsos trágicos despolitizando las contradicciones cotidianas. Las *estrellas* —María Félix, Dolores del Río, Pedro Armendariz, Jorge Negrete, Ninón Sevilla— proveen de rostros y cuerpos, de voces y tonos al hambre de la gente por verse y oírse. Más allá del maquillaje y la operación comercial, las estrellas de cine que de veras lo son obtienen su fuerza de un secreto pacto que religa aquellos rostros y voces con su público, con sus deseos y obsesiones.

Podemos distinguir en ese cine tres etapas. Entre los años veinte y treinta el cine reelabora la épica popular. Pancho Villa es pasado por el molde y el mito del bandolerismo que se resume en crueldad más generosidad. La Revolución aparece pero más como decorado que como argumento: la muerte heroica del rebelde, el asalto a la hacienda del patrón, los desfiles de la soldadesca. La Revolución es re-vista, “convertida en hecho filmico”. Y la repulsa a la injusticia transformada en ganas de luchar ya no tanto por un ideal como por lealtad al jefe. Melodramatización que le roba a la Revolución su sentido político, pero que no se tornará reaccionaria hasta la segunda etapa, después de los treinta. Que es cuando aparece la comedia ranchera haciendo del *machismo* la expresión de un nacionalismo que se folkloriza, un machismo que deja de ser una manera popular de entender y de afrontar la muerte y se convierte en técnica compensatoria de la inferioridad social. El machismo como “exceso que redime del pecado original de la pobreza [...] y quejosa petición de reconocimiento”⁴⁷. A partir de los cuarenta el cine mexicano pluraliza su temática. Aparece la comedia urbana en la que *el barrio* sustituye al campo como lugar donde se refugian los viejos valores, y las relaciones cortas que la gran ciudad tiende a destruir. Aparece también el cine que nos cuenta la vida de cabareteras y prostitutas que, con sus “aventuras” y su erotismo, desafían a la familia tradicional. En ambos casos se trata de un cine puente entre lo rural y lo urbano, en el que la ciudad es sobre todo el desconcierto y el espacio en que se pierde la memoria. Esa que de algún modo la gente proyecta y recrea mirándose desde un cine que lo rebaja y encumbra, que

cataliza sus carencias y su búsqueda de nuevas señas de identidad.

Del circo criollo al radioteatro

En América del Sur los maestros del radioteatro fueron los argentinos. Así lo testimonia el escritor de Mario Vargas Llosa y la gente de radio que vivió el lanzamiento del género. ¿Y por qué la Argentina? Podría responderse que por el desarrollo pionero de la radio en ese país. Y hay datos que comprueban ese pionerismo. La temprana organización comercial de la radio con la creación de cadenas, su rapidísima popularización —mil receptores en 1922 y un millón y medio en 1936— y la existencia ya en 1928 de semanarios dedicados al mundo de la radio⁴⁸. Pero esa respuesta no es más que la mitad de la verdad, pues sigue atribuyendo únicamente al medio algo cuya explicación nos remite a otro lugar: al del proceso que “conecta” la radio con una larga y ancha tradición de expresiones de la cultura popular. En el país “literario” por excelencia de América Latina el desprecio de los escritores por la radio durará muchos años y marcará “el desencuentro entre un medio pletórico de posibilidades y una estructura cultural cruzada por paradojas sorprendentes”⁴⁹. Y su adscripción entonces a la esfera de lo popular, esto es, de *lo oral*: la de los payadores y el circo criollo tendiendo el puente entre el folletín gaucho y los cómicos ambulantes con la radio. La radio será desde el principio eso: música popular, recitadores, partidos de fútbol, y desde el año 1931 por antonomasia radioteatro. Sólo mucho más tarde, en 1947, el peronismo hará una especie de reconocimiento “cultural” del radioteatro equiparándolo a las otras formas literarias mediante premios y estímulos otorgados por la Comisión Nacional de Cultura⁵⁰. Pero lo verdaderamente importante es lo que hizo del radioteatro argentino un espacio de continuidad entre tradiciones culturales de ese pueblo y la cultura de masa. Para investigar esa continuidad. P. Terrero mira el radioteatro argentino desde “la proximidad de ciertas expresiones del imaginario nacional y popular, la relación de algunas de ellas con procesos de mitificación y creencias populares, o con la formación de la identidad social y cultural de los sectores populares”⁵¹. Lo cual implica desbordar el medio y trabajar el campo de las experiencias del receptor y las estrategias de recepción: presencia del público en las salas de las emisoras desde las que se

trasmite el radiodrama, giras de los conjuntos teatrales por provincias representando síntesis de las obras que se pasan por la radio, correo de la audiencia, etcétera. Y al estudiar desde ahí la radio resulta clave plantear la relación de la escucha radial con la lectura colectiva, con esa “lectura auditiva” que durante tanto tiempo fue la popular. Fernando Ortiz hace esa relación explícita al mostrar el paso de la costumbre de lectura colectiva en las fábricas de tabaco a la audición radial⁵².

El desborde del medio hacia el contexto cultural del que se “forma” hace evidente el rol capital jugado por el *circo criollo*, esa modalidad especialísima del circo que se produce al juntar bajo la misma carpa, pista y escenario, acrobacia, y representación dramática⁵³. Cuando estudiamos el melodrama de 1800 pudimos constatar que es en la tradición del circo y el teatro ambulante donde se hallan los verdaderos orígenes del moderno espectáculo popular que es el melodrama. En Argentina encontraremos que es en el circo donde se forja un teatro popular que recoge la memoria de los payadores y la mitología gaucha poniendo en escena “las historias” de los *Juan Moreira, Juan Cuello, Hormiga Negra, Santos Vega y Martín Fierro*. Con la pantomima de *Juan Moreira* —circo de los Podestá (1884)—, que adapta para el teatro el folletín de Eduardo Gutiérrez publicado entre 1879 y 1880, el circo criollo hace el puente que une la tradición narrativa inserta en el folletín con la puesta en escena de los cómicos ambulantes. Es justamente la mezcla de comicidad circense y drama popular la que da origen al radioteatro, son los mismos actores y el mismo tipo de relación con el público. “Sin pedir permiso, sin solicitar autorización de los entendidos, el teatro popular nació en el circo con los Podestá, creció en las giras de las carpas criollas y luego se alojó en las compañías de radioteatro”⁵⁴. Con un rasgo peculiar que justifica ese nombre dado a lo mismo que en otros países sin esa tradición se le llama *radionovela*. La novela-folletín que se hace teatro en el circo criollo continúa en la radio su fuerte relación con el teatro no sólo porque la emisión radial difunde una obra que se representa a la vista del público, sino porque las compañías de actores que hacen el radioteatro viajan por las provincias permitiendo a la gente “ver lo que escucha”. El éxito del radioteatro debe bastante menos al *medio* radio que a la mediación ahí establecida con una tradición cultural.

Si el circo criollo es el lugar osmótico, el folletín gauchesco es el lugar “de origen” de la mitología popular que llega a la radio. Y de esos folletines los de Gutiérrez serán los “dramo-

nes” que ganarán el prestigio para el género, ya que en ellos se encuentra esa fusión de lo rural y lo urbano, de lo popular y lo masivo que tanto escandalizará a los críticos literarios, pero que para el pueblo constituirá una clave de su acceso al sentimiento de lo nacional. Los personajes de esos folletines vienen de las coplas de los payadores que circulan en hojas sueltas, en cuadernillos y gacetas, pero también de los archivos judiciales. Lo que configura un nuevo universo dramático, un “mundo de frontera” que da cuenta, a su modo, de la crisis y de los cambios traídos por una modernización que se inicia en Argentina desde finales del siglo XIX. “Eduardo Gutiérrez cuenta fundamentalmente con el público popular que comienza a configurarse a partir del sesgo modernizador que adquiere la sociedad argentina”⁵⁵. Y con ese público establecerá una complicidad básica: a unos héroes que rompen con el paradigma narrativo al sucumbir víctimas de un sistema social injusto responderá “una reinterpretación en la masa de los lectores y espectadores que hace posible el reconocimiento de la crisis, de la escisión que se opera en la sociedad y en la vida”⁵⁶.

En el radioteatro argentino pueden diferenciarse varias épocas⁵⁷. La inicial, en que la parte propiamente argumental es mínima y el radioteatro se articula en torno a la presentación de canciones, de payadas, bailes y fiestas camperas. A partir del año 1935 se abre una segunda en la que el radioteatro encuentra su forma, se vinculan las compañías de teatro, se hace un uso drámatico y funcional de la música y los argumentos tematizan la corriente gauchesca o la histórica. La gauchesca representada sobre todo por obras de González Pulido que recoge leyendas, coplas y folletines para componer una mitología del bandido en su ejemplaridad denunciadora y de reivindicación social. Y la histórica, en las obras de Héctor Pedro Blomberg, que trabaja en base a personajes arquetípicos, y del que será especialmente acogido por el público el drama *Amores célebres de América Latina* sobre la vida de algunas heroínas de la independencia. Desde mediados de los años cuarenta la producción de radioteatros, como sucede con el cine mexicano, se diversifica. A la corriente gauchesca que todavía continúa se añaden dos nuevas, una policial y otra infantil, pero en su mayoría se trata de adaptaciones. Y aparecen, con un éxito enorme, las “historias de amor”, producción nacional en la que sin embargo se hacen ya presentes algunos rasgos evidentes de los estereotipos manejados por la industria cultural del melodrama. Lo más importante de este subgénero es que en buena

parte se trata de una producción realizada por mujeres. Y en las investigaciones hechas con mujeres sobre su funcionamiento se revela hasta qué punto la lectura que hace la gente activa aquellas claves que conectan el radioteatro con expresiones de la cultura y elementos de la vida popular. Antes de que fuera peronismo, el populismo en Argentina fue una peculiar forma de enchufar lo masivo en una ancha familia de expresiones populares. ¡Cómo resulta significativo que Evita “se hiciera” quizás, no sólo actriz, en una compañía de radioteatro!

La legitimación urbana de la música negra

“Estabilizar una expresión musical de base popular como forma de conquistar un lenguaje que concilie el país en la horizontalidad del territorio y en la verticalidad de las clases”⁵⁸. Así podría resumirse el lugar atribuido por Mario de Andrade a la música en el proyecto nacionalizador de los años treinta. Y es que quizá en ningún otro país de América Latina como en el Brasil la música ha permitido expresar de modo tan fuerte la conexión secreta que liga en ella el *ethos* integrador con el *pathos*, el universo del sentir. Y que la hace por ello especialmente apta para usos populistas. Lo sucedido en Brasil con la música negra, el modo desviado, aberrante, como logra su legitimación social y cultural, va a poner en evidencia los límites tanto de la corriente intelectualista como del populismo a la hora de comprender la trama de contradicciones y seducciones de que está hecha la relación entre lo popular y lo masivo, la *emergencia urbana de lo popular*.

El camino que lleva la música, en el Brasil, del corral de samba —y su espacio ritual: el *terreiro de candomblé*— a la radio y el disco, atraviesa por una multiplicidad de avatares que pueden organizarse en torno a dos momentos: el de la incorporación *social* del gesto productivo negro y el de la legitimación *cultural* del ritmo que contenía aquel gesto. El populismo nacionalista acompañará, y en cierto modo posibilitará, el tránsito de un momento al otro, pero desbordado por un proceso que no cabe en su esquema político, pues hace estallar tanto el pedagogismo ilustrado como el purismo romántico.

Cuando la independencia política busca afianzarse verdaderamente transformando la economía es el momento en que la mano de obra esclava “aparece” como menos productiva que

la libre. La “apertura al mercado”, esto es, la creación de un mercado nacional, trae consigo la ruptura del encerramiento en que vivían las *facendas*, y hace visible, torna social en el plano nacional, la productividad del gesto negro. Fue entonces cuando se concluyó: si el negro produce tanto como el inmigrante, désele al negro su valor. Pero el gesto del negro no era algo *exterior*, mera manifestación. De manera que la incorporación social de ese gesto puso en marcha un proceso a otro nivel. “En la medida en que el negro logra su supervivencia única y exclusivamente por su trabajo físico, es en el gesto, en la manifestación física de su humanidad, como él impone su cultura”⁵⁹. Entre el gesto del trabajo y el ritmo de la danza se anuda una articulación desconocida para los blancos. Una simbiosis de trabajo y ritmo que contiene la estratagema del esclavo para sobrevivir. Mediante una cadencia casi hipnótica el negro le hace frente al trabajo extenuante, y atrapados en un ritmo frenético el cansancio y el esfuerzo duelen menos. Es una borrachera sin alcohol, pero “cargada” oníricamente también. Y no se trata de reducir el sentido de la danza al del trabajo, sino de descubrir que la *indecencia* del gesto negro no viene sólo de su descarada relación al sexo, sino de su evocación del proceso de trabajo en el corazón mismo de la danza: en el ritmo. Y es la dialéctica de esa doble indecencia la que de veras escandaliza a “la sociedad”. Lo cual no obstará sin embargo para que acepte su *rentabilidad*, pero sólo en lo económico; aceptarla en lo cultural exigirá una crisis de la política.

Al plantear las relaciones entre masificación y populismo insistimos en que el desencadenante de la crisis nacional, especialmente en el Brasil, no fue sólo la del mercado mundial por la recesión del año 1929, sino una crisis de hegemonía interna que colocó a las masas urbanas frente al Estado. Situación que el Estado busca resolver autonombrándose defensor de los derechos de las clases populares y a la vez gestor de la modernización del país. Y son las mismas contradicciones que desgarran al populismo en el plano político —se busca la independencia de la Nación tratando de llegar a ser como las naciones de las que ahora se depende, se responde con formas autoritarias para tratar de realizar las demandas democráticas— las que encuentran su punto de expresión en lo cultural. De lo que es revelador especialmente lo que pasa en la música.

El proyecto del nacionalismo musical opera sobre un eje interior y otro exterior. Establecimiento de un “cordon sanitario” que separe nítidamente la buena música popular —la folkló-

rica, esto es, la que se hace en el campo— de la mala, la comercializada y extranjerizante música que se hace en la ciudad. Y el exterior: proporcionar al mundo civilizado una música que reflejando la nacionalidad pueda ser escuchada sin extrañeza, música que solo podrá resultar de la “síntesis” entre lo mejor del folklore propio y lo mejor de la tradición erudita europea. La música de Villalobos será la más espléndida realización de ese proyecto. Y como él formará parte del ambiguo proceso y las contradicciones de una cultura política que “no puede suscitar lo popular sin dominarlo en beneficio de la totalidad”⁶⁰. Pero es que lo popular muerde por parte y parte: a los ilustrados por el lado de la masa analfabeta, supersticiosa e indolente; a los románticos por el de la masa urbana que despierta políticamente y tiene gustos sucios y hace huelgas. Lo *nacional* no va a ser entonces capaz de cubrir las tensiones y los desgarramientos que se suscitan, pero el nacionalismo populista será una etapa fundamental, ya que en ella si “el Estado busca legitimación en la imagen de lo popular, lo popular buscará ciudadanía en el reconocimiento oficial”⁶¹. Y es de esa búsqueda recíproca como resultará posible la emergencia cultural de lo popular urbano. Pero ya no de la mano del Estado, sino a impulsos del mercado del disco, de la radio y de la extranjerizante vanguardia.

Para hacerse urbana la música negra ha debido atravesar una doble barrera ideológica. La que levanta, de un lado, la concepción populista de la cultura al remitir la verdad de lo popular, su “esencia”, a las raíces, al origen, esto es, no a la historia de su formación, sino a ese idealizado lugar de la autenticidad que sería el campo, el mundo rural⁶². De ahí la contradicción entre su idea de pueblo y unas masas urbanas desarraigadas, politizadas o al menos resentidas, de gustos “degradados”, cosmopolitas, pero cuyas aspiraciones dice asumir el populismo. Y la que opone, de otro lado, una intelectualidad ilustrada para la que la cultura se identifica con el Arte, un arte que es distancia y distinción, demarcación y disciplina, frente a las indisciplinadas e inclasificables manifestaciones musicales de la ciudad. Para esta concepción lo popular puede llegar a ser arte pero sólo cuando elevado, distanciado de la inmediatez adopte, por ejemplo, la forma sonata. Incorporar culturalmente lo popular es siempre peligroso para una *intelligentsia* que ve en ello una permanente amenaza de confusión, la borradora de las reglas que delimitan las distancias y las formas. Por eso serán la “sucias” industria cultural y la peligrosa vanguardia estética las que incorporen el ritmo negro a la

cultura de la ciudad y legitimen lo popular-urbano como cultura: una cultura nueva “que procede por apropiaciones polimorfas y el establecimiento de un mercado musical donde lo popular en transformación convive con elementos de la música internacional y de la cotidianidad ciudadana”⁶³. Arrancándose al mito de los orígenes y dejando de servir únicamente para rellenar el vacío de raíces que padece el hombre de la ciudad —ese mismo del que habla un uso urbano de las artesanías “en el que la profundidad del pasado es convocada para dar profundidad a una intimidad doméstica que los enseres industriales estereotiparon”⁶⁴—, *el gesto negro se hace popular-masivo*, esto es, contradictorio campo de afirmación del trabajo y el ocio, del sexo, lo religioso y lo político. Un circuito de idas y venidas, de entrelazamientos y superposiciones carga el pasaje que desde el *candomblé* conduce la música hasta el disco y la radio. Pero es el circuito de las escaramuzas, las estratagemas y argucias de que ha estado siempre hecho el camino de los dominados hacia el reconocimiento social. Como ese otro modo de lucha que los negros de Brasil llaman *capoeira*, mezcla de lucha y juego, de lucha y danza, cargado de *mandinga*, de seducción y de malicia capaces de “desviar al adversario de su camino previsto”⁶⁵. Lógica otra que encontrará su punto máximo de reconocimiento y dislocamiento, de parodia, en el Carnaval⁶⁶. Ha tenido que ser transversalmente como la música negra logre su ciudadanía y “las contradicciones generadas en esa travesía no son pocas, pero ella sirvió para generalizar y consumir un hecho cultural de la mayor importancia para el Brasil: la emergencia urbana y moderna de la música negra”⁶⁶.

El nacimiento de una prensa popular de masas

Los medios que llevamos estudiados hasta ahora —cine, radio y aún más en el caso de la música— nacieron “populares” precisamente porque eran accesibles a los públicos no letrados. Pero la prensa también ha participado en el otorgamiento de ciudadanía a las masas urbanas. Y lo hizo al producirse el estallido de lo que hacía su unidad, que era la del círculo letrado, y la ruptura con la matriz cultural dominante.

De los medios de comunicación la prensa es el que cuenta con más historia escrita, pero no sólo por ser el más viejo, sino por ser aquel en que se reconocen culturalmente los que escriben

historia. Historias de la prensa que obviamente sólo estudian la “prensa seria”, y que cuando se asoman a la otra, a la amarilla o sensacionalista, lo hacen en términos casi exclusivamente económicos, en términos de crecimiento de las tiradas y de expansión publicitaria. ¿Cómo se va a hablar de política, y menos aún de cultura, a propósito de periódicos que, según esas historias, no son más que negocio y escándalo, aprovechamiento de la ignorancia y las bajas pasiones de las masas? Frente a esa reducción, que vacía de sentido político la prensa popular, se ha comenzado a abrir camino otro tipo de análisis histórico que integra cuestiones de sociología de la cultura y de ciencia política. En Europa ese tipo de investigación en la línea de Raymond Williams o de T. Zeldin⁶⁸ ya cuenta con un cierto peso. En América Latina uno de los trabajos pioneros es sin lugar a dudas el de Osvaldo Sunkel sobre la prensa popular de masas en Chile, cuyo subtítulo hace explícito el desplazamiento: “Un estudio sobre las relaciones entre cultura popular, cultura de masas y cultura política”⁶⁹.

Sunkel parte, en su investigación, de un hecho histórico —la inserción desde los años treinta de los modos de vida y de lucha del pueblo en las condiciones de existencia de la “sociedad de masas”— y de un replanteamiento teórico en profundidad de la representación de lo popular en la cultura política de la izquierda marxista. Dejamos para otro lugar más adelante el análisis de la propuesta teórica y metodológica y recogemos aquí únicamente el mapa de mediaciones que configuran el proceso de aparición de la prensa popular de masas en Chile.

En 1938, con la conformación del Frente Popular y la participación en el gobierno de los partidos de izquierdas, culmina un proceso de transformaciones iniciado en los años veinte. Justamente en esos años tienen lugar los cambios que van a modificar radicalmente la prensa chilena: la transformación de la prensa obrera en diarios de izquierda y la aparición de los periódicos sensacionalistas. Respecto a la primera, la transformación se sitúa básicamente en la ruptura del círculo de lo local en que se había movido hasta entonces. Ahora se tratará de abordar temáticas nacionales o al menos expresadas en un lenguaje nacional. Lo que implicaba asumir un nuevo público destinatario para el discurso de izquierda siquiera potencialmente: el público masivo. Sin embargo el discurso de esos diarios seguirá fiel a la matriz racional-iluminista, a su función de “ilustración popular” y propaganda política. Los objetivos seguirán siendo educar a los sectores populares —elevar su con-

ciencia política— y representarlos en o frente al Estado. Sólo que esa representación significa la asunción únicamente de aquellos asuntos que la izquierda marxista tiene por *políticos* o por politizables. Idea de lo político —y por tanto de lo popular representable— en la que no cabrán más actores que la clase obrera y los patronos, ni más conflictos que los que vienen de la producción —del choque entre el capital y el trabajo— ni más espacios que los de la fábrica o el sindicato. Una visión *heroica* de la política que deja fuera el mundo de la cotidianidad, de la subjetividad y la sexualidad, tan fuera como quedará el mundo de las prácticas culturales del pueblo: narrativas, religiosas o de conocimiento. Fuera o, lo que es peor, estigmatizadas como fuente de alienación y obstáculos a la lucha política. La transformación de la prensa de izquierda se sitúa entonces en la adopción de temáticas y de un lenguaje nacional, y en la concentración. De los más de cien periódicos obreros que existían entre 1900 y 1920 —con su diversidad de posiciones ideológicas socialistas, anarquistas, radicales, etcétera—, quedarán en 1929 sólo cinco publicaciones con regularidad y en 1940 aparecerá el diario *El Siglo* (órgano oficial del Partido Comunista), que culmina el proceso cuyas etapas están en el diario *Frente Unico*, que circula de 1934 a 1936, y *Frente Popular*, de 1936 a 1940.

La aparición de los diarios sensacionalistas ha sido normalmente “explicada”, tanto en Estados Unidos como en Europa, en función del desarrollo de las tecnologías de impresión y de la competencia entre las grandes empresas periodísticas. En América Latina, cuando la prensa sensacionalista es estudiada lo es para presentarla como ejemplo palpable de la penetración de los modelos norteamericanos que, poniendo el negocio por encima de cualquier otro criterio, vinieron a corromper las serias tradiciones del periodismo autóctono. Sunkel mira esa prensa desde otro lugar, y encuentra en el propio Chile los antecedentes discursivos y las formas que desarrollarán los diarios sensacionalistas. Como en otros países latinoamericanos desde la segunda mitad del siglo XIX, ha habido en Chile cantidad de publicaciones populares que, como las “gacetas” en Argentina⁷⁰ o la “literatura de cordel” en Brasil⁷¹, mezclan lo noticioso a lo poético y a la narrativa popular. En Chile se llamaron “liras populares”, y a partir de la Primera Guerra Mundial comenzaron a ganar en información lo que perdían en calidad poética, comenzaron a “asumir funciones propias del periodismo en un momento histórico que refleja las experiencias de lo popular en los umbrales de la cultura de masas”⁷². En ese

protoperiodismo popular —que será escrito para ser difundido en gran parte oralmente, para ser “leído, declarado, cantado” en lugares públicos como el mercado, la estación del ferrocarril o la misma calle— se hallan ya las claves del diario sensacionalista. Están los grandes titulares reclamando la atención sobre el hecho principal que relatan los versos, la importancia que cobra la parte gráfica con dibujos que ilustran lo narrado, está la melodramatización de un discurso que aparece fascinado por lo sangriento y lo macabro, el exageramiento y hasta la atención a los ídolos de masas tanto del mundo del deporte como del espectáculo.

Desde los años veinte comienzan a aparecer diarios que recogen y desarrollan las claves de las liras populares. En 1922, el diario *Los Tiempos* es ya tabloide e inicia la introducción de un estilo nuevo de periodismo en Chile. Desde unos años antes el periódico *Crítica* en Argentina había revolucionado el periodismo rompiendo con el tono solemne y la ampulosidad de la prensa “seria”, y había introducido una serie de elementos nuevos que buscaban explícitamente la conexión con los modos de expresión popular: reconstrucciones gráficas de sucesos, página policial en la que junto a la noticia propiamente dicha aparecía una composición en verso que comentaba el episodio, una escena callejera o viñeta de costumbres y una nota de diccionario lunfardo⁷³. También el chileno *Los Tiempos* va a caracterizarse por el estilo ágil y la incorporación del escándalo y el humor a la noticia. En 1944 aparece *Las Noticias Gráficas*, que se autodefine como “diario del pueblo” y que incorpora reclamos de actores populares no representados o reprimidos por el discurso político tradicional: las mujeres, los jubilados, el mundo de las cárceles y los reformatorios, del alcoholismo y la prostitución. Ello va a implicar un mayor énfasis en la crónica policial y un tono más irreverente y escandaloso con el uso frecuente de giros idiomáticos del lenguaje popular. Pero donde ese nuevo tipo de periodismo hallará sus consagración será en el diario *Clarín*, fundado en 1954, y en el que los criterios empresariales estarán siempre aliados a, y sobredeterminados por, criterios político-culturales. En ese diario se hará explícito el que la cuestión del cambio de lenguaje periodístico no remite ni se agota en la trampa con que atrapar un público sino que responde a su vez a una búsqueda de conexión con los otros lenguajes que circulan marginados en la sociedad. Desde ahí había que leer la caricatura a las diferentes hablas de los

grupos sociales y la transposición del discurso de la crónica roja a la política.

El sensacionalismo plantea entonces la cuestión de las huellas, de las marcas en el discurso de prensa de otra matriz cultural, simbólico-dramática, sobre la que se modelan no pocas de las prácticas y las formas de la cultura popular. Una matriz que no opera por conceptos y generalizaciones, sino por imágenes y situaciones y que, rechazada del mundo de la educación oficial y la política seria, sobrevive en el mundo de la industria cultural desde el que sigue siendo un poderoso dispositivo de interpelación de lo popular. Claro que queda mucho más fácil y reporta mucha más seguridad seguir reduciendo el sensacionalismo a “recurso burgués” de manipulación y alienación. Hubo que romper fuerte para atreverse a afirmar que “detrás de la noción de sensacionalismo como explotación comercial de la crónica roja, de la pornografía y del lenguaje grosero se esconde una visión purista de lo popular”⁷⁴. Pero sólo arriesgando se podía descubrir la conexión *cultural* entre la estética melodramática y los dispositivos de supervivencia y de revancha de la matriz que irriga las culturas populares. Una estética melodramática que se atreve a violar la repartición racionalista entre temáticas *serias* y las que carecen de valor, a tratar los hechos políticos como hechos dramáticos y a romper con la “objetividad” observando las situaciones de ese otro lado que interpela la subjetividad de los lectores.

5 Desarrollismo y trasnacionalización

Si la primera versión latinoamericana de la modernidad tuvo como eje la idea de *Nación* —llegar a ser naciones modernas—, la segunda, al iniciarse los sesenta, estará asociada a la idea de *desarrollo*. Versión renovada de la idea de progreso, el desarrollo es concebido como un avance objetivo, esto es, un crecimiento que tendría su exponente cuantificable en el crecimiento económico y su consecuencia “natural” en la democracia política. Natural en el sentido de que al aumentar la producción aumentará el consumo que redistribuye los bienes asentando la democracia. La democracia resulta así “subproducto de la modernización”⁷⁵, pues depende del crecimiento económico y éste a su vez es fruto de una reforma de la sociedad en la que el Estado es concebido “ya no como encarnación plebiscitaria-

personalista de un pacto social, sino como una instancia técnica-neutral que ejecuta los imperativos del desarrollo”⁷⁶.

En la mayoría de los países latinoamericanos los años sesenta vieron un considerable aumento y diversificación de la industria y un crecimiento del mercado interno. Pero vieron muy pronto también el surgimiento de contradicciones insolubles. Contradicciones que para la izquierda hacía visible la incompatibilidad entre acumulación capitalista y cambio social, mientras que para la derecha de lo que se trataba era de la incompatibilidad en estos países entre crecimiento económico y democracia. Brasil, el primero, con un golpe de la derecha, y Chile después, con la elección de un gobierno socialista, ponen en cuestión la “naturalidad” del proceso del desarrollo. Y unos pocos años más tarde la mayoría de los países latinoamericanos gobernados por regímenes autoritarios comprobarán que lo único *objetivo* y verdaderamente cuantificable fueron los intereses del capital. Pero el desarrollismo demostró algo más: “el fracaso del principio político de la modernización generalizada”⁷⁷. De lo que darán testimonio tanto el “crecimiento” de los regímenes de fuerza en los años setenta como el endeudamiento brutal de la subregión en los ochenta, y sobre todo el nuevo sentido que adquieren los procesos de transnacionalización, esto es, el “salto” de la imposición de un modelo económico a la internacionalización de un modelo político con el que hacer frente a la crisis de hegemonía. “Lo que permite hablar de una fase *transnacional* es su naturaleza política: la ruptura del dique que las fronteras nacionales ofrecían antes a la concentración capitalista altera radicalmente la naturaleza y las funciones de los Estados al disminuir la capacidad que éstos tenían para intervenir en la economía y en el desarrollo histórico”⁷⁸.

¿Cuál es el lugar y el papel de los medios masivos en la nueva fase de la modernización en Latinoamérica? O en otros términos: ¿cuáles son los cambios producidos en la masificación por relación a los medios y en relación a las masas? Para responder hemos de diferenciar lo que pasa en los años de la euforia y “milagros” del desarrollismo —de los inicios de los sesenta, y en algunos países desde un poco antes, hasta mediados de los setenta—, de lo que sucede en los ochenta con la crisis mundial agudizando en América Latina la contradicción entre el carácter nacional de la estructura política y el carácter transnacional de la estructura económica.

El nuevo sentido de la masificación

A diferencia de lo que sucedió durante el populismo, en el que lo masivo designaba ante todo la presencia de las masas en la ciudad con su carga de ambigüedad política pero con su explosiva carga de realidad social, en “los años del desarrollo” *lo masivo pasa a designar únicamente los medios* de homogeneización y control de las masas. La masificación se sentirá incluso allí donde no hay masas. Y de mediadores, a su manera, entre el Estado y las masas, entre lo rural y lo urbano, entre las tradiciones y la modernidad, los medios tenderán cada día más a constituirse en el lugar de la simulación y la desactivación de esas relaciones. Y aunque los medios seguirán “mediando”, y aunque la simulación estaba ya en el origen de su puesta en escena, algo va a cambiar como tendencia en ellos. Y no en abstracto, no en el sentido de que ellos se conviertan en mensaje, sino en el mismo sentido que tomará el desarrollo: el del crecimiento esquizoide de una sociedad cuya objetivación no corresponde a sus demandas. Sólo entonces la comunicación podrá ser medida en número de ejemplares de periódicos y de aparatos de radio o de televisión, y en esa “medida” convertida en piedra de toque del desarrollo. Así lo proclamarán los expertos de la OEA: *sin comunicación no hay desarrollo*. Y el dial de los receptores de radio se saturará de emisoras en ciudades sin agua corriente y los barrios de invasión se poblarán de antenas de televisión. Sobre todo de eso, de antenas de televisión, porque ella representa la síntesis de los cambios que se producen en lo masivo.

A la difusión generalizada de innovaciones como “motor” del desarrollo corresponderán en el campo de la comunicación dos hechos claves: hegemonía de la televisión y pluralización funcionalizada de la radio.

La televisión entraña no sólo un aumento en la inversión económica y la complejidad de la organización industrial, también un refinamiento cualitativo de los dispositivos ideológicos. Imagen plena de la democratización desarrollista, la televisión “se realiza” en la unificación de la demanda. Que es la única manera como puede lograrse la expansión del mercado hegemónico sin que los subalternos resientan la agresión. Si somos capaces de consumir lo mismo que los desarrollados es que definitivamente nos desarrollamos⁷⁹, y más allá del tanto por ciento de programas importados de Estados Unidos de América, e incluso de la imitación de los formatos de programas, lo

que nos afectará más decisivamente será la importación del modelo norteamericano de televisión: ése que no consiste sólo en la privatización de las cadenas —hay países, como Colombia, en los que la televisión “es” del Estado, manejada por él, y ello no es incompatible con su adhesión al modelo dominante, sino en *la tendencia a la constitución de un solo público*⁸⁰, en el que sean reabsorbidas las diferencias hasta tal punto que sea posible confundir el mayor grado de comunicabilidad con el de mayor rentabilidad económica. Cuando unos años más tarde se generalice también el chequeo permanente de los índices de audiencia, ello no hará sino tornar explícito entre nosotros lo que ya contenía el modelo: la tendencia a constituirse en un discurso que para hablar al máximo de gente debe reducir las diferencias al mínimo, exigiendo el mínimo de esfuerzo decodificador y chocando mínimamente con los prejuicios socio-culturales de las mayorías.

Aún masificada, la prensa reflejó siempre diferencias culturales y políticas, y ello no sólo por necesidad de “distinción”, sino por corresponder al modelo liberal y su búsqueda de expresión para la pluralidad de que está hecha la sociedad civil. También la radio, por el otro lado, por su cercanía a lo popular, hizo desde un comienzo presente la diversidad de lo social y lo cultural. La televisión en cambio desarrollará al máximo la tendencia a la absorción de las diferencias. Y hablo de absorción porque esa es su forma de negarlas: exhibiéndolas desamordazadas de todo aquello que las carga de conflictividad. Ningún otro medio de comunicación había permitido el acceso a tanta variedad de experiencias humanas, de países, de gentes, de situaciones. Pero ningún otro las controló de tal modo que en lugar de hacer estallar el etnocentrismo lo reforzara. Al enchufar el espectáculo en la cotidianidad⁸¹ el modelo hegemónico de televisión imbrica en su modo mismo de operación un paradójico dispositivo de control de las diferencias: de acercamiento o *familiarización* que, explotando los parecidos superficiales, acaba convenciéndonos de que si nos acercamos lo suficiente hasta los más “lejanos”, los más distanciados en el espacio o en el tiempo, se nos parecen mucho; y de alejamiento o *exotización* que convierte lo otro en lo radical y absolutamente extraño, sin relación alguna con nosotros, sin sentido en nuestro mundo. Por ambos caminos lo que se impide es que lo diferente nos rete, nos cuestione minando el mito mismo del desarrollo; el de que existe un único modelo de sociedad compatible con el progreso y por tanto con futuro.

En el campo de *la radio* se produce a partir de los años sesenta un proceso de transformación que responde a la tendencia general que impone el desarrollismo y a la crisis que en ese medio especialmente desencadena el auge de la televisión. A la competencia televisiva la radio responde por un lado explotando su *popularidad*, esto es sus especiales modos de “captar” lo popular, las maneras, “como se trabaja la adhesión y el sistema de interpelaciones a las que se recurre”⁸². E incluso la popularidad que implican sus propias características técnicas: no requiere otras destrezas que la facultad de oír, su “limitación” a lo sonoro —voz y música—, permitiéndole desarrollar una especial capacidad expresivo-coloquial, y su modo de uso no excluyente, sino compatible haciendo posible la superposición y revoltura de actividades y tiempos⁸³. Estos rasgos tecno-discursivos que le permiten a la radio *mediar lo popular* como ningún otro le van a permitir su renovación constituyéndose en enlace privilegiado de la modernizadora racionalidad informativo-instrumental con la mentalidad expresivo-simbólica del mundo popular. El proyecto modernizador se hace en la radio *proyecto educativo*, dirigido especialmente a la adecuación técnica de los modos de trabajo campesino a los requerimientos y objetivos del desarrollo, y a la readecuación ideológica: superación de las supersticiones religiosas que hacen obstáculo a los avances tecnológicos y los beneficios del consumo⁸⁴. Por otro lado, la radio responde a la hegemonía televisiva *pluralizándose*, diversificándose con los públicos. Pluralización funcional a los intereses del mercado pero que “habla ” también de algo más: “La homogeneización del consumidor requiere denominar y categorizar al receptor, produciendo una suerte de clasificación que transforma las identidades sociales previas y las hace funcionales a un determinado esquema de sociedad, donde a la categoría de ciudadano se han agregado otras: espectador, hinch, joven, mujer, etc.”⁸⁵. En un primer momento esa sectorialización de los públicos tiene únicamente la figura de una diversificación de los tipos de emisión o programas dentro de una misma emisora, pero más adelante la pluralización de la radio llega a la especialización de las emisoras por franjas de públicos que interpelan a sectores cultural y generacionalmente bien diferenciados. La crisis de identidad de los partidos políticos tradicionales y la ausencia de una interpelación eficaz a lo popular desde la izquierda va a facilitar que los medios masivos, y en especial la radio, pase a convertirse en agente impulsador de unas identidades sociales que responden más al nuevo mo-

delo económico que a una renovación de la vida política. Y sobre ese vacío, y sobre la pluralización integradora que contrapesa la unificación de la televisión será sobre los que se apoye internamente la transnacionalización de lo masivo en los años ochenta.

La no-contemporaneidad entre tecnologías y usos

Desde finales de los ochenta el escenario de la comunicación en Latinoamérica es protagonizado por las “nuevas tecnologías”. Miradas desde los países que las diseñan y producen las nuevas tecnologías de comunicación-satélites, televisión por cable, videotexto, teletexto, etcétera, representan la nueva etapa de un proceso *continuo* de aceleración de la modernidad que ahora daría un salto cualitativo —de la Revolución Industrial a la Revolución Electrónica— del que ningún país puede estar ausente so pena de muerte económica y cultural. En América Latina la irrupción de esas tecnologías plantea sin embargo una *multitud de interrogantes*, *está vez no disueltos* por el viejo dilema: el sí o el no a las tecnologías es el sí o el no al desarrollo. Pues los interrogantes *desplazan* la cuestión de las tecnologías en sí mismas al modelo de producción que implican, y a sus modos de acceso, de adquisición y de uso; desplazamiento de su incidencia en abstracto a los procesos de imposición, deformación y dependencia que acarrearán, de dominación en una palabra pero también de resistencia, de refuncionalización y rediseño. En América Latina la irrupción de esas tecnologías se inscribe en todo caso en un viejo proceso de esquizofrenia entre modernización y posibilidades reales de apropiación social y cultural de aquello que nos moderniza. ¡Se informatizan o mueren!, es la consigna de un capital en crisis, necesitado con urgencia vital de expandir el consumo informático.

Las señas del proceso de esquizofrenia pueden rastrearse a muchos niveles. Desde la más elemental cotidianidad hasta el de las decisiones que implican inversiones gigantescas o virajes bruscos de la política nacional. A nivel cotidiano ahí está el “hueco semántico” desde el que las tecnologías son consumidas al no poder ser referidas en lo más mínimo a su contexto de producción: un hueco que las mayorías en estos países colman semantizándolas desde el lenguaje de la magia o de la religión. Y a esa esquizofrenia remite también el que un

cambio de gobierno —que en ciertos casos ni siquiera lo es de partido— pueda transtornar las políticas de inversión estatal en informatización de la Administración con los costos económicos y sociales que de ello se derivan. Como lo muestra la investigación realizada por Mattelart y Schmucler⁸⁶, los niveles alcanzados en cada país por la expansión tecnológica en el campo de la comunicación son muy diferentes, pero la fascinación y el encandilamiento son muy parecidos: ya no sólo en las capitales, también en las más pequeñas ciudades de provincia se siente la necesidad compulsiva de microcomputadores y videograbadoras, de telejuegos y videotextos.

En dos cuestiones podrían cifrarse las preguntas que desde la cultura las nuevas tecnologías de comunicación plantean en Latinoamérica. De un lado está la puesta en crisis que, tanto por la racionalidad que materializan como por el modo en que operan, esas tecnologías producen sobre la “ficción de identidad”⁸⁷ en que se apoya en estos países la cultura nacional. De otro, al llevar la simulación —en términos de Baudrillard: “el simulacro de la racionalidad”— al extremo esas tecnologías hacen visibles un *resto* no simulable, no digerible, que desde la alteridad cultural resiste a la homogeneización generalizada. Y lo que ese resto nombra no tiene nada de misterioso o extraño, es la presencia conflictiva y dinámica en América Latina de las culturas populares.

El cuestionamiento que las nuevas tecnologías producen sobre las identidades culturales opera entonces sobre diferentes registros que es necesario deslindar. Uno es el reto que plantean a los intentos de fuga hacia el pasado, a la vieja tentación idealista de postular una identidad cuyo sentido se hallaría en el *origen* o en todo caso atrás, por debajo, fuera del proceso y la dinámica histórica y de la actualidad. Pero otro es el sentido que adquieren las nuevas tecnologías como culminación de la “operación antropológica”⁸⁸, esto es, la reactivación de la lógica evolucionista que reduce, ahora radicalmente y sin fisuras, *lo otro a lo atrasado*, que convierte lo que queda de identidad en las culturas otras a mera identidad *refleja* —no valen sino para valorizar con su diferencia la identidad de la cultura hegemónica— y *negativa*: lo que nos constituye es lo que nos falta, lo que nos constituye es la carencia. Y de lo que carecemos, lo que más nos faltaría hoy sería eso: la tecnología que producen los países centrales, esa que nos va a permitir al fin dar el salto definitivo a la modernidad.

La paradoja es fabulosa si no fuera sangrienta, pues en nombre de la memoria electrónica nuestros pueblos se están viendo abocados a renunciar a tener y acrecentar su propia memoria, ya que en la disyuntiva entre atraso y modernidad la memoria cultural no cuenta, no es informáticamente operativa y por tanto no es aprovechable. A diferencia de la memoria instrumental, la *memoria cultural* no trabaja con “información pura” ni por linealidad acumulativa, sino que se halla articulada sobre experiencias y acontecimientos, y en lugar de acumular, filtra y carga. No es la memoria que podemos usar, sino aquella otra de la que estamos hechos. Y que no tiene nada que ver con la nostalgia, pues su “función” en la vida de una colectividad no es hablar del pasado, sino dar continuidad al proceso de construcción permanente de la identidad colectiva. Pero la lógica de la memoria cultural —operante por ejemplo en la narración popular en que la calidad de la comunicación está lejos de ser proporcional a la cantidad de información— se resiste a dejarse pensar con las categorías de la informática.

Otra cosa es el saqueo de esa memoria, de la tradición narrativa de oriente y de occidente, para dotar de “substancia” a la forma-fetiché en que están siendo representadas las nuevas tecnologías. A través de films de ciencia-ficción y sobre todo de series televisivas las tecnologías están siendo convertidas en *estrellas*⁸⁹. Jugando con los géneros más populares —la epopeya, el de aventuras y el de terror— se nos lanza a un futuro que escamotea y disuelve el presente. Ello mediante una operación que a la vez espectaculariza e inocenta la tecnología: del robot siempre bueno o al servicio de los buenos pasamos a la estetización de unas máquinas de guerra tan bellas como eficaces. Ya sea en films de una belleza plástica y de una ingeniosidad admirables o en la versión redundante y barata de las mil series de dibujos animados en televisión, la *imagen* de las “nuevas” tecnologías educa a las clases populares latinoamericanas en la actitud que más conviene a sus productores: la fascinación por el nuevo fetiché.

La investigación sobre las nuevas tecnologías de comunicación tiene un capítulo central en el estudio de sus efectos sobre la cultura. Pero desde el concepto de *efecto*, las relaciones entre tecnología y cultura nos devuelven a la vieja concepción: toda la actividad de un lado y mera pasividad del otro. Con el agravante de seguir suponiendo una identidad de la cultura que estaría en la base de toda identidad cultural. Lo plural serían las tecnologías y lo idéntico la cultura. En América Latina al

menos los procesos demuestran lo contrario: es de la tecnología, de su *logo-tecnia*, de donde proviene uno de los más poderosos y profundos impulsos hacia la homogeneización de la vida, y es desde la diferencia, desde la pluralidad cultural, desde donde ese proceso está siendo desenmascarado al sacar a flote los *destiempos* de que está hecha la vida cultural de América Latina. Una de las “novedades” que presentarían las modernas tecnologías de comunicación sería la contemporaneidad entre el tiempo de su producción en los países ricos y el tiempo de su consumo en los países pobres: ¡por vez primera las máquinas no nos están llegando de segunda mano! Contemporaneidad tramposa sin embargo porque encubre, tapa la no contemporaneidad entre objetos y prácticas, entre tecnologías y usos, impidiéndonos así comprender los sentidos que históricamente tiene su apropiación. Tanto a nivel *nacional*, esto es, el desfase y crisis de lo nacional que la transnacionalización tecnológica acelera o saca a flote: la no-articulación de la pluralidad cultural en los proyectos nacionales; como en el de lo *popular*, que confrontado a la cuestión tecnológica se ve obligado a distanciarse de aquella concepción y práctica ancladas en la nostalgia y la transparencia del sentido. Pensar entonces las tecnologías desde la diferencia cultural no tiene nada que ver con la añoranza o el desasosiego frente a la complejidad tecnológica o la abstracción massmediática. Ni tampoco con la seguridad voluntarista acerca del triunfo final del bien. Pues las tecnologías no son meras herramientas transparentes, y no se dejan usar de cualquier modo, son en últimas la materialización de la racionalidad de *una* cultura y de un “modelo global de organización del poder”⁹⁰.

Pero el rediseño es posible, si no como estrategia siempre al menos como *táctica*, en el sentido que ésta tiene para Certeau: el modo de lucha de aquel que no puede retirarse a “su” lugar y se ve obligado a luchar en el terreno del adversario⁹¹. La clave está entonces en tomar el original importado como *energía*, como potencial a desarrollar a partir de los requerimientos de la propia cultura. Sin olvidar que a veces la única forma de asumir activamente lo que se nos impone será el antidiseño, el diseño paródico que lo inscribe en un juego que lo niega como valor en sí. Y en todo caso cuando el rediseño no puede serlo del aparato podrá serlo al menos de la función. En un barrio pobre de Lima, un grupo de mujeres organizó un mercado. En él se contaba con una grabadora y unos altoparlantes que sin embargo no eran usados sino por el administrador. Con la colaboración de un

grupo de comunicadores las mujeres del mercado comenzaron a usar la grabadora para saber qué pensaba el barrio del mercado, para musicalizar y celebrar las fiestas y otras funciones. Hasta que llegó la censura en la persona de una religiosa que ridiculizó la forma de hablar de las mujeres y condenó la osadía de quienes “sin saber hablar” se atrevían a hablar por los altoparlantes. Se produjo una crisis y las mujeres durante unas semanas no quisieron saber más del asunto. Pero al cabo de un tiempo el grupo de mujeres buscó a los comunicadores y les dijo: “Amigos, hemos descubierto que la religiosa tiene razón, no sabemos hablar y en esta sociedad quien no sabe hablar no tiene la menor posibilidad de defenderse ni de poder nada. Pero también hemos comprendido que con ayuda de ese aparatito —la grabadora— podemos aprender a hablar”. Desde ese día las mujeres del mercado decidieron comenzar a narrar su propia vida, y dejando de usar la grabadora únicamente para escuchar lo que otros dicen empezaron a usarla para aprender ellas a hablar⁹².

II. Los métodos: de los medios a las mediaciones

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