

LA GLOBALIZACIÓN EN PEDAZOS: INTEGRACIÓN Y RUPTURAS EN LA COMUNICACIÓN

Néstor García Canclini

No es cierto mucho de lo que se dice sobre la globalización. Por ejemplo, que uniforma a todo el mundo. Ni siquiera ha conseguido que exista una sola definición de lo que significa globalizarse, ni que nos pongamos de acuerdo sobre el momento histórico en que comenzó, ni sobre su capacidad de reorganizar o descomponer el orden social.

Acerca de la fecha en que habría comenzado la globalización, varios autores la sitúan en el comienzo de la expansión capitalista y/o de la modernidad occidental (Chesnaux, Wallerstein). Otros colocan el origen a mediados del siglo XX, cuando las innovaciones tecnológicas y comunicacionales comienzan a impactar el mercado a escala mundial. Quienes distinguen entre internacionalización y globalización piensan que los cambios tecnológico-mercantiles sólo adoptan formas globales cuando se establecen mercados mundiales de las comunicaciones y del dinero, y se consolidan al desaparecer la Unión Soviética y agotarse la división bipolar del mundo (Albrow, Giddens, Ortiz).

Estas discrepancias se relacionan con maneras diversas de definir lo que se entiende por globalización. Quienes le atribuyen un origen más remoto privilegian el aspecto económico e histórico mientras que los que defienden la aparición reciente de este proceso conceden más peso a las dimensiones políticas, culturales y comunicacionales. Personalmente, entiendo que hay buenas razones para compartir esta última posición y sostener, de acuerdo con la expresión de Albrow y Giddens, que «somos la primera generación que tiene acceso a una era global». Sin embargo, debemos reconocer que no hay consenso internacional ni transdisciplinario sobre este asunto. También se discute si este proceso debe denominarse globalización o mundialización, diferencia que separa a quienes escriben en inglés o francés pero se vincula además con divergencias conceptuales (Mattelart, Ortiz).

Menos claro aún es si el balance de la globalización es negativo o positivo. Ya es difícil sostener que toda apertura e integración internacional sea beneficiosa para todos. El agravamiento de problemas y conflictos -desempleo, contaminación, violencia, narcotráfico- cuando la liberalización global se subordina a intereses privados llevó a pensar en la necesidad de que la globalización sea políticamente conducida y que la disputa entre los grandes capitales sea contrarrestada mediante integraciones regionales (Unión Europea, Mercosur, etc.). A esta altura se discute si la globalización es inevitable, y en qué grado, e incluso si es deseable en todos los aspectos de la producción, la circulación y el consumo (Singer).

Estas discrepancias respecto del significado y el alcance de la globalización, que sería fácil multiplicar, permiten extraer algunas conclusiones elementales pero con fuertes consecuencias teóricas y metodológicas: a) la globalización no es un paradigma científico, ni económico, ni cultural en el sentido de que no cuenta con un objeto de estudio claramente delimitado, ni ofrece un conjunto coherente y consistente de saberes, consensados intersubjetivamente y contrastables con referentes empíricos; b) tampoco puede considerarse la globalización un paradigma político ni cultural, en tanto no constituye el único modo posible de desarrollo. La globalización, más que un orden social o un único proceso, es resultado de múltiples movimientos, en parte contradictorios, con resultados abiertos, que implican diversas conexiones «local-global y local local» (Mato). Los conocimientos disponibles sobre globalización constituyen un conjunto de **narrativas** obtenidas mediante aproximaciones parciales, en muchos puntos divergentes.

Observamos que esta precariedad se trata de ocultar en un sector de la bibliografía reciente con dos operaciones. Una consiste en reducir la globalización casi a sinónimo de neoliberalismo, y por tanto punto de partida que se pretende indudable, «pensamiento único» más allá de las luchas ideológicas. La globalización a la neoliberal habría establecido un solo modelo para países desarrollados y subdesarrollados que no quieran quedar fuera de la economía mundial. De este modo, aparece en algunos autores como lo que en otro tiempo fue la teoría de los modos de producción en el marxismo (el intento de pensar con un solo paradigma la totalidad del desarrollo mundial y cada uno de los procesos que ocurren en cualquier sociedad). En las versiones *light* la globalización es un sustituto del posmodernismo, o sea la narrativa que pretende valer para pensar todo cuando han caducado los paradigmas totalizantes. Los ingredientes nucleares de este pretendido paradigma son la economía de mercado, el multipartidismo, la apertura de las economías nacionales al exterior, la libre circulación de capitales, la protección de inversiones extranjeras y de la propiedad intelectual, el equilibrio fiscal y la libertad de prensa. Quienes escapan de este modelo, como Irak, Irán, Libia o Albania, serían exiliados de la historia. Otros países que lo intentaron estarían confirmando con su readaptación (China, Cuba y Vietnam) la validez universal del paradigma. Esta es la visión de muchos intelectuales, desde economistas a filósofos de la historia (Fukuyama, etc.) y por supuesto, el Grupo

de los Siete, de empresas y bancos del primer mundo que están conduciendo la política económica. Las crisis de este modelo en México y otros países latinoamericanos a partir de diciembre de 1994, en el sudeste asiático en meses recientes, y la variedad de conflictos sociales que ha agravado en todas partes, generan dudas sobre su consistencia y beneficios. En este trabajo problematizaré sólo algunos aspectos de su realización cultural, que permiten refutar la supuesta capacidad de convertirse en paradigma único.

La otra posición que oculta las deficiencias de la globalización, o dificulta plantear su relatividad, es la de quienes se desprecupan de que no constituya un paradigma o modelo científico de acuerdo con el principio posmoderno que acepta la reducción del saber a la coexistencia de narrativas múltiples. No estoy proponiendo regresar al positivismo que postulaba un saber de validez universal, cuya formalización abstracta lo volvería aplicable a cualquier sociedad. Pero tampoco me parece plausible, en un mundo tan interconectado, que renunciemos a plantear los problemas de universalidad del conocimiento, o sea buscar una racionalidad interculturalmente compartida que organice con coherencia los enunciados básicos, más aún cuando se trata de la teoría de la globalización.

Pensar sobre lo global exige trascender estas dos posturas: la que hace de la globalización un paradigma único e irreversible, y la que dice que no importa que no sea coherente ni integre a todos. Puesto que la globalización está hecha en pedazos, acabemos con las operaciones metonímicas que toman la parte por el todo. Me parece metodológicamente fecundo, ante las tendencias fácilmente homogeneizadoras averiguar qué representa lo que la globalización excluye para constituirse.

La hipótesis básica que quiere trabajar es que si no contamos con una teoría unitaria de la globalización no es sólo por deficiencias en el estado actual del conocimiento sino también porque lo fragmentario es un rasgo estructural de los procesos globalizadores. Para decirlo más claro, partiré del supuesto de que la globalización es tanto un conjunto de procesos de homogeneización como de fraccionamiento del mundo, que reordenan las diferencias y las desigualdades sin suprimirlas. Sin pretensión de ser exhaustivo, voy a presentar unas pocas narrativas dedicadas a mostrar que la globalización no sólo se desarrolla en pedazos, sino que los articula en forma paradójica o ambivalente.

1. La globalización tiene una agenda integradora y comunicadora, y una agenda segregadora y dispersiva

El relato más reiterado sobre la globalización es el que narra la expansión del capitalismo posindustrial y de las comunicaciones masivas como un proceso de unificación y/o articulación de empresas productivas, sistemas financieros, regímenes de información y entretenimiento. Wall Street, el Bundesbank, Microsoft, Hollywood, CNN, MTV, Sotheby's y Christie's serían algunos de los personajes organizadores de esta narración. Si bien no son simples aliados, comparten la tendencia a trascender los contextos nacionales en los que nacieron y ser agentes organizadores, en relativa competencia, de un sistema mundial. Las metáforas empleadas, por ejemplo cuando se habla de Hollywood como «la ONU del cine» (*El País*) refuerzan esta visión convergente y complementaria de todos esos actores. Del lado de los consumidores, también estaríamos integrados como comunidades transnacionales de poseedores de tarjetas de crédito, servicios de computación, películas, información y videoclips (Ortiz).

Pero al mismo tiempo esta unificación mundial de los mercados materiales y simbólicos es, como lo enuncia Lawrence Grossberg, una «máquina estratificante» que opera no tanto para borrar las diferencias sino para reordenarlas a fin de producir nuevas fronteras, menos ligadas a los territorios que a la distribución desigual en los mercados. Agregaré además que la globalización -o más bien las estrategias globales de las corporaciones y de muchos Estados- configuran máquinas segregantes y dispersadoras: producen desafiliación a sindicatos, mercados informales conectados por redes de corrupción y lumpenización, culturas audiovisuales opuestas a la cultura letrada. Dividen la cultura letrada en profunda y light, agudizan las oposiciones entre nacionalismos y hacen que consuman su folclor, en condiciones equívocas, los que siguen viviendo en el país natal y las masas que lo añoran desde otro. Así como unifican vastas capas de consumidores transnacionalizados, engendran asalariados empobrecidos que ven sin poder consumir, migrantes temporales que oscilan entre una cultura y otra, indocumentados con derechos restringidos, consumidores y televidentes recluidos en la vida doméstica, sin capacidad de responder en forma colectiva a las políticas hegemónicas. No sólo crean nuevas fronteras en el trabajo y en el consumo: les aumentan la eficacia al desconectar a los que podrían organizarse para atravesarlas o derrumbarlas.

Como cada uno narra la historia que lo conforta, la agenda integradora y comunicadora es predicada sobre todo por los actores hegemónicos. Apenas comienza a hacerse visible en las teorías sociológicas y antropológicas de la globalización que ésta, vista desde la sociedad civil, produce lo que Sergio Zermeno denomina un «despedazamiento de lo social»: destrucción del empresariado y del proletariado que contribuyeron a la industrialización sustitutiva de importaciones, de las capas medias de asalariados públicos, de los espacios de intermediación entre actores sociales y Estado (sindicatos,

partidos, movimientos populares). También ha sido transformado el papel de la prensa y de los medios electrónicos de comunicación, pero la especificidad de lo que está ocurriendo con estos espacios de intermediación requiere un tratamiento separado.

2. Las asimetrías y los desórdenes de la globalización ¿podrían contrarrestarse mediante las integraciones regionales?

¿Cómo pueden reaccionar las sociedades latinoamericanas que en los últimos cincuenta años mudaron la mayor parte de su población del campo a las ciudades, basándose en el desarrollo industrial sustitutivo y en los espacios de intermediación modernos, para afrontar este súbito reordenamiento que en diez o quince años desmonta esa historia de medio siglo, debilita y dispersa las agencias del desarrollo autónomo, acentúa la dependencia económica y cultural respecto de los nuevos centros globalizadores?

Algunos relatan como uno de los mayores signos de esperanza las integraciones económicas y los convenios de libre comercio regionales. Después de la fatigada historia de acuerdos verbales sobre la «Patria grande» y fracasos de lo prometido en la Conferencia Intergubernamental (Costa Rica, 1976) de la Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información (ALASEI), de la Unión Latinoamericana y Caribeña de Radiodifusión (ULCRA) y de una decena de intentos más en cine, Encuentros de Ministros de Cultura y otros que sería abrumador evocar, la rapidez con que están avanzando NAFTA, Mercosur y demás convenios regionales estimula cierta expectativa.

Estas nuevas experiencias podrían rehabilitar el prestigio de los Estados disminuido por el pensamiento neoliberal si no fuera que los acuerdos intergubernamentales son, casi siempre, apoyos a la convergencia monopólica de los sectores empresariales más concentrados. Las evaluaciones de nuestras frágiles aptitudes para construir, mediante integraciones continentales, instancias que fortalezcan a las culturas latinoamericanas (MacAnany-Wilkinson, Recondo, Roncagliolo), no permiten ser optimistas. Todos conocemos experiencias nacionales y regionales desalentadoras. Permítanme introducir, a partir de un relato personal, una reflexión sobre el comportamiento de los empresarios latinoamericanos de la cultura y sus pretensiones de representar la capacidad de la sociedad civil de gestionar el desarrollo frente a la insuficiencia de los Estados.

En agosto pasado me llamó por teléfono Lourdes Hernández, quien conduce en Radio Educación de México el programa «La cocinera atrevida»-ejemplo de cómo la radio cultural puede no ser aburrida- y me pidió bibliografía para una conferencia sobre «Apetitos esenciales y globalización», en la que quería situar la expansión internacional de la comida mexicana como parte de los movimientos sociales y económicos de convergencia global. Le recomendé uno de los pocos libros latinoamericanos sobre globalización que se ocupa de la comida, *Mundialización y cultura*, de Renato Ortiz. Me volvió a hablar para decirme que en varias librerías de la ciudad de Méxicole dijeron que no lo conocían, incluida la Gandhi. Le contesté que era un ejemplo de lo que me proponía argumentar en esta conferencia, porque uno puede entender -con malestar- que la edición original brasileña, como todos los libros producidos en ese país, sean inencontrables en México, pero más difícil es explicarse que la edición en español, hecha en Buenos Aires por una empresa transnacional como Alianza, no salga de Argentina, ni siquiera hasta la librería Gandhi, que tiene casas en Buenos Aires y en México.

Podríamos aducir argumentos culturales y políticos para que la liberalización comercial, que se gestiona con demasiado apuro en los acuerdos de América del Norte, del Mercosur y entre otros países de la región incluya los espectáculos teatrales y musicales de calidad, exposiciones de artes visuales y hasta programas culturales de radio y televisión, películas y videos que suelen quedar arrinconados en el país donde se produjeron. Es posible demostrar que promover la libre circulación de libros, obras teatrales, cantantes y películas de cada país latinoamericano en los demás provocaría menos daño a las economías y las culturas receptoras que cuando se eliminan súbitamente, en tres o cinco años, los impuestos aduaneros para recibir productos textiles, artefactos electrónicos y coches de lujo. Pero lo que exige mayor imaginación es un fenómeno comercial: por qué a los empresarios de las editoras transnacionales no se les ocurre por ejemplo que los libros de Pierre Bourdieu, traducidos en América Latina, podrían ser un buen negocio en España, donde circulan en múltiples ediciones los traducidos en Madrid, o Barcelona, pero no **Sociología y cultura**, ni **Respuestas**, editados en México por Grijalbo, cuya matriz se encuentra en Barcelona.

¿Por qué cuesta tanto fantasear que libros que realizan intervenciones originales en la investigación social, son reconocidos internacionalmente al punto de traducirse en Estados Unidos, y además venden decenas de miles de ejemplares en los países donde se editan, Argentina, Brasil, Colombia, como los de Beatriz Sarlo, Renato Ortiz, Jesús Martín Barbero, y también los de algunos de nuestros mejores narradores, digamos José Emilio Pacheco y Ricardo Piglia, podrían circular

con éxito también en nuestros países donde se habla la misma lengua y muchos estudiantes leen capítulos sueltos en fotocopias. Parece que estos empresarios, que harían ventas prósperas distribuyendo sus libros completos, no han percibido que la oportunidad está siendo aprovechada por quienes se dedican a promover, como dice Carlos Monsiváis, «el grado xerox de la lectura».

No sólo no hay avances a la medida del crecimiento de las facultades y escuelas de comunicación, que superan los 250,000 estudiantes en los países latinoamericanos y España. Estamos conociendo una regresión en las industrias editoriales latinoamericanas en relación con lo que ocurría, especialmente en Argentina y México entre 1940 y 1970. Estos dos países en parte por su liderazgo económico y cultural, en parte con el impulso de exiliados españoles, publicaron profusamente lo que se escribía en sus sociedades, en otros países latinoamericanos y algunos asiáticos en aquellas décadas. Fue en este campo donde América Latina logró una integración más intensa en la circulación internacional de bienes culturales hasta la década pasada en que la expansión de Televisa y Globo en el continente comenzó a conectar por rutas audiovisuales, en forma inédita, a los países latinoamericanos.

La declinación de las economías de nuestra región en los últimos veinte años y el avance español en el mismo periodo modificaron esa situación. Se han cerrado editoriales y librerías, muchos diarios y revistas quebraron o redujeron sus páginas en casi todos los países latinoamericanos. Unas 400 empresas editoriales mexicanas quebraron a partir de 1989 y entre las sobrevivientes no llegan a diez las de capital nacional que publican más de 50 títulos por año (Citesa, Era, Esfinge, Fernández, Fondo de Cultura Económica, Limusa, Porrúa, Siglo XXI y Trillas). Un panorama semejante se reproduce en Argentina, Brasil, Perú y otros países. El aumento internacional del precio del papel, agravado por la devaluación de las monedas latinoamericanas, es una de las causas de este retroceso. Otros motivos son la reducción general del consumo por la pauperización de las clases medias y populares, y la conversión de los libros en simples mercancías, sin los beneficios arancelarios ni la exención de impuestos que tuvieron en otro tiempo.

¿Puede el desarrollo del libre comercio favorecer un relanzamiento de las editoriales latinoamericanas? En rigor, la liberalización comercial de este campo en México comenzó hace dos décadas. Fueron las editoriales españolas las que más aprovecharon la apertura para traer sus productos, asociarse con editoriales nacionales o directamente comprarlas. Por la comunidad de lengua y tradiciones culturales, España parece seguir siendo el interlocutor comercial que más puede beneficiarse en el futuro. Aunque la situación se ha complicado por la «europeización» de la industria española: varias casas editoras de Madrid y Barcelona que habían comprado editoriales mexicanas y argentinas fueron a su vez absorbidas en los ochenta y los noventa por empresas de otros países europeos (Anaya adquirió Alianza, Labor y Nueva Imagen; Mondadori a Grijalbo; Planeta a Ariel y Seix Barral; Bertelsmann-Plaza Janés a Sudamericana).

También se observan cambios originados por el Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá, que comenzó a aplicarse en 1994. Como examinamos con más extensión en un libro reciente (García Canclini, 1996), varias editoriales estadounidenses, por ejemplo Mc Graw Hill y Prentice Hall, han entrado al mercado mexicano con diccionarios, libros de texto de secundaria, para universidades, y «de superación personal». Algunos editores suponen que los empresarios estadounidenses no incidirán tanto en la generación de nuevas casas editoras como en el proceso de producción: papel, maquinaria, y, como ya ocurre, ediciones de alta calidad (color, pasta dura), para lo cual disponen de infraestructura y personal más calificado.

Otros empresarios mexicanos, que en los últimos años incrementaron la interrelación con Estados Unidos, pronostican que el acercamiento actual entre México y Estados Unidos suscitará tantos cambios en el mercado editorial estadounidense como en el mexicano. Las novelas de Laura Esquivel, García Márquez y Carlos Fuentes llevan vendidos varios millones de ejemplares en inglés y también centenares de miles en español, en librerías, en los Price Club y en tiendas de autoservicio de Nueva York, California y Texas. Por primera vez existe en Estados Unidos un mercado de derechos de autor en lengua española. Algo similar está ocurriendo con la edición y venta de «música latina». Las interacciones entre el *mainstream* angloparlante y las culturas hispanas se están volviendo menos esquemáticas, más complejas que en el pasado. La «americanización» de América Latina parece compensarse, en alguna medida, con la latinización de Estados Unidos. Pero la ineficacia y la comprensión parroquial de los mercados por parte de casi todos los editores, productores de discos y de programas audiovisuales latinoamericanos, así como la actitud prescindente o miope de los gobiernos respecto de estas oportunidades, genera dudas acerca de su aprovechamiento. La integración cultural va mucho más lenta que la económica, y a los responsables de las negociaciones les cuesta percibir lo que en Estados Unidos y Europa se ha vuelto un lugar común: que la producción y comercialización de bienes culturales puede ser un rubro importante en las inversiones económicas y la creación de empleos.

3. La tendencia a la globalización exagera la competencia internacional y desestructura la producción cultural endógena, favorece la expansión de empresas con capacidad a la vez de homogeneizar y atender en forma articulada las diversidades sectoriales y regionales. Destruye o debilita a los productores poco eficientes, y concede a las culturas periféricas la posibilidad de encapsularse en sus tradiciones locales, o exportarlas estilizándolas folclóricamente y asociándose con las transnacionales de la comunicación.

La concentración en Estados Unidos, Europa y Japón de la investigación científica, las innovaciones de información y entretenimiento, acentúan la distancia entre esas metrópolis y la producción raquítica y desactualizada de las naciones periféricas. Aun respecto de Europa, América Latina agrava su desventaja, que se aprecia en relación con el desarrollo demográfico: nuestro continente ocupa el 0,8% de las exportaciones mundiales de bienes culturales, teniendo el 9% de la población del planeta, en tanto que la Unión Europea, con el 7% de la población mundial exporta el 37.5% e importa 43.6% de todos los bienes culturales comercializados (Garretón).

El contraste se acentúa con la reciente expansión de transnacionales estadounidenses de televisión abierta y por cable en América Latina y en otras regiones. Las empresas latinoamericanas más poderosas y que llevan varios años de exportaciones audiovisuales (en Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México y Venezuela) han logrado negociar con CNN, MTV, TVE y otros grupos transnacionales intercambios desiguales, pero que hacen posible cierto reconocimiento de productos latinoamericanos en los circuitos transnacionales. No sólo las telenovelas, también los discos, videoclips, giras de grupos de rock, folclor y canción urbana encuentran nichos para circular fuera de sus países.

¿Qué modificaciones políticas, culturales y estéticas generan estas nuevas modalidades de intercambio? Respecto del primer aspecto, la reestructuración global se relaciona dificultosamente con el papel de mediadores sociales, informadores y activadores políticos jugado por los medios masivos desde los años ochenta en medio del vacío de representación abierto en muchos países latinoamericanos por las dictaduras militares y el deterioro del sistema de partidos. En los noventa, la prensa, un poco menos la radio y casi nada la televisión articulan el tejido social compensando el desplazamiento de las políticas neoliberales. Pero por la propia lógica mercantilizada y clientelista de los medios se trata de acciones coyunturales, dependientes de la potencialidad de las noticias para ser espectacularizadas y del ritmo semanal de obsolescencia. En medio de la descomposición de regímenes como el mememismo en Argentina y el priísmo en México, los medios cumplen funciones parciales de investigación y comunicación a veces más eficaces que los parlamentos.

Ante violaciones de derechos humanos (asesinatos de políticos, militantes sociales y periodistas) y en catástrofes naturales (sismos, huracanes) revelan una ágil capacidad de comunicación y organización social transitoria. Pero la dinámica efímera de la información mediática y la baja aptitud de los partidos y movimientos sociales para insertarse en los medios ha dificultado hasta ahora construir agendas sociopolíticas con cuestiones estructurales, de media y larga duración, que articulen a los actores políticos tradicionales, los mediadores electrónicos y los movimientos sociales. Varios estudios hechos en América Latina sobre los programas de teléfono abierto en radio y televisión o que buscan cierta interactividad con la audiencia en lugares públicos, demuestran que su contribución a la transparencia y democratización social es demasiado leve; su modo de seleccionar y editar las opiniones convierte las demandas, quejas y catarsis en un discurso homogéneo que reproduce el orden social y los lugares comunes de la cultura política. (Aguilar, Giglia-Winocur, Piccini).

Los temas de globalización e integración regional, sobre todo sus aspectos estructurales, están poco presentes en los medios audiovisuales con más difusión y apenas emergen en forma superficial cuando una crisis de intercambio comercial o la visita de Clinton -como ocurrió en las semanas pasadas- da material polémico. Los estudios sobre el papel de los medios escritos y visuales en el conocimiento intercultural (Achugar-Bustamante, Ford-Martini-Mazzotti) exhiben el escaso lugar que otorgan a procesos de integración económica, política y cultural; sus páginas o pantallas de información internacional tienden a afirmar el nacionalismo, los estereotipos prejuiciados sobre los demás países y rara vez facilitan una comprensión razonada de las diferencias. Sé que la obligada brevedad de estos apuntes no da cuenta de la compleja, aunque poco diversificada relación de los medios con la globalización, que comienza a ocupar un sitio prominente en nuestras agendas políticas y de estudio.

En cuanto a las consecuencias culturales y estéticas de la globalización, veamos como ejemplo lo que sucede con el fácil acceso a músicas de diversos continentes, aun desde las sociedades periféricas, que ayuda a compositores, intérpretes y audiencias a conocer hallazgos de otras culturas y fusionarlos con las propias. Las macroempresas comunicacionales propician, mediante su expansión mundial, la diversificación multicultural de sus repertorios. En esta interacción algunos músicos, actores y directores latinoamericanos obtienen lugares de trabajo. Pero las tecnologías de grabación y reproducción que acercan estilos distantes los vuelven demasiado fácilmente conmensurables al someterlos a un gusto estereotipa-

do: la percusión de una batería de escola de samba o de una orquesta de salsa suenan cada vez más parecidas a los timbales de una orquesta sinfónica y a los tambores de un grupo de música religiosa africana o indonesia.

Se generan así malentendidos en las audiencias que reciben como algo familiar lo que es concebido por sus creadores y oyentes tradicionales como singular y diverso. En tanto, las comunidades musicales tradicionales tienen serias dificultades para aprehender el carácter «irónico, alegórico, o simulacral de la producción musical generada por los medios masivos contemporáneos. Dicho de otro modo, en vez del ideal de la mutua exégesis, de la hermenéutica fusión de horizontes musicales, lo que nos toca analizar ahora con más frecuencia son las situaciones de incompatibilidad comunicativa» (Carvalho, 1995: 4).

Sin embargo, estos malentendidos y esta incompatibilidad son ocultados mediante artificios electrónicos. Ya han notado lo que ocurre con el equalizador: es un dispositivo que equilibra la sonoridad de los instrumentos de un conjunto y en relación con las voces, y a la vez una estrategia para organizar estéticamente la globalización. Al aplicar a las diferencias interculturales esa capacidad de compensa sonidos agudos con medianos graves, así como entre varios canales para que todo se oiga con facilidad y la masa sonora sea agradable, se está realizando una intervención de política cultural. Forjada como un recurso del gusto occidental, la equalización se vuelve un procedimiento de hibridación tranquilizadora, reducción de los puntos de resistencia de otras estéticas musicales y resistencia a los desafíos que traen culturas diversas.

Por cierto, la equalización ha servido también para restituir el sentido de músicas antiguas, medievales y renacentistas, refinar la grabación de músicas no occidentales, y experimentar con efectos acústicos y resonancias originales en la composición y la interpretación electrónicas, el minimalismo y la música aleatoria. Por otra parte, sigue existiendo la posibilidad de desenchufarse: desde que Eric Clapton grabó su disco *Unplugged*, Sinéad O'Connor, Neil Young, varios músicos latinoamericanos, como Gilberto Gil y Charly García evidencia que es posible redescubrir las modulaciones y sutilezas de diversos estilos. ¿Resistencia cultural? Esa intención debe ser confrontada con lo que hacen los circuitos monopólicos transnacionales al apropiarse de estas exploraciones «alternativas». Entender el interés de MTV por difundir la música unplugged y otras disidentes ayuda a ver la complejidad actual de las interacciones entre artista intermediarios y públicos.

Pocas empresas muestran tanta flexibilidad en su proyecto globalizador como MTV. Si esta compañía, iniciada apenas en 1989, logra hacerse escuchar por jóvenes de casi todo el mundo es por la capacidad de combinar varias innovaciones: mezcla de géneros y estilos, desde rebeldías rockeras hasta melodías hedonistas y «pensamiento liberal normalizado», se asocia a «grandes causas» (lucha contra la pobreza, el analfabetismo, el sida y la contaminación; proponiendo ejercicios ciudadanos internacionalizados compatibles con un sentido moderno y sensual de la vida cotidiana. Al mismo tiempo, MTV creó en menos de diez años cinco filiales regionales, dos para América Latina en Brasil y Miami, con personal de varios países de la región y espacios para grupos autóctonos que equilibran, en alguna medida, el predominio de la omnipresente música norteamericana. ¿Son los millones de adolescentes y jóvenes de los países industrializados y del tercer mundo que siguen a MTV tan fácilmente reductibles y reconciliables en este «soporte publicitario del porvenir», como lo llama un analista (Sudes)? ¿Qué significa que las marcas que auspician estos programas multiculturales sean sólo de dos o tres países: Levi's, Coca Cola, Reebok, Nike, Apple, IBM y Kodak?

No encontramos en las empresas comunicacionales latinoamericanas, salvo Globo o Televisa, esta ductilidad multicultural. Ni hablar de las políticas culturales de los Estados y los organismos internacionales, casi todas aún restringidas a la estética de las bellas artes y concibiendo el intercambio continental con criterios de comercio minorista: mandar un pianista a cambio de un pintor, dos conferencias en retribución por una pequeña muestra de artesanías. El decreciente apoyo estatal a la producción de cine latinoamericano es casi inútil si no se acompaña con políticas de distribución entre los demás países de la región, no sólo en las salas sino en los circuitos de video y televisión que son ahora los escenarios donde más se expande el mercado y el consumo de películas: salvo un incipiente gesto del Grupo de los Tres (Colombia, México y Venezuela) no conocemos que el Mercosur ni el Grupo Andino, ni otros acuerdos de liberalización e integración comercial hayan incluido en sus agendas acciones que trasciendan las buenas intenciones en este campo (Getino). En cuanto a los grandes empresarios de América Latina, suelen creer que el único éxito internacional que les está permitido es el de exportar telenovelas, músicas étnicas o folclor urbano. No se trata sólo de una tendencia alentada por distribuidoras de cine, empresas televisivas, de discos y editoriales de las naciones periféricas. Un crítico de cine europeo tan atento a la producción latinoamericana como Román Gubern sostiene que, ante la «babelización controlada de los estudios de Hollywood» y su control del mercado mundial, el melodrama latinoamericano representa la mayor esperanza para esta región. Prolongación del folletín y el teatro posromántico, el melodrama actual sería el recurso más fecundo para articular el «imaginario surrealista y premoderno junto a un imaginario urbano-industrial». Así el capital simbólico de los sectores tradicionales podría recuperar lugares perdidos por el avance de la cultura mediática transnacional. Lo demostraría la resonancia de las

telenovelas latinoamericanas en más de cien países, y hasta su influencia en la obra de Pedro Almodóvar, el cineasta español «más internacional y el continuador del esperpento en la cultura urbana posmoderna». ¿Por qué no expandir este patrimonio compartido de los países iberoamericanos a través de coproducciones en cine y televisión, que vuelvan a estas naciones más competitivas «en la era posgutemberguiana»?

Sin duda la exportación de lo melo-maravilloso está dando buenos réditos económicos a las empresas latinas en los mercados globalizados. Pero una valoración de tales logros, que considere aspectos culturales, estéticos y políticos, genera preguntas inquietantes. Recuerdo los cuestionamientos de Beatriz Sarlo acerca de cuáles son los vínculos, dentro de América Latina, entre el éxito masivo del melodrama -no sólo en la ficción sino también en programas de información política y social-, el «neopopulismo de mercado» que guía la gestión de los medios con su visión acrítica del rating, y el populismo político que neutraliza la crítica a las estructuras responsables de la injusticia social y organiza el consenso desde los poderes carismáticos de líderes autoritarios. Las aspiraciones de las sociedades periféricas en el intercambio con otras regiones y culturas ¿se reducen a ser reconocidos por el realismo maravilloso de escritores como García Márquez, Laura Esquivel e Isabel Allende, por telenovelas y películas que cautivarían por su pintoresquismo y sentido mágico de la vida? ¿Es el destino de nuestras sociedades limitarse a entender sus conflictos como dramas familiares y lo social como relaciones siempre hechizadas por los afectos?

Una conclusión que deriva de estos análisis es que la expansión globalizadora de los mercados no es sinónimo de diversificación cultural ni reconocimiento de la complejidad. Desde el punto de vista económico acentúa la asimetría entre producción y consumo: las empresas productoras que crecen son las que tienen sedes en las metrópolis o se asocian a ellas, en tanto en los países periféricos sólo aumenta el consumo, que por tanto es cada vez más apropiación de lo que producen otros. Desde el punto de vista geográfico el incremento de televisión por cable multiplica y diversifica la oferta informativa y de entretenimiento: en la Argentina, el país con mayor proporción de hogares cableados (casi el 70% en algunas ciudades) se ven canales europeos y de varios países latinoamericanos. Pero esta ampliación no aumenta mucho el repertorio cultural y estético, ceñido a los formatos internacionales «seguros».

Cabe preguntarse si estamos ante los límites semióticos y estéticos de la expansión comunicacional subordinada a criterios mercantiles. El desarrollo de las industrias y la informática en los últimos veinte años da pocas razones para esperar que una mayor descentralización de la producción y la emisión de mensajes (Internet incluido), el reconocimiento declarativo de diferencias étnicas, de edad y de género, se conviertan en fuerzas revitalizadoras de la densidad semántica y la experimentación lingüística en las comunicaciones. Los vistosos videoclips de MTV son -salvo excepciones- reciclamientos banales de las vanguardias plásticas y cinematográficas de los años sesenta y setenta. Los directores de cine latinoamericanos que van a Hollywood perpetran versiones más espectaculares y más opacas del realismo mágico, algunos cineastas europeos que entran al mainstream logran las películas más millonarias y patrioterías norteamericanas (el alemán Wolfgang Petersen superó con su *Air Force One* lo que su connacional Ronald Emmerich había hecho con *Independence Day*). El efecto disruptivo y multicultural que lograron en Estados Unidos, en la primera mitad del siglo, los exiliados del nazismo, o hace poco Milos Forman o Roman Polansky se diluye en un tiempo en que los australianos, chinos y mexicanos que llegan a Hollywood asumen que para ser financiados deben parecerse a Spielberg.

También llama la atención que la fusión transnacional de empresas comunicacionales y editores con proyección intercontinental vaya asociada a una redefinición mediática de lo que conviene publicar. El cosmopolitismo de los escritores del boom de los sesenta, en el que se agitaba la tensión entre la cultura local y de las metrópolis, ha mutado en un «estilo internacional». Así lo denominó El País, diario asociado a uno de los más poderosos grupos editoriales españoles y a varios medios electrónicos, en una nota sobre la Antología de relatos titulada *Mc Ondo*, que bajo este nombre modifica el emblema del realismo mágico para aliarlo con la transnacional gastronómica, mezcla países en cada cuento, costumbrismo juvenilista y «ademanos narrativos» globalizados, según dice el periódico español, como un festival de la OTI.

En Alcalá de Henares se celebra todos los años un concurso de literatura rápida, cuyos participantes deben escribir un cuento en menos de tres minutos, entre los que se elegirá el que va a premiar Mc Donald's en su negocio más cercano a la casa donde nació Miguel de Cervantes. Enrique Serna, el escritor mexicano que contó esta noticia en *La Jornada Semanal* de México, decía que «el amor y la literatura se hacen mejor despacio», y aplicaba, a propósito, a la creación literaria, la frase de José Alfredo Jiménez, de que lo importante no es llegar primero sino saber llegar. Quizá una de las pocas defensas frente a los prosistas veloces, recomendados por megagrupos editoriales y mediáticos, sea la ironía, como la empleada por Tito Monterroso frente a Bryce Echenique: en un reciente diálogo televisado, éste dijo que escribía seis cuartillas diarias y jamás corregía ni una coma. Monterroso se limitó a responder: «yo sólo corrijo».

4. ¿Qué es lo que hay que corregir?

La globalización no implica el fin de la historia como anunció Francis Fukuyama, ni el fin de la geografía celebrado por Paul Virilio y los ideólogos internéticos de un mundo sin centro ni orillas. La historia de la globalización apenas comienza. Su generalización de la interactividad está entorpecida no sólo por el «retraso» de las culturas semiintegradas sino por las nuevas fronteras y la segmentación de circuitos y públicos inventadas por quienes afirman colocar al mundo en estado de telepresencia. Las diferencias históricas y locales persisten no tanto porque los poderes globalizadores sean aún insuficientes como porque su modo de reproducirse y expandirse necesita que el centro no esté en todas partes, que haya diferencias entre la circulación mundial de las mercancías y la distribución desigual de la capacidad política de usarlas. También porque la lógica de la desigualdad impulsa a los excluidos del trabajo, del comercio y los consumos unificados a revitalizar producciones artesanales o preglobalizadas, insistir en huelgas reprimidas o ignoradas, y cortar carreteras. Así como la mercantilización compulsiva de la publicidad interrumpe cada pocos minutos las películas, el relato de la globalización es entrecortado por la incorporación de intereses locales insatisfechos o excitados por las convocatorias maníacas a competir.

En otros casos, los excluidos se integran a las redes globales del narcotráfico y el crimen amparándose en burocracias nacionales y estructuras de poder «premoderno». El dato de que la globalización del comercio de armas y drogas se acerca al cien por ciento del comercio electrónico mundial (aproximadamente un billón de dólares anuales) sugiere en qué sentido los administradores del mundo interconectado y del presente perpetuo, las 24 horas de los 365 días del año necesitan coexistir con la distinta temporalidad de los fundamentalismos argelinos y serbiocroatas, con los aparatos de los Estados nacionales excomunistas y de los populismos neoliberales latinoamericanos que tienen cordiales vínculos con ellos.

Como el dinero electrónico que va y viene del lavado corrupto a la economía formal, las comunicaciones globales trafican con las culturas arcaicas y locales. Así como, según Castells, «la economía criminal global es una forma capitalista avanzada» (por su lógica mercantil, sus condiciones de inversión y preservación de sus activos financieros), los asesinatos en que culminan la descomposición de las políticas nacionales, sus alianzas y enfrentamientos con los poderes económicos desestabilizan el orden de los intercambios globales, y a la vez, oportunamente filmados, renuevan cada semana el imaginario televisivo. Nunca las estrategias estéticas de las transnacionales de la comunicación, que condenan en el discurso verbal estos hechos pero los celebran mediante su transmisión incesante, estuvieron más cerca de las culturas populares marginalizadas y lumpenizadas, que acompañan esos procesos: más de 500 corridos dedicados a narrar aventuras de narcos, aún no incorporados a la televisión, se transmiten en radios de la frontera mexicana, se difunden en casetes piratas y legales, configuran una de las músicas más escuchadas cuando se sube a un autobús popular o un taxi. La Cosa Nostra que maneja los grandes medios y las tecnologías de avanzada comparte con los sectores excluidos de la economía formal esa cultura hegemónica según la cual la competencia despiadada, la violencia espectacular y la espectacularización de la crueldad, la acumulación familiar de dinero, los códigos de honor y lealtad tradicionales, las tradiciones religiosas y rurales junto a la ostentación electrónica y el cosmopolitismo frívolo son bases de la identidad y del poder.

Sin embargo, tantas interconexiones y complicidades entre lo local y lo global, lo tradicional y lo hipermoderno, lo popular y los superinformados, no pueden ser interpretadas como un armónico plan maquiavélico mundial. Si hubiera que buscar ejemplos de que la hibridación no siempre reconcilia lo diverso, bastaría recordar la cantidad de fusiones interculturales que estallan cada día en las grandes ciudades. La aceleración de los intercambios y el acercamiento de lo distante aumentan la información sobre los otros, pocas veces la comprensión de sus diferencias y a menudo los vuelve insoportables: la xenofobia y el racismo también crecen con la globalización. En tanto algunas redes pueden usarse en forma «civilizada» como Internet, que empezó siendo un sistema militar, son más los circuitos destinados a la competencia feroz y la vigilancia de disidentes o transgresores. Pero también la competencia y la vigilancia funcionan en pedazos. No desembocan en un gobierno mundial, porque la globalización económica ha creído poder avanzar más rápido sin Estados, ni poderes públicos transnacionales, sin globalización política.

En esta carencia encuentro lugar para la esperanza. Trabajar para construir antes que un gobierno mundial, o junto con él, una ciudadanía ecuménica que lo haga posible. Quizá más que alcanzar un paradigma coherente de globalización importe hoy discernir los efectos destructivos o promisorios de las narrativas globales con el conocimiento más riguroso que puedan lograr las ciencias sociales. A la vez imaginar programas comunicacionales con una visión diferente de la integración social y cultural latinoamericana, que tome en cuenta las narrativas de las culturas étnicas, nacionales y regionales desatendidas por la globalización y necesidades de solidaridad para sobrevivir y transformarse. Las fiestas de fin de siglo no están para celebrar el fin de la historia o de la geografía, sino para averiguar cómo dibujaremos la geopolítica de una comunicación en la que el reconocimiento de los otros no se convierta, por la homogénea espectacularización de lo exótico, en una abundancia monótona.

BIBLIOGRAFÍA.-

ACHUGAR, Hugo y BUSTAMANTE, Francisco. «Mercosur, intercambio cultural y perfiles de un imaginario» en Néstor García Canclini (Coord.) *Culturas en globalización*, Caracas, Nueva Sociedad - CNCACLACSO, 1996.

AGUILAR DIAZ, Miguel Angel. «Espacio público y prensa urbana en la ciudad de México, en *Perfiles Latinoamericanos*, año 5, NI 9, FLACSO, México, diciembre de 1996.

CASTELLS, Manuel. «Crimen global» en *El País*, viernes 21 de febrero de 1997.

CEPAL. La industria cultural en la dinámica del desarrollo y la modernidad: nuevas lecturas para América Latina y el Caribe. LC/G, 1823, 14 de junio de 1994.

CHESANAUX, J. *La modernité-monde*, Paris, Découverte, 1989.

de CARVALHO, José Jorge. *Hacia una etnografía de la sensibilidad musical contemporánea*, Brasilia, Departamento de Antropología de la Universidad de Brasilia, 1995.

de MORAGAS, Miquel. «Políticas culturales e integración norteamericana: una perspectiva desde México», en García Canclini, N., op.cit. pp 5-72.

ECHEVERRIA, Ignacio. «El estilo internacional» (Reseña al libro *Mc Ondo* editado por Alberto Fuguet y Sergio Gómez, Barcelona, 1996) en *El País*, 18 de enero de 1997.

EUDES, Yves. «MTV: chaine du rock et de la jeunesse», en *Culture, Ideologie et Societe*, cuaderno de *Le Monde Diplomatique*, Paris, marzo de 1997, pp. 67-71.

FORD, Aníbal, MARTINI Stella y MAZZOTTI, Nora. «Construcciones de la información en la prensa argentina sobre el Tratado del MERCOSUR», en García Canclini, Néstor, op.cit. pp. 177-214.

FUKUYAMA, Francis. «The end of history» en *The National Interest*, nu 16, verano 1989.

GARCIA CANCLINI, Néstor. «Políticas culturales e integración norteamericana: una perspectiva desde México», en García Canclini, op.cit., pp. 13-40.

GARRETON, Manuel Antonio. «Políticas, financiamiento e industrias culturales en América Latina el Caribe», documento de la 3 Reunión de la Comisión Mundial de la Cultura y Desarrollo de la UNESCO San José, Costa Rica, 22-26 de febrero de 1994.

GETINO, Octavio. «El mercado audiovisual latinoamericano», *Chasqui*, N 57, Quito, marzo de 1997.

GIDDENS, Anthony. «Globalization Keynote address at the UNRISD Conference on Globalization and Citizenship» en UNRISD NEWS, The United Nations Research Institute for Social Development Bulletin, Autumn 1991 - Winter 1997, num. 15.

GIGLIA, Angela, WINOCUR, Rosalía «La participación en la radio: entre inquietudes ciudadanas y estrategia: mediáticas», en *Perfiles Latino americanos*, cit. pp. 73-84.

GROSSBERG, Lawrence. «Cultura studies, modern logics and theorie: of global ization», en Angel: McRobbie (ed.) *Back to reality; socia experience and cultural studies* Manchester University Press, 1997.

GUBERN, Román. «Pluralismo comunidad de nuestras cinematografías», en *La Jornada*, México, 11 de abril de 1997.

MATO, Daniel. *América Latina en tiempos de globalización : procesos y transformaciones sociopolíticas* Caracas, ALAS, U.C.V, UNESCO, 1996.

MATTELART, Armand. *La mondialisation de la communication*, París, Presses Universitaires de France, 1996.

McANANY, Emile and WILKINSON, Fenton. *Mass media and free trade*, Austin, University of Texas Press, 1996.

ORTIZ Renato. *Mundialización y cultura*, Buenos Aires, Alianza, 1994.

PICCINI, Mabel. «Acerca de la comunicación en las grandes ciudades», en *Perfiles Latinoamericanos*, Cit. pp. 25-46.

RECONDO, Gregorio (comp.), Mercosur, la dimensión cultural de la integración, Buenos Aires, CICCUS.

SARLO, Beatriz. Escenas de la vida posmoderna, Buenos Aires, Ariel, 1994.

SINGER, Paul. «Globalização positiva e globalização negativa: a diferença é o Estado», *Novos Estudos*, CEBRAP, N° 48, julio de 1997.

VIRILIO, Paul. «Un mundo sobreexposto», *Le monde diplomatique*, agosto de 1997.

WALLERSTEIN, Immanuel (1989). *The modern World-System, vol. III: The second era of great expansion of the capitalist world-economy, 1730-1840*, San Diego, California, Academic Press.

ZERMEÑO, Sergio. La sociedad derrotada, México, Siglo XXI, 1996.