

III

INDUSTRIAS CULTURALES Y GLOBALIZACIÓN. UN ENFOQUE HISTÓRICO ESTRUCTURAL

ENRIQUE E. SÁNCHEZ RUIZ

LOS PELIGROS DEL “NEOLIBERALISMO POSMODERNO”

En el Prefacio a la quinta edición de su influyente obra *De los medios a las mediaciones*, Jesús Martín Barbero comenta sobre las no pocas voces “que, en los últimos años, me han invitado a escribir un libro que responda a la inversión del título, esto es *De las mediaciones a los medios*, pues ése parecería ser el nuevo rumbo que está necesitando la investigación sobre las relaciones entre comunicación y cultura en América Latina¹”. Ante el acelerado proceso de “devenir mercado de la sociedad”, y de la consecuente “hegemonía comunicacional del mercado en la sociedad”, así como ante las voces que celebran este proyecto hegemónico, Martín Barbero vislumbra por lo menos otro punto de vista:

Uno que, partiendo de la envergadura económico-cultural que han adquirido las tecnologías audiovisuales e informáticas en los acelerados procesos de globalización, busca hacerse cargo de los medios a la hora de construir políticas culturales que hagan frente a los efectos desocializadores del neoliberalismo e inserten explícitamente las industrias culturales en la construcción económica y política de la región².

El movimiento hacia las mediaciones de la cultura y la comunicación, que de hecho no fue privativo de América Latina, sino que ocurrió también en Europa y en Estados Unidos durante los ochenta, considero que fue —y sigue siendo— válido y muy importante, en la medida en que, por ejemplo, lo comunicacional “propriadamente” se solía ocultar —como de hecho lo sigue haciendo— detrás de los análisis de los medios, en tanto actores económicos y políticos centrales de la segunda mitad del Siglo XX. Era algo que se debía hacer, que se debe

¹ “Pistas para entre-ver medios y mediaciones”, en MARTÍN BARBERO (1998). Notar que Martín Barbero demarca su universo del discurso a la investigación sobre “comunicación y cultura”. Es una acotación por demás legítima y fructífera, como se demostró plenamente durante el último decenio. Pero hay otras formas, también legítimas, de establecer los objetos de estudio. Personalmente, delimito mi interés de investigación a un universo del discurso en principio un poco más amplio: “medios de difusión y sociedad”, como se verá luego.

² Ibid. Todas las cursivas en las citas anteriores a Martín Barbero estaban en el original.

seguir haciendo, pero que no todos teníamos que realizar. Si se le iba a regresar a lo comunicacional un lugar central en el campo de estudios de "la comunicación", había que "desplazar" el objeto de estudio, de los medios, entendidos principalmente como tecnologías, como empresas o como instituciones sociopolíticas hegemónicas, hacia la vida cotidiana de sus receptores, donde desde la cultura se apropiaban los grupos e individuos sus mensajes y los "negociaban" o "resemantizaban" para llegar incluso a volverse cómplices gozosos de su propia dominación. Si bien era aquél un desplazamiento necesario, de nuevo, no todos tenían que hacerlo, pues seguían existiendo otros aspectos y ángulos teórica, metodológica, epistemológica y políticamente legítimos para el análisis de los medios y las industrias culturales.

Durante la segunda mitad de los ochenta y primera de los noventa, un enfoque, bautizado en líneas generales como "culturalista", devino en moda, adoptada en muchos casos acrítica y desinformadamente tanto en México como en el resto de Latinoamérica³. Y el problema con las modas es precisamente que con frecuencia descalifican otras formas de hacer, a partir simplemente de que éstas no compartan elementos superficiales como pudieran ser ciertas retóricas comunes. De cualquier manera, quien piensa que solamente su punto de vista es válido, es intolerante y por lo tanto autoritario. Las modas son con demasiada frecuencia asaz intolerantes.

Así, quienes siguieron estudiando a los medios desde perspectivas por ejemplo de la economía política crítica, pudieron verse un tanto "deslegitimados" en algunos foros, entre algunos de nuestros colegas que se sumaron en tropel a las nuevas modas culturalistas⁴. Algo similar sucedió con los estudios "cuantitativos", tanto de contenido como de los procesos de recepción, en la medida en que las técnicas y métodos cualitativos acompañaron a la moda culturalista. En determinados casos, por cierto, a algunos de ellos también se les olvidó lo comunicacional y sus investigaciones se acercaron mucho más a algún tipo de antropología cultural, donde la comunicación quedaba en realidad solamente enunciada, o como simple trasfondo para otras prácticas "socioculturales". Esta perspectiva influyó también a los "nuevos" acercamientos al estudio de la recepción⁵. Si bien la óptica analítica se complejizó, en ocasiones el punto de vista crítico, que había

³ Uno escuchaba o leía citas a los culturalistas ingleses, o a los autores latinoamericanos como Martín Barbero o García Canclini, descontextuadas y sin que pareciese que verdaderamente se habían leído los textos. Por otra parte, un problema era que tales autores eran utilizados como autoridades, es decir que lo que ellos decían se tomaba como verdadero, sin suscitar o motivar estudios empíricos.

⁴ Me gustaría que quede claro que lo que critico es la relativa intolerancia de algunos —afortunadamente no muchos— hacia modos de hacer investigación que ya existían previamente y ya habían mostrado su relativa utilidad para producir conocimiento, pero que no se conformaban con las modas del momento. Personalmente pienso que ningún enfoque se puede decir que esté completamente "superado", como se suele sostener de enfoques y teorías de las ciencias sociales, que después resurgen como verdaderas "novedades".

⁵ Por cierto, para una visión crítica (y autocrítica) sobre qué tanto algunos de los "nuevos" acercamientos "culturalistas" a la recepción en realidad estarían "redescubriendo la rueda" en algunos aspectos, véase Curran, (1990).

caracterizado previamente a la investigación latinoamericana, se diluyó. En algunos estudios de recepción, como lo apuntó muy bien Immacolata VASSALLO DE LOPES (1995), se llegaron a soslayar las diferencias de poder entre emisores y receptores, y el acceso diferencial a los medios, por ejemplo entre las clases sociales. Así, el rasgo fundamental de la ciencia social latinoamericana, es decir, la crítica social, se desdibujaba un poco, ante un objeto de estudio que se complejizaba, al tiempo que mutaba históricamente (y en el contexto de un neoliberalismo hegemónico, que, como indica Martín Barbero, lo convertía todo en mercado o en mercancía)⁶. Hubo en un momento dado la apariencia de que los estudios “críticos”, especialmente los de recepción, se habían tornado en apolo-gistas del orden de cosas, pues entre tanta complejidad, mediación, apropiación y “negociación”, ya los grandes intereses económicos y políticos enfrentaban unas resistencias de las audiencias que se antojaban imposibles de vencer (ROSCOE, et al., 1995; VASSALLO DE LOPES, 1995). Hubo también alguna influencia de otra moda: la del “posmodernismo”, que tendía a fragmentar y des-contextuar las miradas, y a aceptar acríticamente y con cierto encantamiento las irracionalidades del mundo actual. Con respecto a este punto de vista, se pregunta ANTHONY GIDDENS (1996: 227):

¿Deberíamos entonces quizás aceptar, como algunos de los posmodernistas dicen, que la Ilustración se ha agotado a sí misma y que tenemos más o menos que tomar al mundo tal como es, con todas sus barbaridades y limitaciones? Seguro que no. Casi lo último que necesitamos ahora es una suerte de “nuevo medievalismo”, una confesión de impotencia frente a fuerzas más grandes que nosotros mismos. Vivimos en un mundo radicalmente dañado, para el cual se necesitan remedios radicales.

Considero importante citar también a este respecto a MANUEL CASTELLS (1999a: 30), con cuya opinión también coincido totalmente:

La cultura y la teoría posmodernas se recrean en celebrar el fin de la historia y, en cierta medida, el fin de la razón, rindiendo nuestra capacidad de comprender y hallar sentido incluso al disparate. La asunción implícita es la aceptación de la plena individualización de la conducta y de la impotencia de la sociedad sobre su destino.

El proyecto que informa este libro nada contra estas corrientes de destrucción y se opone a varias formas de nihilismo intelectual, de escepticismo social y de cinismo político. Creo en la racionalidad y en la posibilidad de apelar a la razón, sin convertirla en diosa. Creo en las posibilidades de la acción social significativa y en la política transformadora, sin que nos veamos necesariamente arrastrados hacia los rápidos mortales de las utopías absolutas. Creo en el poder

⁶Véase también SÁNCHEZ RUIZ (1994).

liberador de la identidad, sin aceptar la necesidad de su individualización o su captura por el fundamentalismo. Y propongo la hipótesis de que todas las tendencias de cambio que constituyen nuestro nuevo y confuso mundo están emparentadas y que podemos sacar sentido a su interrelación. Y, sí, creo, a pesar de una larga tradición de errores intelectuales a veces trágicos, que observar, analizar y teorizar es un modo de ayudar a construir un mundo diferente y mejor.

Esperamos que efectivamente nos encontremos en un tiempo de regreso hacia una mayor fe en la razón y la solidaridad humanas —en las que parece no creen los posmodernistas—, y una retirada del individualismo egoísta y fragmentador, que está en el centro de la fe en el mercado, de la religión secular llamada “neoliberalismo”.

A fines de los noventa surgió de repente un cierto impulso “externo” a regresar la mirada crítica hacia los medios y las industrias culturales, especialmente con respecto a la televisión, cuando se publicaron recientemente análisis críticos sobre la misma, de intelectuales de gran reputación, como PIERRE BOURDIEU (1997), GIOVANNI SARTORI (1998), o el finado filósofo inglés SIR KARL POPPER (1998), entre otros. Ya vimos también que Jesús Martín Barbero piensa que es conveniente recuperar la mirada crítica hacia los medios. No puedo más que estar de acuerdo con este punto de vista, especialmente cuando añade que:

La centralidad indudable que hoy ocupan los medios resulta desproporcionada y paradójica en países con necesidades básicas insatisfechas en el orden de la educación o la salud como los nuestros, y en los que el crecimiento de la desigualdad atomiza nuestras sociedades deteriorando los dispositivos de comunicación, esto es cohesión política y cultural (MARTÍN BARBERO, op. cit., pág. xii).

Esta centralidad multidimensional de los medios, las industrias culturales y las tecnologías de comunicación e información, que algunos intelectuales como MANUEL CASTELLS (1999b) han redescubierto recientemente, estaba ya en ascenso desde fines del decenio de los ochenta, cuando muchos de nuestros colegas acudían a la cultura como fuente y destino último —y casi único— de las operaciones sociales de los medios. Refiriéndome a los retos de la investigación sobre industrias culturales en México, he opinado recientemente que la investigación sobre medios sigue siendo todavía insuficientemente comunicacional, así como que los propios medios en su operación social lo han sido también muy poco de comunicación (en el sentido de un funcionamiento vertical y poco o nada recíproco)⁷. Sin embargo, ahí también mencionaba otros retos que provienen, por ejemplo, de las tendencias de la convergencia tecnológica, que se están traduciendo en otra convergencia, ésta empresarial/económica (las grandes fusio-

⁷ Nos referimos a lo muy poco de “poner en común” que propician los medios: SÁNCHEZ RUIZ, ENRIQUE E. (1999a).

nes y adquisiciones); y en el papel estratégico de los medios en los procesos actuales de desarrollo e inserción diferencial al llamado proceso de globalización; la cuestión de las políticas públicas ante el dominio de estos procesos por parte de las empresas transnacionales; el papel de los medios en la “transición democrática”, etc. En suma, que en la investigación mexicana sobre medios seguimos teniendo muchas de las asignaturas pendientes de hace diez o quince años, más las que se han originado de los cambios históricos en todos los órdenes. Como campo académico, entonces tenemos varios posibles objetos de investigación, legítimos todos ellos, para tenernos ocupados durante una buena parte del nuevo milenio, incluidos entre ellos muchos temas relacionados con los medios de difusión y su operación histórica multidimensional.

Directa o indirectamente, los medios, las tecnologías de información y comunicación, y las industrias culturales, participan en y contribuyen a la constitución de este “mundo red” interconectado, aunque plagado de desigualdades y exclusiones, del fin del segundo milenio. Participan centralmente en los procesos económicos y en los políticos, y son soportes y vehículos de la cultura más o menos compartida globalmente, que se enfrenta e interpenetra cotidianamente con las culturas e identidades particulares y locales (y sus propios medios, que no necesariamente tienen que ser de los llamados “medios pobres”, o “pequeños”) en todos los rincones del planeta. Se les piensa incluso como parte de los elementos definitorios de la contemporaneidad finisecular (CASTELLS, 1999b). Entonces es conveniente volver a una noción más amplia con respecto a los medios, una que no los reduzca solamente a sus dimensiones culturales, sino que también los piense otra vez como parte del predominio actual del “mercado” en la sociedad, es decir, desde la economía política crítica, y que los siga concibiendo como actores fundamentales de las hegemonías políticas del fin de siglo. MARTÍN BARBERO, en esta perspectiva, piensa que, “más que objetos de políticas, la comunicación y la cultura constituyen hoy un campo primordial de batalla política” (op. cit., pág. xv). A esta posición añadiríamos —sin necesariamente contradecirla, sino intentando complementarla— que las propias políticas públicas, excluyentes de las mayorías en el liberalismo reinante, son y deben ser en la actualidad frentes fundamentales donde entablar algunas de las batallas políticas estratégicas más importantes, si en verdad esperamos heredar a nuestros hijos una sociedad menos desigual. Por tal razón, creemos conveniente tomar las políticas públicas, con respecto a las industrias culturales y los medios, como objeto de análisis y reflexión, especialmente de estudio comparativo, para eventualmente llegar a propuestas concretas de reforma, que partan y avancen más allá de los logros de los casos exitosos, pero además que no repitan los errores históricos. Se debería partir de que las políticas públicas con respecto a los medios no son únicamente políticas de comunicación o de cultura, sino también del orden de las políticas económicas más generales; que son —o deben ser— parte de la política de desarrollo tecnológico; y que tienen un lugar entre las políticas referidas a lo

político propiamente, si por ejemplo los medios han de ocupar un sitio facilitando la transición a un orden democrático en países como México. Lo educativo y lo cultural, obviamente, deberán observarse como aspectos más particulares en el establecimiento e instrumentación de políticas propias de medios.

No pensamos que haya una sola propuesta válida en ningún terreno, que agote todas las posibilidades de análisis y acción. Hay muchos posibles objetos legítimos de reflexión, de investigación y de intervención. En este sentido, las propuestas y aportes que uno pueda avanzar no se presentan como “esenciales” de nada, sino como meros intentos parciales de contribuir a conocer un poco mejor —y eventualmente incluso cambiar— el mundo contemporáneo.

MEDIOS E INDUSTRIAS CULTURALES: UN ACERCAMIENTO HISTÓRICO-ESTRUCTURAL

Durante los últimos diez o quince años he aplicado, en la investigación empírica, un acercamiento histórico-estructural al análisis de los medios, en particular aunque no únicamente los audiovisuales, en tanto objetos de estudio históricos, complejos y multidimensionales⁸. Si alguna aportación he logrado en el relativo incremento y mejora del conocimiento sobre algunos aspectos de las industrias culturales, ha sido en virtud de la aplicación del marco teórico-metodológico que, sin embargo, no se presenta aquí —o en ningún otro lado— como “llave” automática de la verdad absoluta sobre nada, especialmente si quien decide adoptarlo no está dispuesto a invertir esfuerzo intelectual. He analizado los medios de difusión mexicanos como instituciones sociopolíticas, desenvolviéndose en el devenir histórico mexicano, en sus articulaciones con el poder político y el económico, en sus vinculaciones con el proceso de democratización, con la centralización y, en los últimos años, con respecto al proceso llamado de “globalización”, y de manera comparada examinamos en la actualidad las políticas públicas sobre el sector audiovisual en diversos países⁹. En todas esas investigaciones se aplica el marco que aquí se presenta sintéticamente.

El histórico-estructural es un punto de vista teórico-metodológico que, en mi opinión, recoge lo mejor de una tradición crítica latinoamericana en ciencias sociales (MARINI y MILLÁN, 1996; POZAS HORCACITAS, 1993): éste intenta describir, explicar y comprender el flujo de acontecimientos sociohistóricos desde la articulación compleja y cambiante de la biografía, las instituciones y las estructuras sociales (MILLS, 1974). Como ya mencioné, un punto de partida central es

⁸ Las dos primeras aplicaciones explícitas de este acercamiento dialéctico —que seguimos aprendiendo y descubriendo— fueron SÁNCHEZ RUIZ (1981) y especialmente SÁNCHEZ RUIZ (1983).

⁹ Véanse entre muchos otros trabajos: ARREDONDO RAMÍREZ y SÁNCHEZ RUIZ (1986); SÁNCHEZ RUIZ (1987; 1996a; 1998; 1999b).

la tradición crítica latinoamericana de ciencias sociales (Centro Latinoamericano de Investigaciones en Ciencias Sociales/UNESCO, 1970; CARDOSO y FALETTO, 1979), aunque para diversas dimensiones, el trabajo se enriquece con aportaciones más actuales, por ejemplo del enfoque del “sistema-mundo” de IMMANUEL WALLERSTEIN (1979), o de la teoría de la estructuración de ANTHONY GIDDENS (1984; COHEN, 1996). De entre las aportaciones recientes de estos dos últimos autores, se adopta por un lado la postura que ha mostrado con insistencia Wallerstein de que, ante la propia complejidad de la materia histórico-social, es necesario “abrir las ciencias sociales” (WALLERSTEIN, 1996; 1998)¹⁰; es decir, forzarlas a interpenetrarse y alimentarse unas a otras, aunque él mismo está convencido de que eventualmente deben “desaparecer” las disciplinas particulares, en aras de una “ciencia social” que en principio las contendría a todas¹¹. Sin embargo, la opinión de quien esto escribe es la de que, por lo menos en el corto plazo, es difícil pensar en el desvanecimiento de las ciencias sociales particulares más establecidas, como la historia, la ciencia política, la antropología o la sociología. Por otra parte, pienso que el área de estudios de la comunicación es un campo-encrucijada, con un objeto multidimensional, que debe ser abordado desde la confluencia de las diversas disciplinas (SÁNCHEZ RUIZ, 1999a). No obstante, en mi opinión la disciplina que es capaz de integrar teórico-metodológicamente las múltiples dimensiones de operación histórico-social de los medios de difusión y las industrias culturales, es la sociología (SÁNCHEZ RUIZ, 1992), coincidiendo con la defensa que hace Anthony Giddens de esa disciplina:

La mayoría de los debates que acaparan los encabezados intelectuales hoy en día, a través de las ciencias sociales, y aun de las humanidades, llevan un fuerte insumo sociológico. Los sociólogos han sido pioneros en las discusiones sobre el posmodernismo, la sociedad postindustrial o de la información, la globalización, la transformación de la vida cotidiana, género y sexualidad, la cambiante naturaleza del trabajo y la familia, las clases y la etnicidad. ... Más que ninguna otra faena intelectual, la reflexión sociológica es central para aprehender las fuerzas sociales que están rehaciendo nuestras vidas hoy (GIDDENS, 1996: 6).

Obviamente, me estaría yo refiriendo a la sociología pensada en términos de los mejores trabajos de los sociólogos clásicos, que la concebían como una disciplina síntesis de lo histórico-social (WEBER, 1976; AARON, 1981), y no en la forma desperdigada y dispersante en que se desarrolló, por ejemplo, en Estados

¹⁰ Véase en este volumen la propuesta “posdisciplinaria”, de Raúl Fuentes, que se basa en argumentos de Wallerstein, entre otros.

¹¹ Véase también su discurso presidencial ante la Asociación Internacional de Sociología: “The heritage of Sociology, the promise of social science”, Presidential Address, XIVth World Congress of Sociology, Montreal, 26 de julio, 1998. Debo aclarar que los argumentos de Wallerstein son de diversos órdenes (epistemológicos, históricos, políticos, etc.) y que en no pocos de ellos no le queda a uno más que asentir a su crítica. Pero también sigue habiendo razones, de diversa índole, para que permanezcan las ciencias sociales particulares más sólidas.

Unidos (MILLS, 1974; VAUGHAN et al., 1993). Pero podrían surgir varias otras posibilidades disciplinarias, aunque creo que todas aquellas que partan de la inter- pluri- o transdisciplinarietà serán necesariamente más fértiles. Lo que sí me rehusó a aceptar es que a estas alturas se pueda proponer un solo marco teórico o metodológico —ni siquiera el que aquí se expone— que abarque, explique y permita comprender todas las dimensiones de la materia sociohistórica, ya provenga del seno de una disciplina o sea de naturaleza “posdisciplinaria”¹².

Se asume, entonces, el acercamiento histórico-estructural como una aproximación posible, que se piensa fructífera, a la complejidad, mutabilidad y multidimensionalidad de lo real. De las múltiples dimensiones desde las que se puede construir un objeto de estudio habrá un determinado punto de vista que privilegie una o algunas —dependiendo del interés analítico particular—, y se trata de ver cómo se articulan y operan en la materia sociohistórica, de acuerdo con ese punto de vista (que no es el único posible). Se reconocen diversos niveles posibles de observación y de unidades de análisis¹³, y se intenta reconstruir cómo a su vez se articulan y combinan con las dimensiones privilegiadas, para construir un objeto complejo pero inteligible por las operaciones de construcción-reconstrucción epistemológica (SÁNCHEZ RUIZ, 1992)¹⁴.

Se parte de reconocer la multicausalidad de lo social. Así, por ejemplo, a las industrias culturales las afectan y condicionan, directa o indirectamente, las estructuras sociales más amplias, como son la economía, la política y la cultura. Pero a su vez, los medios afectan e influyen en aquéllas, en procesos de causalidad compleja (Morin, 1986). Por ejemplo, las industrias culturales pueden ser estudiadas¹⁵ como empresas y grupos de empresas que producen, distribuyen y buscan que se consuman sus mercancías¹⁶ (dimensión económica). Desde este punto de vista, se articulan a diversos tipos de mercados: los mercados de trabajo, de insumos, los de sus propios productos y servicios (la publicidad es un servicio muy importante en el capitalismo contemporáneo). Dependiendo del ámbito de operación de la(s) empresa(s) de que se trate, o de la rama estudiada (p. ej., el cine, o el sector audiovisual), haremos observaciones en una escala solamente local, regional (intranacional, por ejemplo, el Occidente de México), nacional, regional (inter-nacional, por ejemplo el mercado latinoamericano de programas de televisión), y así, hasta llegar

¹² Véase el capítulo de Raúl Fuentes, en este volumen.

¹³ Véanse los diferentes ensayos contenidos en ALEXANDER, J. C. et al. (1994).

¹⁴ Por cierto, no se trata de “elegir tu nivel y tu dimensión, y ya tienes un objeto de estudio”, sino de operaciones más complejas de construcción epistemológica. Esta propuesta histórico-estructural no constituye un “receptorio”, sino un marco teórico-metodológico, que puede contribuir a captar (construir/reconstruir en el plano del pensamiento) algo de la complejidad de la realidad. Una crítica un tanto confusa en: CERVANTES BARBA (1997).

¹⁵ OJO: Lo que importa no es simplemente “postular” que los medios tienen tal o cual dimensión, sino realizar las investigaciones empíricas y la teorización consecuentes sobre cada dimensión, subdimensión, desde los múltiples puntos de vista posibles. En este sentido, lo que aquí se presenta no es ningún punto de llegada, sino que lo sigue siendo de partida.

¹⁶ Además de que, por vía de la publicidad, los medios contribuyen a que otras mercancías se consuman.

al nivel “global”, que es el ámbito en que se desenvuelven las grandes transnacionales de medios (SÁNCHEZ RUIZ, 1996b). En la disciplina económica propiamente, se habla de “micro” y “macroeconomía”, correspondiendo a niveles que pueden ir desde la empresa, hasta la economía “global” (CHAN-OLMSTED y ALBARRAN, 1998; ZALLO, 1992). Estoy solamente dando unos pocos ejemplos y no agoto en un párrafo todas las posibilidades analíticas desde esta —o cualquier otra— dimensión. Obviamente, la disciplina que nos ayudaría mucho a comprender la dimensión económica de los medios es la Economía, aunque desde luego necesariamente complementada y enriquecida por otras.

Los medios reciben afectaciones e influencias, de distintos tipos, por parte del “sistema político” (DEUTSCH, 1969): por ejemplo, en las diversas modalidades de asignación de los recursos propios del gobierno (desde la asignación de derechos y obligaciones, a través de la legislación y la regulación, pasando por la asignación por ejemplo de concesiones, o de infraestructura, etc.), en función de los apoyos y las demandas que son capaces de canalizar hacia los diversos niveles gubernamentales. En tanto pueden ejercer potencialmente influencias entre sus públicos, los medios ejercen algún grado de poder público; por ejemplo, en términos de orientación del voto en períodos electorales, o de la formación de climas de opinión pública, o a la generación de aspectos de la cultura política, o de ideologías (todo esto en el corto, mediano o largo plazo, según sea el caso)¹⁷. Además, los medios son actores que pueden relacionarse con el Estado y otros polos de poder mediante demandas y/o apoyos determinados; por lo tanto, también se les puede construir como actores políticos (por ejemplo, en tanto sujetos de políticas públicas que aprovecharán o no para su propio beneficio o desarrollo). Se puede analizar entonces el “poder de los medios” (real, potencial, atribuido) hacia las audiencias, además de las formas de vinculación de estas instituciones con los otros polos de poder (económico, político, cultural-ideológico) en la sociedad, también a diferentes niveles (de lo local a lo global) (ORTIZ et al., 1995). Hay intersecciones diversas entre lo político y lo económico, así como entre lo político y la cultura. Con respecto a la dimensión política, los puntos de partida tendrían que ser, dependiendo del objeto específico que uno estuviera construyendo, la ciencia política, o la sociología política, la antropología política o incluso la psicología política (GONZÁLEZ N. y DELAHANTY M., 1995; TEJERA GAONA, 1996).

La dimensión cultural, fundamental obviamente para el entendimiento del funcionamiento sociohistórico de los medios de difusión y las industrias culturales, no se ha agotado todavía como objeto de análisis, a pesar de la “moda culturalista” de los ochenta y noventa. Siguen habiendo múltiples preguntas, por ejemplo aquellas que propone MARTÍN BARBERO (op. cit.) sobre la interacción

¹⁷ Que también son “niveles”, en este caso de la dimensión temporal. Véase CANSINO (1996). La referencia clásica con respecto al tiempo como perspectiva analítica es, por supuesto, BRAUDEL (1980).

histórica entre las “matrices culturales” y las “lógicas de producción” de los medios, para la generación de “formatos industriales” y “competencias de recepción y consumo” determinados en diversos momentos del tiempo. Ya en esta formulación vemos la intersección en una perspectiva en principio de mediano o largo plazo, de lo cultural con lo económico. En la propuesta de Martín Barbero se incluye como eje central la cultura política, lo que la complejiza todavía más como posible guía para la investigación empírica. Hay toda una veta nunca en realidad desarrollada (y menos “agotada”) del análisis semiótico de los códigos, modos y sistemas de significación, convenciones estéticas, rituales, formatos y géneros, etcétera, que vehiculan propuestas de sentido diversas¹⁸, que convergen en la operación sociosemiótica, o “propiaamente cultural”, de los medios. Nosotros hemos llamado “mediación expresiva” como proceso al trabajo propiaamente semiótico de los profesionales de los medios al ejercer ciertos tipos de competencias culturales-comunicativas para generar finalmente las propuestas de sentido en lo que serían “mediaciones expresivas como producto” (“mensajes”, discursos, textos, vehiculados por los propios medios) (SANCHEZ RUIZ, 1992). El punto de vista disciplinario para entrarle a esta dimensión tendría que ser la sociología de la cultura y/o la antropología cultural, y/o la semiótica, y/o los llamados “estudios culturales” (que de hecho han intentado ser una síntesis creativa trans, o “posdisciplinaria”), de nuevo, dependiendo del aspecto y “tamaño” desde el que se construye el objeto de la investigación.

Como ya vimos antes, no se puede prescindir de las intersecciones con otras dimensiones, para encuadrar un objeto concreto de análisis empírico (pues nada es puramente económico, político, organizacional, etc.). Por eso, en realidad resultan ociosas las discusiones que proponen la “defensa” de una sola dimensión, o de un solo punto de vista disciplinario¹⁹. Sin embargo, debemos insistir en que, para realmente lograr aportaciones empíricas significativas, deben delimitarse o “recortarse” los objetos de estudio, desde un punto de vista de pertinencia analítica, que dictará cuáles dimensiones y desde qué aspectos, escalas y niveles de lo social, espacial e histórico, se abordarán en un proyecto particular. Obviamente, ningún acercamiento epistemológico o metodológico va a permitir dar cuenta simultáneamente de todas las dimensiones, a todos los niveles (de “lo global” a lo individual, pero también por ejemplo en términos de escalas temporales). El acercamiento teórico-metodológico descrito no “descubre el hilo negro”, pero sí permite pensar en forma sistemática y articulada —si se ejerce algún grado de “imaginación sociológica”— posibles objetos de estudio de lo social.

¹⁸ Posiblemente las “matrices culturales” de Martín Barbero abarquen semánticamente algo de esto, pero esperaremos una definición más concreta.

¹⁹ Véase, por ejemplo, el “Coloquio” en *Critical Studies in Mass Communication*, V. 12, n.º. 1, marzo de 1995, entre Nicholas Garnham, Lawrence Grossberg, James W. Carey, Graham Murdock.

Hay otras dimensiones que pueden o no ser consideradas pertinentes, de acuerdo a cómo se construye el objeto de estudio, tal como la dimensión tecnológica: Con respecto a la convergencia, por ejemplo, esta dimensión es central. Nos interesa, obviamente, no desde un punto de vista estrictamente “técnico” o “ingenieril”, sino precisamente como “mediación expresiva”, pero que tiene implicaciones, en términos de causalidades complejas, de ida y de regreso, empresarial-organizacionales, culturales, económicas y políticas²⁰. Las empresas y grupos de medios, en tanto organizaciones complejas, son un objeto potencial importante de estudio, prácticamente ignorado en América Latina, que se pueden estudiar desde puntos de vista sociológicos, o propiamente comunicacionales (procesos de mediaciones expresivas). Esta otra dimensión, que tiene que ver con lo institucional/organizacional/profesional, es una asignatura pendiente de gran urgencia²¹. Finalmente, y en interacción potencial con cualquiera o varias de todas las dimensiones antes descritas, está el estudio de las múltiples mediaciones de la recepción, los usos y apropiaciones, las influencias y efectos, los procesos de producción de sentido por parte de los públicos, desde la escala individual, familiar, hasta llegar a verse como movimientos culturales de orden global e histórico. Enseguida se presenta una formulación gráfica de esta presentación literalmente esquemática de algunos aspectos y dimensiones principales de un acercamiento histórico-estructural a los medios de difusión²² (Véase gráfica en página siguiente).

GLOBALIZACIÓN, INDUSTRIAS CULTURALES E IDENTIDADES

El tema que más me ha ocupado durante los últimos años, y en el que he aplicado el marco teórico metodológico recién descrito, ha sido el papel que tienen las industrias culturales, en el llamado proceso de “globalización”, y las consecuencias de tal proceso “globalizador” sobre las industrias culturales mexicanas, en particular las que constituyen el sector audiovisual (es decir, aquellas que se refieren a la televisión, el video y el cine). Un énfasis principal del análisis ha sido económico, es decir, con respecto a los intercambios de tales productos culturales con el exterior —en particular entre los “socios” del Tratado de Libre

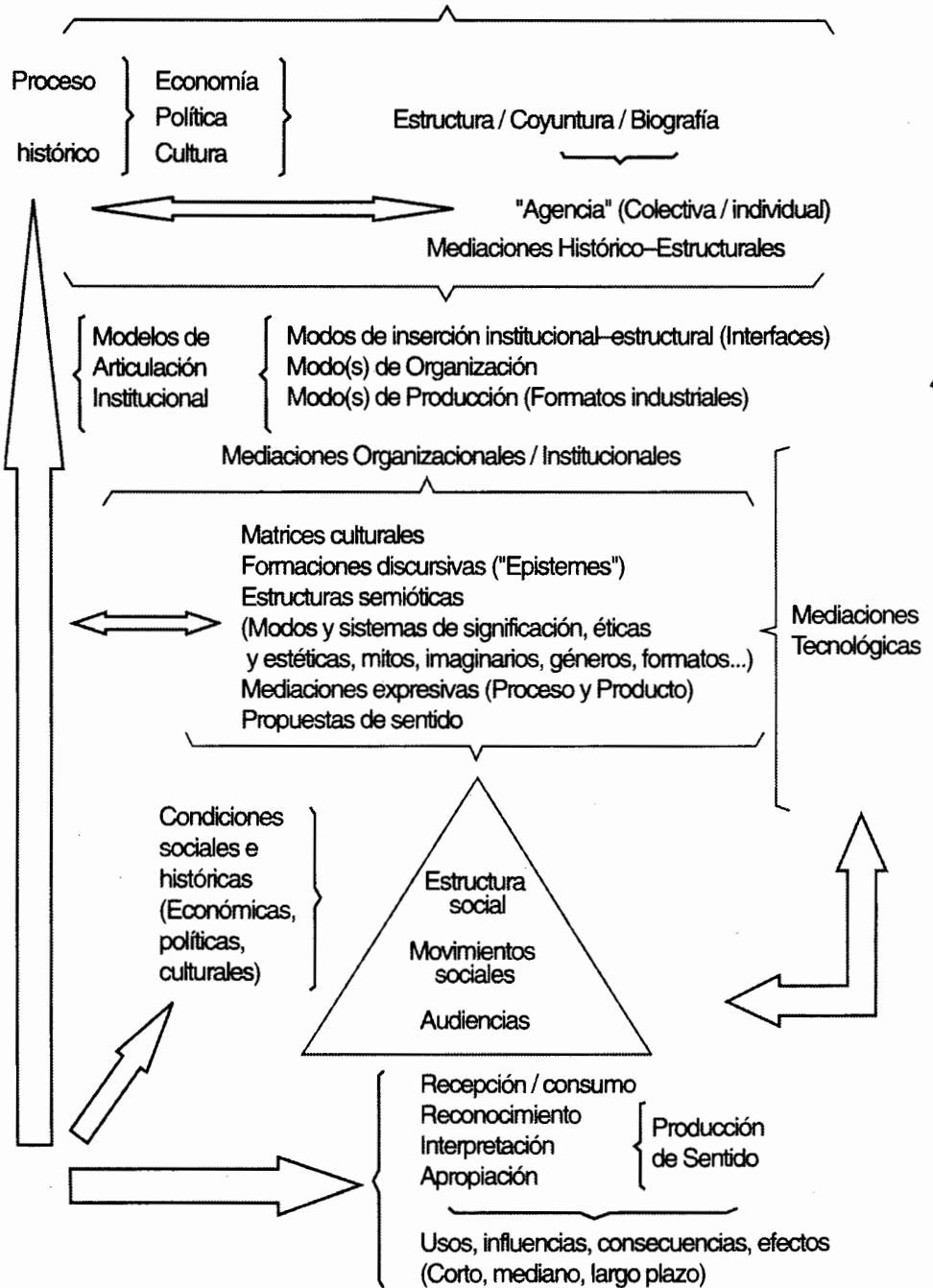
²⁰ Hablamos, pues, de intersecciones de lo tecnológico con las grandes otras mediaciones. Éstas deben ser objeto de investigaciones concretas.

²¹ Véanse los trabajos de Cecilia Cervantes y de María Elena Hernández en este volumen. Ellas se refieren exclusivamente a lo informativo de los medios, más o menos sociológicamente, que es lo que más se ha investigado. Pero cualquier otro género puede analizarse en su proceso de “producción”. Hay muchos otros aspectos y niveles que se pueden analizar de las grandes (y pequeñas) empresas de medios.

²² Aclaremos que la representación gráfica es solamente un recurso de comunicación y síntesis de lo recién expuesto (y de mucho de lo que no alcanzamos a presentar aquí). Por lo tanto, no es un elemento constitutivo —como no sea también un recurso heurístico— del marco teórico-metodológico propuesto.

LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN UN ACERCAMIENTO HISTÓRICO-ESTRUCTURAL

Condiciones histórico-estructurales
(Globales, regionales, nacionales, locales)



Comercio de América del Norte (TLCAN)—, y al interior del país, el tema de la estructura industrial altamente concentrada y centralizada (que presenta barreras de entrada casi infranqueables para cualquier nuevo “competidor”); pero también han sido encuadramientos importantes de la línea de investigación, la interacción de las industrias culturales “globalizadas” con las identidades sociales, “nacionales” y locales, su contribución al proceso de democratización, así como el de las políticas públicas en relación con el sector. En ese sentido, he tratado de desentrañar diversas dimensiones, a su vez desde distintos niveles de análisis, que se han juzgado pertinentes para contribuir al mejor entendimiento de la operación de las industrias culturales audiovisuales contemporáneas en México. Esto se ha ido haciendo en diversos proyectos puntuales de investigación, dentro de una línea, no “de una vez por todas”.

Este foco de interés ha implicado, entonces, la construcción de un objeto cambiante, complejo y multidimensional, así como la de “subobjetos” o dimensiones y aspectos complementarios, a diversas escalas, que han significado a la vez una serie de retos de índole disciplinaria, teórico-metodológica, epistemológica y aun técnica, en términos de la producción de la información empírica. Sin embargo, las pretensiones son modestas: deseo contribuir, de la manera más rigurosa posible, al conocimiento empírico y sistemático de un determinado objeto de estudio de gran actualidad y complejidad. No pretendo desde aquí la interpretación de las grandes corrientes históricas contemporáneas, aunque el objeto mismo sea de la mayor trascendencia para desentrañar el presente y quizá el futuro inmediato de nuestro devenir histórico. Las grandes síntesis corresponden a la filosofía o a la “gran teoría”. Mi aspiración es bastante más modesta.

El interés por este objeto de estudio particular comenzó con la curiosidad sobre si el proceso de integración regional que ha constituido el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) tendría consecuencias directas sobre el sector, entendido en términos del “espacio audiovisual mexicano”, o aquel espacio de lo social referido a la producción, la circulación y el consumo de mercancías audiovisuales (más específicamente, cine, televisión y video). Al “haberle entrado” al análisis de la globalización desde el Tratado de Libre Comercio, es decir, desde un proceso de integración económica regional, la primera cuestión con la que mi línea de investigación se articuló a las discusiones más generales se refirió a la verdadera naturaleza de la llamada “globalización”: ¿Qué, los movimientos hacia las “regionalizaciones” o articulaciones regionales, no serían un opuesto casi dialéctico a la llamada globalización? O ¿Se trata de movimientos histórico-coyunturales intermedios, que a su vez van articulando regiones enteras entre sí? Entonces surgieron otras cuestiones: ¿Cuál es el papel de los Estados nacionales en tales nuevas configuraciones geopolíticas y geoeconómicas? ¿Se pierden o ya no importan las soberanías? ¿Son pertinentes entonces las políticas nacionales? Al referirnos a las industrias culturales nos preguntamos: ¿Cómo se transforman las configuraciones institucionales en las

nuevas articulaciones de lo nacional con lo “global”? ¿Hasta qué grado lo llamado “global” es simplemente extranjero, proveniente de otra nación? A pesar de que México cuenta con la empresa más importante en la producción y exportación de programas televisivos en el mundo de habla hispana, ¿puede competir con la industria cultural audiovisual más poderosa del mundo entero? ¿Continuarán, o no, los intercambios desiguales? ¿Qué está sucediendo con las identidades sociales, incluyendo las nacionales, en este proceso de globalización económica y “mundialización” cultural? ¿Qué papel cumplen las industrias culturales en su constitución y cambios o permanencias? ¿Cómo se articula en la vida cotidiana de los sujetos sociales lo inmediato —local— con lo mediano —regional, nacional, global—? Las preguntas son demasiadas para los límites personales. A partir del primer proyecto específico que presenté se articuló un grupo de trabajo²³ en el Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara, donde iniciamos además un seminario sobre estos temas. Por lo menos desde mi punto de vista, ni siquiera por el trabajo colectivo llegaríamos a respuestas más o menos concluyentes, sino a acercamientos asintóticos a algunas de las preguntas. Sin embargo, las respuestas empíricas comenzarían a ser útiles, ya fuera en términos de la simple reducción de incertidumbre e ignorancia²⁴, o para, por ejemplo, intentar servir para alimentar procesos de generación de políticas públicas. En lo que sigue haré una muy breve y selectiva exposición de algunos temas que interesan a la línea de investigación y se discuten en la literatura nacional e internacional. Los hallazgos empíricos de nuestra investigación se pueden encontrar en las referencias correspondientes. Aquí se nos invitó a exponer lo referente a la interacción con la literatura respectiva a la línea de investigación, no a presentar resultados.

Es necesario, poco a poco, desbrozar los nuevos rasgos del mundo contemporáneo, que implican la globalización como verdadera novedad histórica, dando de lado modas, mitos y “la fetichización del fenómeno” (BOLAÑO, 1995)²⁵, así como diferenciando lo verdaderamente novedoso de lo que viene de largos procesos históricos previos²⁶. A pesar de su carta de naturalización en el discurso cotidiano, la

²³ “Grupo de Liderazgo Académico”, a la sazón forma de organización y apoyo a grupos e individuos que realizan investigación más o menos “de punta” en la Universidad de Guadalajara.

²⁴ En virtud de descripciones y explicaciones adecuadas, que permitan ir comprendiendo mejor los objetos de estudio.

²⁵ Se le refiere como una noción fetichizada especialmente en tanto componente principal de la “ideología neoliberal”, la cual propone que los países en desarrollo deben “insertarse a toda prisa precisamente a la manera neoliberal (con apertura comercial a ultranza, liberalización de la inversión extranjera y retiro del Estado de sus funciones económicas como inversionista, regulador, planificador y promotor del crecimiento económico y el bienestar social), so pena de quedar al margen del progreso y del pasaje al primer mundo” (CALVA, 1995:13). Lo que nos interesa recalcar desde aquí es que, si bien la “globalización” puede considerarse descriptivamente como un proceso real, actual y casi “inexorable”, es función todavía de los Estados-nación decidir (dentro de determinados límites) las maneras en que se articulan al proceso histórico más amplio en lo económico, lo político y en los intercambios culturales. Véase SAXE-FERNÁNDEZ (1999).

²⁶ Véanse FERGUSON (1992); IANNI (1996); SÁNCHEZ RUIZ (1996b). Para un punto de vista divergente: GARCÍA CANCLINI (1998); ORTIZ (1994).

globalización para muchos sigue siendo una novedad, aunque hay quienes sostenemos que este proceso no comenzó hace poco, sino que, de hecho, ha ido acompañando la expansión de la “civilización occidental” o, más precisamente, la del sistema capitalista mundial (SÁNCHEZ RUIZ, 1996a). La investigadora estadounidense de medios, MARJORIE FERGUSON (1993: 3), opina igual:

... si el proceso de globalización comenzó con los exploradores y descubridores de los siglos XV y XVI, ellos anticiparon y ensombrecen los logros de sus contrapartes actuales, en la exportación de la tecnología, los bienes y la industria cultural de su tiempo. Es verdad, entonces fue el Cristianismo en lugar de Madonna, pero ... es importante recordar que la influencia exportadora por bienes económicos y culturales ha caracterizado las relaciones internacionales de poder a través de los siglos.

Así, creemos que el llamado proceso de globalización se debe pensar desde una perspectiva de “larga duración” en el sentido de BRAUDEL (1984; 1991): La inserción de América Latina al sistema mundial no habría comenzado entonces con la televisión, las “nuevas tecnologías de comunicación” o la Internet (FERRER, 1999). El fin del “largo siglo XVI”, en palabras de IMMANUEL WALLERSTEIN (1976; 1979; 1984), a partir de la expansión del capitalismo comercial, prefiguró (y configuró) históricamente lo que ahora se conoce como el “moderno sistema mundial”. Desde este punto de vista de largo plazo, entonces, el proceso globalizador, cuyo motor principal ha sido la internacionalización del capital (PALLOIS, 1977a; 1977b), pero no se agota en los factores económicos, ha sido lento aunque en una constante aceleración de los movimientos históricos. En términos culturales, la constitución del “moderno sistema mundial” ha significado la “occidentalización” de culturas y civilizaciones, algunas veces mediante la conquista armada, en otras ocasiones por influencia e imitación, la mayoría de las veces con la mediación de la dominación económica²⁷. Pero las culturas continentales, regionales y nacionales siempre han resistido o por lo menos han sido siempre creativas, así que en todo el mundo, en diferentes momentos históricos, han surgido y se han desarrollado “nuevas” versiones, híbridas o “mestizadas”, de las diversas formas dominantes que ha adoptado la “civilización occidental”. Ésta, a su vez ubicada en diferentes momentos en diversos “centros históricos de irradiación” (centros hegemónicos), ha sido influida, modificada y enriquecida por otras culturas y civilizaciones, de tal manera que no hablamos de un “monolito”, puro e intocado en su esencialidad, que se imponga históricamente, borrando en definitiva lo que existía antes, a pesar de su dominación en última instancia²⁸.

²⁷ Consúltese Fossaert (1994), especialmente el capítulo 9: “El mundo del imperialismo triunfante”. Véanse también: Braudel (1991); Wallerstein (1990); Ianni (1993).

²⁸ Véase el capítulo “Mediaciones y mestizajes: la revancha de las culturas”, en Mattelart (1993). Para el caso de México, consúltese Ochoa (1995).

Este siglo ha presenciado la aceleración del tiempo histórico, en términos de la internacionalización-transnacionalización-globalización de economías, políticas y culturas²⁹, en especial ante el surgimiento y desarrollo de las grandes corporaciones transnacionales, que no conocen más fronteras que las de la rentabilidad a escala global, y mediante la emergencia de la “tercera” revolución tecnológico-industrial (SUNKEL y FUENZALIDA, 1979). Todo este largo proceso histórico ha traído cambios en la división internacional del trabajo. Ha consistido en la paulatina articulación e interdependencia (desigual) de los estados nacionales al moderno sistema capitalista mundial.

Entonces, por globalización entendemos aquel proceso actual de cada vez mayor —y más acelerada— articulación e interdependencia (desigual) entre países y regiones del mundo, a partir de la intensificación de las articulaciones funcionales, en diversos territorios, entre las fases del circuito del capital (financiamiento; compra de insumos, materias primas y fuerza de trabajo; producción; distribución y consumo —“realización” del valor excedente generado— y conversión a nuevo capital financiero), a lo largo y ancho del espacio mundial³⁰. Aclaremos que nos referimos a las articulaciones entre economías enteras. Son naciones las que articulan sus economías al orden global. En el caso de las corporaciones llamadas “globales”, más estrictamente nos podríamos seguir refiriendo a ellas como “transnacionales”. Así, se puede decir que una empresa se internacionaliza cuando comienza a expandirse fuera de su país de origen mediante las exportaciones, o la inversión extranjera; se transnacionaliza al operar preferentemente ya no desde su propio espacio nacional, sino en diversos países a la vez (lo cual se “redondea” mediante las asociaciones y alianzas estratégicas, pero con más fuerza, con las grandes fusiones y adquisiciones entre empresas y consorcios de varios países); y finalmente, estas formas de operar constituyen el proceso de globalización, como la configuración de la economía-mundo global.

Este proceso, en principio económico, está acompañado de nuevas configuraciones políticas del mapa mundial, redefiniendo los papeles de los actores nacionales (Estados, gobiernos, empresas, clases y movimientos sociales) y extra-nacionales (viejos y nuevos organismos internacionales, empresas transnacionales, organizaciones no gubernamentales, etc.) en el escenario mundial. Los mayores y más acelerados (aunque también desiguales) contactos entre las múl-

²⁹ Sin embargo, un punto fundamental a tener en cuenta es que los movimientos y mutaciones económico-financieras y tecnológicas son muchísimo más rápidas y vertiginosas que los cambios culturales. Es decir, que para el caso de las industrias culturales, el plano de la producción y puesta en circulación, o de oferta e incluso de creciente demanda de productos culturales transnacionales, no tiene un correlato puntual, inmediato, con los procesos de afectación cultural de los mismos, especialmente si se atiende a las transformaciones de largo alcance en el espacio y en el tiempo.

³⁰ CHRISTIAN PALLOIS (op. cit.) teorizó este proceso durante los setenta, llamándolo como la “internacionalización del capital”. Hay quienes consideran que el mismo correspondería específicamente al momento actual (véase GARCÍA CANCLINI, 1998).

tiples culturas que pueblan el planeta constituyen otro rasgo fundamental del "nuevo mapa del mundo" (SCARLATO, 1994)³¹. Néstor García Canclini ilustra algunos aspectos de la "mundialización" con estos ejemplos:

... compramos un coche Ford montado en España, con vidrios hechos en Canadá, carburador italiano, radiador austríaco, cilindros y batería ingleses y el eje de transmisión francés. Enciendo mi televisor fabricado en Japón y lo que veo es un film-mundo, producido en Hollywood, dirigido por un cineasta polaco con asistentes franceses, actores y actrices de diez nacionalidades, y escenas filmadas en los cuatro países que pusieron financiamiento para hacerlo. Las grandes empresas que nos suministran alimentos y ropa, nos hacen viajar y embotellarnos en autopistas idénticas en todo el planeta, fragmentan el proceso de producción fabricando cada parte de los bienes en los países donde el costo es menor. Los objetos pierden la relación de fidelidad con los territorios originarios. La cultura es un proceso de ensamblado multinacional, una articulación flexible de partes, un montaje de rasgos que cualquier ciudadano de cualquier país, religión o ideología puede leer y usar (GARCÍA CANCLINI, 1995: 15-16)³².

El autor parece presentar en el párrafo citado un proceso de "igualación", donde ya todos en todos lados tenemos acceso al consumo "democrático" de tales maravillas de la integración económico-cultural mundial. Sin embargo, el mismo investigador ha comentado en otro lugar que: "Pese a la diversidad e intensidad de procesos de globalización, ésta no implica la unificación indiferenciada ni la puesta en relación simultánea de todas las sociedades entre sí. Los países acceden de manera desigual y conflictiva a los mercados económicos y simbólicos internacionales" (GARCÍA CANCLINI, 1996: 17). Entonces, la globalización en rigor no implica el contacto y la articulación horizontal e igualitaria de "todos con todos"³³. Como lo mencionamos antes, el proceso expansivo del sistema capitalista mundial y de la "civilización occidental", hasta ahora, nunca ha podido prescindir de hegemónicas y desigualdades mundiales y regionales. Hoy estamos presenciando la constitución de grandes bloques económico-políticos, que se articulan (de manera desigual) a su vez al sistema mundial (GONZÁLEZ CASANOVA y SAXE-FERNÁNDEZ, 1994). Paradójicamente, la "globalización" está tomando la forma de un proceso de regionalización de la economía política mundial (CALVA, 1995b; OMAN, 1994).

³¹ Debo aclarar que, si bien considero que los procesos económicos son el motor fundamental de la globalización, los flujos históricos no necesariamente siguen el "orden causal" que pudiera inferirse del orden de presentación de las tres principales dimensiones (económica, política, cultural). Autores como RENATO ORTIZ (1994) proponen llamar al aspecto cultural de este gran proceso histórico "mundialización".

³² Nótese que los ejemplos utilizados por el antropólogo argentino-mexicano nos dirigen a formas económicas, refiriéndose a mercancías como el automóvil. además de a la internacionalización del consumo cultural.

³³ Idea que connotan algunas de las "metáforas" de la globalización, como la imagen de la "aldea global". Véase IANNI (1996).

El sector audiovisual de la industria cultural (cine, televisión y video) se ha constituido en un baluarte contemporáneo del acelerado proceso de “mundialización” cultural, aunque es importante recordar que en los ámbitos microsociales, locales y comunitarios, las dinámicas culturales continúan vivas, en todo caso “mestizándose” con lo que les viene de las industrias culturales globales y de sus propuestas identitarias (MOWLANA, 1996; SINCLAIR et al., 1996; JACKA, 1992). Así, es posible dar cuenta de grandes tendencias hacia una “convergencia” en lo económico, lo político y lo cultural (INGLEHART et al., 1994), o procesos de reformamiento de “lo local”, aun en condiciones de migración internacional (GENDREAU y GIMÉNEZ, 1998), o de relativo dominio por parte de una potencia (SÁNCHEZ RUIZ, 1996a), o notar la coexistencia de los tres procesos. Sin embargo, a pesar de que ha habido cambios en los flujos mundiales de productos audiovisuales, y de que más países hoy en día participan en los mismos, sigue existiendo un relativo dominio de Estados Unidos y otros pocos países en los mercados internacionales. Ése es el caso de la distribución desigual de las capacidades de producción y exportación de los países del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) (SÁNCHEZ RUIZ, 1996b; SÁNCHEZ RUIZ, 1999b).

Vale la pena introducir un elemento “perturbador” a la hipótesis “facilona” de que como los programas de televisión y las películas estadounidenses predominan en alguna medida en la oferta y el consumo de las poblaciones canadiense y mexicana, nos encontramos por lo tanto ante un proceso rápido e inexorable de “pérdida” masiva de identidad en estos países. Los resultados de la investigación en todo el mundo han apuntado que, a pesar del predominio cuantitativo en la oferta, en prácticamente todo el mundo, de los productos audiovisuales estadounidenses, la gente en todas partes tiende a preferir lo local, especialmente en algunos géneros como los informativos (NEGRINE y PAPATHANASSOPOULOS, 1991), pero sobre todo está la tendencia a favorecer el lenguaje propio. De ahí que se haga énfasis en los “mercados cultural-lingüísticos” de televisión (STRAUBHAAR, 1997a; WILKINSON, 1995), y que a partir del dato de la tendencia del público a preferir lo cercano culturalmente, se relativicen los “efectos nocivos” de los medios audiovisuales sobre las identidades sociales, a partir de una óptica más analítica que hablaría de una proliferación de “mercados cultural-lingüísticos” generados desde lo local (STRAUBHAAR, 1997b). A su vez, por lo menos algunos de los hallazgos e hipótesis de este grupo han sido “relativizados” por hallazgos de investigación en Canadá y en México³⁴. A saber, que al contrario de lo que “predice” la teoría de los mercados cultural-lingüísticos: que, por ejemplo, después de la programación mexicana la segunda en la oferta y la demanda tendría que ser en México, de origen latinoamericano, éste

³⁴ Estos hallazgos se resumen en: SÁNCHEZ RUIZ (1998b). Véase también: SÁNCHEZ RUIZ (1996b y 1999c).

no es el caso. Además, también al contrario de las expectativas de aquel acercamiento, en los tiempos de mayor auditorio en la televisión, en nuestro país, sí tiende a elevarse la proporción de programas de Estados Unidos, tanto en la oferta como en la demanda (SANCHEZ RUIZ, 1996b). Sobre el cine y el video, no hay duda de que en todo el orbe se habla de crisis de las cinematografías nacionales por la preferencia de la gente hacia las películas de Hollywood (LANGE, 1999). Estos hallazgos no “refutan” la hipótesis de la afinidad cultural y del predominio de lo local, sino simplemente muestran que ésta no opera como una especie de “ley”, y que hay factores que operan en los países socios de Estados Unidos en el TLC, como la simple disponibilidad masiva de productos culturales estadounidenses. Igualmente que hay que considerar las diferencias entre géneros, por ejemplo, los informativos y los de ficción. O el hecho de que la programación estadounidense en México “desde siempre” ha tenido que ser “hablada en español”, ya sea por el doblaje o por el subtítulo. Y que en parte, debido a la misma presencia de series y películas de Estados Unidos, dobladas al español, los mexicanos, por lo menos los de clases medias y medias altas, habríamos desarrollado mayores afinidades culturales con Estados Unidos (con el país imaginario — con el imaginario del país— que nos han presentado la televisión y el cine) que con muchos otros países latinoamericanos. ¿Y qué influencias se esperaría que estos procesos desiguales tuvieran sobre “la identidad mexicana”?

Tomemos como punto de partida una certeza: la identidad no es ni una esencia inmutable, ni una entelequia que tenga su propio devenir histórico o sus propios “fines”. Las identidades, como las culturas en el mundo actual, son múltiples e “híbridas”, producto de mestizajes (y por lo tanto de cambios continuos) que ocurren cada día más aceleradamente con el proceso de “globalización”. El único aspecto a tener en cuenta es que hay culturas e identidades que pueden influir un poco o un mucho más en otras, que viceversa, en virtud de los intercambios desiguales en el campo de la industria cultural. Pero la cultura y las identidades ni se agotan en la industria cultural, ni la tienen como única fuente. Las identidades sociales son múltiples, cambiantes, complejas, en ocasiones contradictorias, y no se conforman o modifican a partir de una sola fuente, o experiencia social³⁵. Así, podemos pensar en identidades barriales, locales (ser tapatío, o regiomontano, o defeño, que tendrán variaciones quizá respecto de la clase social, el barrio, el ser migrante reciente o no, etc.); quizá también regionales (del bajío, del “norte”); nacionales (¿Es la identidad “nacional” de un yucateco igual a la de un bajacaliforniano, que la de un huichol, yaqui, tzotzil o maya?). En este sentido, la identidad cultural (preferimos el plural: las identidades culturales) no son “esencias” o monolitos compactos, que reciban “impactos” (como bolas de

³⁵Véanse, por ejemplo, HALL y DU GAY (1996); GELLNER (1998); GIMÉNEZ (1997; 1994; 1993; 1992a; 1992b).

billar), para cambiar de I_1 a I_2 . Entonces quizás las preguntas para la investigación empírica sean del orden de: ¿Cuál tipo o nivel identitario, de quiénes (lo que incluye, por ejemplo, la variable generacional, de clase, el género, la geográfica incluso, etc.) está siendo reforzado o cambiado, en qué sentido, por qué tipo de mensajes, que se transmiten por cuál(es) medio(s), entre qué otros tipos de influencias culturales, que pueden estar contrarrestando o reforzando el sentido de los anteriores...?

En fin. De nuevo, un marco teórico-metodológico como el histórico-estructural, nos proporciona muy pocas certezas y muchas más preguntas, si se le toma en serio. Pero de eso se trata y ése es el reto. Mientras más sabemos y hacemos por saber, nos damos cuenta y nos maravillamos de que el mundo es tan complejo y cambiante. Pero también que la sociedad “globalizada” que nos tocó vivir es todavía muy desigual e injusta. De ahí la necesidad de que las ciencias sociales sigan siendo críticas, aunque autorreflexivas e intersubjetivas, es decir, fundamentalmente autocríticas y rigurosas, a fin de no caer nuevamente en el discurso político fácil, o en el dogmatismo de la “doctrina” teórica, de cualquier signo. Para obtener certezas, especialmente de la variedad de las absolutas, hay que refugiarse en la religión, no en la ciencia.

BIBLIOGRAFÍA

- ALEXANDER, J. C. et al. (comps.) (1994): *El vínculo micro-macro*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara / Gamma Editorial.
- AARON, Raymond (1981): *Las etapas del pensamiento sociológico* (2 vols.). Buenos Aires: Editorial Siglo Veinte.
- ARREDONDO RAMÍREZ, P., y Enrique E. SÁNCHEZ RUIZ (1986): *Comunicación social, poder y democracia en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- BOLAÑO, César Ricardo (1995): “Economía política, globalización y comunicación”, en *Nueva Sociedad*, n.º 140, nov.-dic.
- BOURDIEU, Pierre (1997): *Sobre a televisão*. Río de Janeiro: Jorge Zahar.
- BRAUDEL, Fernand (1991): *Las civilizaciones actuales. Estudio de historia económica y social*. México: REI.
- (1984): *La historia y las ciencias sociales*. México: Alianza Editorial.
- (1980): *On History*. Chicago: The University of Chicago Press.
- CALVA, José Luis (1995): “Prólogo”, en J. L. CALVA (coord.) *Globalización y bloques económicos. Realidades y Mitos*. México: Juan Pablos/PEDEI-UAP/U. de G.
- CALVA, José Luis (coord.) (1995b): *Globalización y Bloques Económicos. Realidades y mitos*. México: Juan Pablos/CUCSH-U. de G./PEDEI-UAP.

- CANSINO, César (1996): "Tiempo largo y tiempo corto (Elementos para el estudio de la dimensión temporal en los procesos de cambio político)", en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, Año CLI, Abril-Junio.
- CARDOSO, Fernando Henrique, y Enzo FALETTO (1979): *Dependency and development in Latin America*. Berkeley: University of California Press.
- CAREY, James W.: "Abolishing the old spirit world", en *Critical Studies in Mass Communication*, Vol. 12, n.º 1, marzo de 1995.
- CASTELLS, Manuel (1999a): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, Vol. 1: *La sociedad red*. México: Siglo XXI.
- (1999b) *La era de la información. Economía, sociedad y cultura* (3 Vols.). México: Siglo XXI.
- CENTRO LATINOAMERICANO DE INVESTIGACIONES EN CIENCIAS SOCIALES/UNESCO (1970) *Sociología del desarrollo. Seminario sobre aspectos teóricos y metodológicos*. Buenos Aires: Solar / Hachette.
- CERVANTES BARBA, Cecilia (1997): "Problematizar la 'articulación' como recurso metodológico utilizado en el campo académico de la comunicación en México", en *Comunicación y Sociedad*, n.º 30, mayo-agosto.
- CHAN-OLMSTED, Sylvia, y Alan B. ALBARRÁN (1998): "A framework for the study of global media economics", en Albarran, A., y S. Chan-Olmsted (eds.) *Global media Economics. Commercialization, concentration and integration of world media markets*. Ames: Iowa State University.
- COHEN, Ira J. (1996): *Teoría de la estructuración. Anthony Giddens y la constitución de la vida social*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- CURRAN, James (1990): "The new revisionism in mass communication research: A reappraisal", en *European Journal of Communication*, Vol. 5, n.º 2-3, junio.
- DEUTSCH, Karl W. (1969): *Los nervios del gobierno. Modelos de comunicación y control políticos*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- FERGUSON, Marjorie (1993): "Globalisation of cultural industries: Myths & realities", en Marcus Breen (ed.) *Cultural industries: National policies and global markets*. Melbourne: CIRCIT.
- FERRER, Aldo (1999): *De Cristóbal Colón a Internet: América Latina y la globalización*. México: Fondo de Cultura Económica.
- FOSSAERT, Robert (1994): *El mundo en el Siglo XXI. Una teoría de los sistemas mundiales*. México: Siglo XXI.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1998): "La globalización en pedazos: Integración y rupturas en la comunicación", en *Diálogos de la Comunicación*, n.º 51, mayo.
- (1996): "Políticas culturales e integración norteamericana: una perspectiva desde México", en N. García Canclini (coord.), *Culturas en globalización. América Latina-Europa-Estados Unidos: libre comercio e integración*. Caracas: Nueva Sociedad, p. 17.

- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1995): *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- GARNHAM, Nicholas (1995): "Political economy and cultural studies: Reconciliation or divorce?", *Critical Studies in Mass Communication*, Vol. 12, n.º 1, marzo.
- GELLNER, Ernest (1998): *Cultura, identidad y política. El nacionalismo y los nuevos cambios sociales*. Barcelona, Gedisa Editorial.
- GENDREAU, Mónica, y Gilberto GIMÉNEZ (1998): "Between Popocatepetl and Brooklyn... Migration and mass media effects on regional identity in Atlixco, Puebla, México", ponencia presentada en "Mexican migrants in New York and Mexico", The Mexican Cultural Institute of New York / Columbia University International Center for Migration. Nueva York, octubre 16-17.
- GIDDENS, Anthony (1996): *In defence of Sociology. Essays, interpretations and rejoinders*. Cambridge: Polity Press.
- (1984): *The constitution of society. Outline of the theory of structuration*. Berkeley: University of California Press.
- GIMÉNEZ, Gilberto (1997): "Materiales para una teoría de las identidades sociales", en *Frontera Norte*, Vol. 9, n.º 18.
- (1994): "Comunidades priinordiales y modernización en México", en Gilberto Giménez y Ricardo Pozas H. (coords.), *Modernización e identidades sociales*. México, IIS-UNAM / IFAL.
- (1993): "Apuntes para una teoría de la identidad nacional", en *Sociológica*, Año 8, n.º 21, México: UAM-Azcapotzalco.
- (1992a): "La identidad social o el retorno del sujeto en sociología", en *Versión. Estudios de comunicación y política*, n.º 2.
- GIMÉNEZ, Gilberto (coord.) (1992b): *Reseñas bibliográficas II. Teorías y análisis de la identidad social*. México: Instituto Nacional Indigenista.
- GONZÁLEZ CASANOVA, Pablo, y John SAXE-FERNÁNDEZ (coords.) (1996): *El mundo actual: Situación y perspectivas*. México: Siglo XXI/CIICH-UNAM.
- GONZÁLEZ NAVARRO, M., y G. DELAHANTY MATUK (coords.) (1995): *Psicología política en el México de Hoy*. México: UAM, Unidades Iztapalapa y Xoxhimilco.
- GROSSBERG, Lawrence (1995): "Cultural studies Vs. Political economy: Is anyone else bored with this debate?", *Critical Studies in Mass Communication*, Vol. 12, n.º 1, marzo.
- HALL, Stuart, y Paul DU GAY (eds.) (1996): *Questions of cultural identity*. Londres: SAGE.
- IANNI, Octavio (1996): *Teorías de la Globalización*. México: Siglo XXI / UNAM.
- (1993): *A Sociedade Global*. Río de Janeiro: Editora Civilização Brasileira.
- INGLEHART, Ronald, Miguel BASAÑEZ y Neil NEVITTE (1994): *Convergencia en Norteamérica: Comercio, política y cultura*. México: Siglo XXI / Este País.

- JACKA, Elizabeth (ed.) (1992): *Continental shift. Globalization and culture*. Newtown (Australia): Local Consumption Publications.
- LANGE André (1999): "Trends in the world film market", en *European Audiovisual Observatory* (1999) Focus. World Market Tendencias, Strasburgo: European Audiovisual Observatory.
- MARINI, Ruy Mauro, y Margara MILLÁN (coords.) (1996): *La teoría social latinoamericana* (4 Vols.). México: UNAM / Ediciones El Caballito.
- MARTÍN BARBERO, Jesús (1998): *De los medios a las mediaciones*. Santafé de Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- MATTELART, Armand (1993): *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*. Madrid: Fundesco.
- MILLS, C. Wright (1974): *La imaginación sociológica*. México: Fondo de Cultura Económica.
- MORIN, Edgar (1986): *El método. La naturaleza de la naturaleza*. Madrid: Cátedra.
- MOWLANA, Hamid (1996): *Global communication in transition. The end of diversity?* Thousand Oaks, Ca (E.U.): SAGE Publications.
- MURDOCK, Graham (1995): "Across the great divide: Cultural analysis and the condition of democracy", *Critical Studies in Mass Communication*, Vol. 12, n.o 1, marzo.
- NEGRINE, R., y S. PAPATHANASSOPOULOS (1991): "The internationalization of television", en *European Journal of Communication*, Vol. 6, n.o 1, marzo.
- OCHOA, L. (ed.) (1995): *Conquista, transculturacion y mestizaje. Raiz y origen de México*. México: UNAM.
- OMAN, Charles (1994): *Globalisation and regionalisation: The challenge for developing countries*. París: OECD/OCDE.
- ORTIZ, Renato (1994): *Mundializaao e cultura*. São Paulo: Editora Brasiliense.
- ORTIZ, Renato et al. (1995): *Comunicación y ciudadanía: Los medios, nuevas plazas para la democracia*. Lima: Calandria, Asociación de Comunicadores Sociales.
- PALLOIS, Christian (1977a): "The self-expansion of capital on a world scale", en *The Review of Radical Political Economics*, Vol. 9, n.ó 2, verano.
- (1977b): *Las firmas multinacionales y el proceso de internacionalización*. México: Siglo XXI.
- POPPER, Karl R. (1998): "Una patente para producir televisión", en Popper, Karl R. y John Condry: *La televisión es mala maestra*. México: Fondo de Cultura Económica.
- POZAS H., Ricardo (coord.) (1993): *Las ciencias sociales en los años noventa*. México: IISUNAM / IFAL.
- ROSCOE, Jane et al. (1995): "The television audience: A reconsideration of the taken-for-granted terms 'active', 'social', and 'critical'", en *European Journal of Communication*, Vol. 10, n.ó 1, marzo

- SÁNCHEZ RUIZ, Enrique E. (1999a): "La investigación mexicana sobre las industrias culturales. Retos para el nuevo milenio", ponencia presentada en el Seminario "Tendencias y Retos de la Investigación en Comunicación en América Latina", Lima, Perú, 20-22 de julio de 1999. Pontificia Universidad Católica del Perú / Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social.
- (1999b): "Los medios audiovisuales mexicanos a cinco años del Tratado de Libre Comercio de América del Norte", ponencia presentada en el Foro "Industrias Culturales y TLC: Cinco años después", México, D.F., 21-22 de octubre de 1999. Fronteras Comunes, A.C./Sociedad General de Escritores de México (SOGEM).
- (1999c): "O cinema no Mexico: Globalização, concentração e contração de uma indústria cultural", en *Estudos de Sociologia*, Año 3, n.º 6, primer semestre (Araraquara, S. P., Brasil).
- (1998a): "El cine mexicano y la globalización: contracción, concentración e intercambio desigual", en J. Burton-Carvajal et al. (comps.) *Horizontes del segundo siglo. Investigación y pedagogía del cine mexicano, latinoamericano y chicano*. México: Universidad de Guadalajara / Instituto Mexicano de Cinematografía.
- (1998b): "Industrias culturales y libre comercio. México, Canadá y la Unión Europea: Hacia un análisis comparativo de políticas de comunicación". Ponencia presentada en el Congreso LASA '98, de la Latin American Studies Association, Chicago, Ill., septiembre.
- (1996a): "El nuevo carácter de la dependencia: La globalización y el espacio audiovisual", en G. Orozco (coord.), *Miradas latinoamericanas a la televisión*. México: Universidad Iberoamericana.
- (1996b): "Flujos globales, nacionales y regionales de programación televisiva. El caso de México", en *Comunicación y Sociedad*, n.º 27, mayo-agosto.
- (1994): "La investigación de la comunicación en tiempos neoliberales. Nuevos retos y posibilidades", en L. Núñez y B. Solís (comps.), *Comunicación, identidad e integración latinoamericana*. México: CONEICC / Universidad Iberoamericana / FELAFACS.
- (1992): *Medios de difusión y sociedad. Notas críticas y metodológicas*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- (1988): "La investigación de la comunicación y el análisis social en Latinoamérica y en México", en E. Sánchez Ruiz (comp.), *La investigación de la comunicación en México. Logros, retos y perspectivas*. México: Ediciones de Comunicación / Universidad de Guadalajara.
- (1987): *Centralización, poder y comunicación en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- (1983): *Capital Accumulation, the State and television as informal education. Case Study of Mexico*. Stanford University, Tesis doctoral.

- SÁNCHEZ RUIZ, Enrique E. (1981): *Los medios masivos y el poder en México: Un marco Histórico-Empírico mínimo para su estudio*. Guadalajara: ITESO (Publicaciones de Ciencias de la Comunicación, n.º 5).
- SARTORI, Giovanni (1998): *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.
- SAXE-FERNÁNDEZ, John (1999): "Globalización e imperialismo", en J. Saxe-Fernández (coord.), *Globalización: Crítica a un paradigma*. México: Plaza y Janés / UNAM.
- SCARLATO, F. C. et al. (orgs.) (1994): *O novo mapa do mundo. Globalização e espaço Latino-Americano*. São Paulo: ucitec/ANPUR.
- SINCLAIR, J., E. JACKA y S. CUNNINGHAM (eds.) (1996): *New patterns in global television*. Oxford: Oxford University Press.
- STRAUBHAAR, Joseph D. (1997a): "World television: from global to local", Povo, Utah, Brigham Young University, Department of Communications, Raynond E. and Ida Lee Beckham Annual Lecture in Communications.
- (1997b): "From national to regional cultures. The five cultures and television markets of NAFTA", ponencia presentada en el Primer Encuentro NAFTA/Mercosur de Ciencias de la Comunicación, Santos, São Paulo, Brasil, septiembre de 1997.
- SUNKEL, Oswaldo, y Edmundo FUENZALIDA (1979): "Transnationalization and its national consequences", en José J. Villamil (ed.) *Transnational capitalism and national development*. Sussex: The Harvester Press.
- TEJERA GAONA, Héctor (coord.) (1996): *Antropología política*. México: Plaza y Valdés / INAH.
- VASSALLO DE LOPES, María Immacolata (1995): "Recepción de medios, clases, poder y estructura. Cuestiones teórico-metodológicas de investigación cualitativa de la audiencia de los medios", en *Comunicación y Sociedad*, n.º 24, mayo-agosto.
- VAUGHAN, T. et al. (eds.) (1993): *A critique of contemporary American sociology*. Nueva York: General Hall.
- WALLERSTEIN, Immanuel (1998b): "The heritage of Sociology, the promise of social science", Presidential Address, XIVth World Congress of Sociology, Montreal, 26 de julio, 1998.
- (1990): "Culture as the ideological battleground of the Modern World-System", en Mike Featherstone (ed.) *Global Culture. Nationalism, Globalization and Modernity*. Londres: Sage Publications.
- (1984): *The Politics of the World-Economy. The States, The Movements and the Civilizations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- (1979): *The capitalist world-economy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- (1976): *The Modern World-System*. Nueva York: Academic Press.
- WALLERSTEIN, Immanuel (ed.) (1998a): "The heritage of Sociology and the futu-

re of the social sciences in the 21st Century”, número especial de *Current Sociology*, Vol. 46, n.º 2, abril, 1998.

WALLERSTEIN, Immanuel (coord.) (1996): *Abrir las ciencias sociales*. México: Siglo XXI / UNAM.

WEBER, Max (1976): *Sobre la teoría de las ciencias sociales*. Buenos Aires: Editorial Futura.

WILKINSON, Kenton T. (1995): *Where culture, language and communication converge: The Latin American cultural-linguistic television markets*. Austin: The University of Texas at Austin, Tesis doctoral.

ZALLO, Ramón (1992): *El mercado de la cultura. Estructura económica y política de la comunicación*. Donostia (País Vasco, España): Tercera Prensa / Hirugarren Prentsa.