

Entre sus objetivos, la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura se propone ampliar la circulación e intercambio de sus publicaciones, así como la difusión de los materiales publicados en sus páginas. Con las facilidades derivadas de nuestra participación en la Red, nos complace reproducir este texto, publicado originalmente en la revista TELOS. Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad, de la Fundación para el Desarrollo de la Función Social de las Comunicaciones (FUNDESCO).



COMUNICACIÓN INTERCULTURAL

Hacia un balance teórico en América Latina

Néstor García Canclini

Las relaciones interculturales están en el núcleo de la reflexión sobre la cultura y la modernidad. Pensar la cultura es pensar lo que diferencia a una sociedad de otra y, sobre todo, a los modernos de los que aún no lo son.

¿CONTACTO O DOMINACIÓN?

Si resumimos un poco brutalmente lo que viene ocurriendo en este siglo, podemos decir que dos paradigmas organizan el conocimiento de las relaciones interculturales: el del contacto y el de la dominación. Por una parte, estudiar la cultura ha sido y es para muchas tendencias ocuparse de lo que da identidad a un conjunto social: una nación, una etnia, una clase y por tanto cómo esa identidad se perfila y define en los contactos que la historia le propone con otros. La antropología culturalista norteamericana,

mediante su crítica al etnocentrismo y su defensa del relativismo cultural, dio una versión conciliadora de lo que les pasa a las culturas cuando se vinculan entre sí que influyó no sólo el trabajo antropológico: su mirada sobre el mundo como un vasto museo de economías de autosubsistencia, cada una en su vitrina, repitiendo obsesivamente sus códigos y resistiendo a los extraños, condicionó, ante todo, la organización prolíja de muchos museos, en los que se pasa serenamente de una cultura a otra al circular de sala en sala; pero también subyace en esa concepción hegemónica de las comunicaciones masivas que trata de recuperar en la radio, la televisión y otros medios de la modernidad los símbolos y rituales indígenas o de grupos tradicionales simulando que su representación es fidedigna y que su difusión internacional es una simple ampliación celebrable de las culturas locales, beneficiadas así como las redes y los flujos de la transnacionalización electrónica. Esta tendencia guía tanto las políticas comunicacionales de las empresas latinoamericanas con expansión internacional (Televisa, Rede Globo) como a los organismos diplomáticos o de *buena voluntad* desde la UNESCO a la OEA. Las últimas operaciones de

*Dos
paradigmas
en las relaciones
interculturales:
el del contacto y
el de la
dominación.*

eufemización de los conflictos interculturales puede apreciarse en la *Cadena de las Américas*, con la que Televisa enlaza desde abril de 1992 el norte, el centro y el sur del continente, y en la campaña de festejos iberoamericanos que reduce la violenta complejidad de lo que aconteció entre Europa y América con la sedante fórmula encuentro de dos mundo.

Frente a esta concepción de las relaciones interculturales, ha existido otra que estructura los datos como si todo lo que ocurre entre las sociedades fuera explicable por la dominación. Los estudios culturales de los años 60 y 70, nutridos a la vez en la teoría socioeconómica de la dependencia y en la comunicacional de la manipulación, redujeron las investigaciones a la desconstrucción o simple denuncia de los recursos con que las historietas, las telenovelas o la publicidad imponían a los pueblos modelos de vida imperiales. Armand y Michelle Mattelart fueron los principales impulsores de esta corriente que seguía un razonamiento inverso al del paradigma anterior: la identidad no sería, en un sistema de dominación, lo que cada grupo tiene por sí, sino lo que es dado desde otra sociedad y otra cultura. Si bien los Mattelart y los principales comunicólogos latinoamericanos abandonaron esa visión maniquea, con las debidas autocríticas la supuesta omnipotencia de los medios y el predominio de la dominación transnacional sobre las culturas locales prevalece en muchas interpretaciones de la modernidad latinoamericana y en el análisis de su interacción con las metrópolis. Tal estilo explicativo persiste en textos críticos, en investigaciones académicas y, sobre todo, en documentos políticos y comunicacionales de movimientos populares o alternativos (véase una muestra de estas posiciones y del debate que ocurrió durante los años 80 en el libro de García Canclini y Roncagliolo, especialmente los textos de estos autores y de José Joaquín Brunner, Amparo Cadavid, María Cristina Mata, Bernardo Subercaseaux y Roberto A. White).

LO QUE CAMBIÓ EN LA SEGUNDA MITAD DE ESTE SIGLO

A partir de mediados del siglo XX, por lo menos tres procesos pusieron en evidencia que mucho de lo que ocurría entre las sociedades no se dejaba leer ni con el aséptico modelo del contacto, ni con el suspicaz paradigma de la dominación. Al hablar de estos tres nuevos procesos, me refiero a la transnacionalización de las comunicaciones electrónicas; a la consiguiente constitución de un mercado mundial de bienes culturales (que incluye a las artes tradicionales: plástica, música, literatura y

hasta las artesanías y el folklore); y a los procesos migratorios que trasladan a contingentes masivos de población de sus sociedades de origen a aquellas otras en que buscan trabajo, bienestar o seguridad sociopolítica.

Tanto las teorías del contacto cultural como las centradas en la dominación concibieron casi siempre a las sociedades como si tuvieran una cultura homogénea, una cultura nacional o étnica, que se confrontaba con otras igualmente compactas. En consecuencia, la interculturalidad era pensada a partir de lo que diferenciaba a los grupos. Sin embargo, muchos estudios revelan que la heterogeneidad preexistente en las naciones latinoamericanas se acentúa por la globalización de las décadas recientes. En este proceso heterogeneidad significa algo bien distinto que culturas diversas (subculturas) de etnias, clases, grupos o regiones, o que mera superposición de culturas, hayan éstas o no encontrado una forma de sincretizarse. Significa, directamente, participación segmentada y diferencial en un mercado internacional de mensajes que penetra por todos lados y de maneras inesperadas el entramado local de la cultura, llevando a una verdadera implosión de los sentidos consumidos/ producidos/reproducidos y a la consiguiente desestructuración de representaciones colectivas, fallas de identidad, anhelos de identificación, confusión de horizontes temporales, parálisis de la imaginación creadora, pérdida de utopías, atomización de la memoria local, obsolescencia de tradiciones* (Brunner).

A la participación segmentada y diferencial en la interculturalidad contemporánea otros autores agregan la desigualdad y la hibridación como características de los procesos socioculturales. El acceso desigual de los países centrales y los periféricos, y de distintos sectores y regiones dentro de cada país, al menú internacional de bienes y mensajes culturales, así como las maneras diversas de combinar y transformar los elementos tomados de diferentes culturas, se han vuelto claves de lo que ocurre en América Latina. El examen de la desigualdad y de la hibridación lleva entonces a reformular las condiciones en que se produce o se entorpece la comunicación intercultural, ya sea dentro de una nación (Anibal Ford, Oscar Landi, Carlos Monsiváis, Renato Ortiz, Beatriz Sarlo, Roberto Schwarz) o en la apropiación sincrética hecha por diversas sociedades y grupos, desde posiciones desiguales, del capital cultural ofrecido por el mercado transnacional, por distintas artes, tradiciones populares y medios electrónicos (García Canclini, Mirko Lauer, Jesús Martín Barbero, Mabel Piccini, Nelly Richard y Armando Silva, entre otros).

La supuesta omnipotencia de los medios prevalece en muchas interpretaciones de la modernidad latinoamericana.

Estos trabajos vuelven evidente que el modelo dominación/dependencia no puede dar cuenta del funcionamiento de un sistema industrial, tecnológico, financiero y simbólico planetario, cuyas sedes se multiplican en muchas naciones y en rigor están, más que en territorios particulares, en redes y circuitos. Por lo general, los autores citados retoman de los dependentistas la preocupación ético-política por descubrir las asimetrías entre lo que aquellos autores llamaban primero y tercer mundo. Pero como también asumen los cambios implicados por la descentralización de las empresas, la simultaneidad mundial de la información y las estrategias con que las grandes corporaciones adecuan los saberes e imágenes internacionales a los patrones cognitivos de cada pueblo, no consideran ya pertinente agrupar en un solo bloque al Tercer Mundo. Estudian las asimetrías y oposiciones junto a procesos más neutros como la desterritorialización de los productos simbólicos por la comunicación electrónica y telemática, el uso de satélites y computadoras en la difusión cultural y otros procesos que impiden seguir mirando los conflictos entre centro y periferia, como combates frontales entre naciones geográficamente delimitadas.

Algunos datos sobre el desenvolvimiento de lo nacional y lo internacional en las comunicaciones masivas latinoamericanas pueden ayudar a entender este giro teórico. Los estudios hechos en Brasil son los que con más claridad muestran que el avance de la masificación e industrialización cultural puede ir acompañado por nuevas modalidades de afirmación de las culturas dependientes y de expansión de la periferia hacia el centro. Renato Ortiz explica que el crecimiento de la cinematografía brasileña en los 70 y principios de los 80, junto al aumento de la presencia en pantalla de las películas nacionales, revirtió la tendencia a depender cada vez más de los filmes extranjeros. Un incremento semejante se produjo en la producción y el consumo de libros, discos y casetes brasileños, con todo lo cual dicho país se convirtió, además, en un exportador muy próspero de la cultura nacional, penetrando energicamente en los países centrales. Al llegar a ser el séptimo productor mundial de televisión y publicidad, y el sexto en discos, Brasil pasó "de la defensa de lo nacional popular a la exportación de lo internacional popular" (Ortiz, 1988).

Otro factor que ha llevado a reformular las relaciones interculturales son las migraciones masivas. Una teoría contemporánea de la comunicación intercultural no puede limitarse a los medios electrónicos; las nuevas interrelaciones entre sociedades van siendo establecidas también por movimientos sociodemográficos: los desplazamientos

masivos de turistas, migrantes definitivos y temporales. Son varios millones los latinoamericanos que en las dos últimas décadas dejaron sus países por el terror político o el desempleo. México es la nación que más contribuye a hacer visible la deslocalización de lo nacional y la desterritorialización de la cultura: la mayor parte de hispanos que habitan en los EE. UU. (un 30 a un 40 por ciento de los habitantes en algunas grandes ciudades) proceden de distintas regiones de México, mantienen fluidas relaciones con sus pueblos de origen y generan productos culturales híbridos que desde hace varios años, por su potencialidad económica y creatividad estética, van siendo apropiados y difundidos por el mercado comunicacional y el *mainstream* artístico. (Se hallará un balance de algunos de estos movimientos y de los cambios conceptuales que su desarrollo suscita en los estudios centrales estadounidenses en el reciente libro de L. Grossberg, C. Nelson y P. Treichler, *Cultural Studies*, especialmente los artículos de Rosalind Brunt y James Clifford. En la bibliografía que asume los últimos desarrollos del pensamiento cultural y comunicacional latinoamericano, sobresalen el libro de William Rowe y Vivian Schelling, *Memory and Modernity: Popular Culture in Latin America* y el número 19 de la revista Telos, especialmente los artículos de Enrique Bustamante, Robert A. White y Philip Schlesinger).

El examen de la desigualdad y de la hibridación lleva a reformular las condiciones en que se produce la comunicación intercultural.

INTERCULTURALIDAD E INTERDISCIPLINARIEDAD

¿Cómo reconceptualizar las relaciones interculturales para poder hablar de los millones de africanos, asiáticos y latinoamericanos que viven en Europa y los Estados Unidos? ¿Con qué instrumentos teóricos organizar los datos de sociedad indígenas y campesinas transformadas por el impacto de los medios electrónicos, pero también por las frecuentes visitas de sus migrantes que regresan periódicamente de las metrópolis, envían dólares y noticias, regalos y revistas? Ya ha dejado de ser extraño en muchos pueblos rurales mexicanos que circulen publicaciones estadounidenses y que usen sofisticados equipos de sonido y antenas parabólicas para conocer las imágenes y melodías propias y foráneas. En esos repertorios internacionales los artesanos y músicos *tradicionales* se inspiran para renovar sus productos y venderlos con más éxito cuando viajan a los centros turísticos y cruzan la frontera para alcanzar a consumidores *gringos*. Se trata de desafíos para las ciencias sociales de las metrópolis, *infiltradas* de tercer mundo, tanto para países como México, donde un tercio y a veces la mitad de la población de ciertas ciudades y etnias reside en Estados Unidos, pero sigue comunicándose constantemente con sus territorios de nacimiento.

¿Qué consecuencias tiene esto específicamente para la investigación comunicacional? La primera es que ya no es suficiente hacer estudios sobre el *impacto* de los medios electrónicos en grupos indígenas o campesinos, como los que se practicaban cuando su *penetración* era un acontecimiento excepcional. Ahora, los televisores y hasta las computadoras forman parte del entorno cotidiano en muchos pueblos; en esos medios se registra y comunica la memoria popular. (Entre los múltiples reconocimientos que los comunicadores latinoamericanos han hecho de esta situación a la vez intercultural e interdisciplinaria, destaca el número 28 de la revista *Diálogos de la comunicación*, publicada por Felafacs, sobre todo los artículos de Renato Ortiz, Carlos Rodríguez y Brandao y Manuel M. Margal, referidos a las interacciones entre religiosidad popular y comunicación en Brasil y Perú).

El reordenamiento empírico de las comunicaciones interculturales conduce a una recomposición teórica de los objetos de estudio y a combinar varios estilos metodológicos para tratar de aprehender los nuevos objetos. Telegrafiaré aquí, con el carácter lacónico obligado por las restricciones de espacio, algunos puntos de partida para las investigaciones que hoy nos parecen necesarias:

1. A diferencia del insistente estudio de la homogeneización intercultural en que se concentraron los análisis comunicacionales de los años 60 y 70, los problemas más atractivos que hoy confrontamos son los suscitados por las interacciones entre los sectores y regiones que componen cada nación, e incluso por grupos sociales distantes que comparten redes comunicacionales organizadas de un modo segmentado. Se trata de una fragmentación muy diversificada de la producción, la circulación y el consumo, de acuerdo con los hábitos y gustos dispares, pero altamente concentrada en el diseño y la programación por el carácter transnacionalizado crecientemente monopolítico de la oferta (Miquel de Moragas, Jesús Martín Barbero, 1987).

2. La homogeneización cultural ha tenido mayor éxito en las metrópolis, sobre todo en Europa, al asentarse los modernos circuitos electrónicos en procesos de integración nacional más largos y logrados. En América Latina la persistencia de vastas zonas de producción y consumo tradicionales, donde el fuerte impacto de las nuevas tecnologías culturales no sustituye las artesanías, fiestas y otras formas antiguas de comunicación, hace que la heterogeneidad tenga un carácter *multitemporal* y *multicultural*. Aun para examinar

únicamente la recepción de los medios electrónicos, es preciso tomar en cuenta las complejas mediaciones *folklóricas* (familiares, grupales, de lealtades antiguas) en que se reelaboran los mensajes masivos (véase la revista *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, vol. IV, núm. 10, publicada en México por la Universidad de Colima, y el núm. 30 de *Diálogos de la comunicación*).

3. Los procesos interculturales se desenvuelven, entonces, en una tensión entre desterritorialización y reterritorialización. Se participa de la transnacionalización cultural que debilita los lazos comunitarios y las solidaridades cortas del pueblo, el barrio y la ciudad propios, pero al mismo tiempo subsisten con fuerza muchos de esos vínculos tradicionales y crecen tendencias a prolongarlos a través de resistencias socioculturales. Es necesario combinar las nociones clásicas de comunidad, territorio y centro-periferia reformuladas con las de circuitos internacionales, viaje, frontera y diáspora (James Clifford, García Canclini, 1990).

4. La heterogeneidad cultural debe ser pensada no sólo como *disyunción*, sino como *hibridación*, mezcla de repertorios y combinación de imágenes, sonidos, textos, hasta modos de comunicarlos, que varían según las posiciones y perspectivas de los grupos que los asumen. Al mismo tiempo, es necesario tomar en cuenta que esa hibridación no es una mezcla arbitraria, una fusión de cualquier modo, confusa, de los elementos que llegan a cada grupo. La hibridación se constituye mediante usos selectivos y combinaciones lógicas de los repertorios disponibles en los mercados comunicacionales, según las necesidades de los actores y su capacidad de apropiarlos desde sus capitales simbólicos tradicionales.

5. Los cruces e hibridaciones de repertorios simbólicos, pese a su extendida difusión, no eliminan las diversas y desiguales apropiaciones de los bienes y mensajes. Las hibridaciones no son homogéneas. Las diferencias sociales se manifiestan y reproducen en las distinciones simbólicas que separan a los consumidores, a las audiencias: los que ven los canales de alta o baja frecuencia; los que prefieren programas culturales o recreativos; los que prefieren ver cine en salas, en televisión o en vídeo; los que sólo emplean los

*Las nuevas
interrelaciones
entre
sociedades
también se
establecen por
los movimientos
sociodemográficos
masivos de
turistas y
emigrantes.*

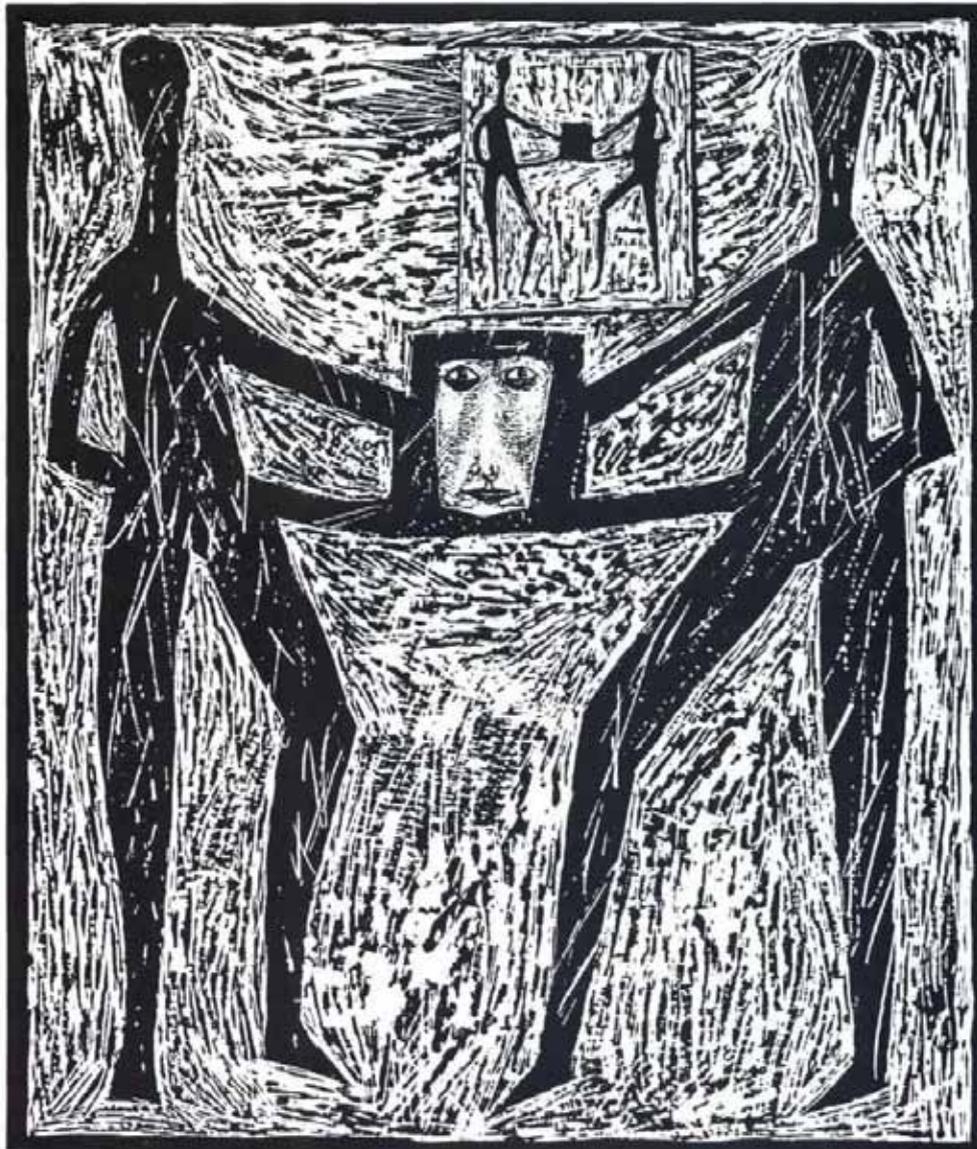
circuitos de la comunicación electrónica destinada a la recreación masiva (radio, televisión, vídeo) y los que la combinan con las últimas tecnologías culturales (antena parabólica, fax, computadoras, televisión por cable).

Las maneras de situarse en estas disyuntivas e hibridaciones es diferente, como intentamos sugerir, en los países metropolitanos y en los periféricos. Dentro de éstos, difieren también los modos en que experimentan la comunicación intercultural los grupos que componen cada nación. En las ciudades investigaciones sobre consumo, se encuentra que esas divergencias y desigualdades se constituyen como en otras regiones del mundo por las diferencias económicas, educativas, de edad y de género. Pero también inciden las tradiciones cultura-

Ahora, los televisores y las computadoras forman parte del entorno cotidiano en muchos pueblos de países del Tercer Mundo.

les densas que presentan particular fuerza en América Latina, incluso en las megaciudades más cosmopolitas o en fronteras donde hasta hace poco se suponía que tendían a diluirse las identidades nacionales, como la de México con los Estados Unidos.

De esta complejidad en los procesos de interacción e hibridación interculturales, parece estar surgiendo un pensamiento teórico en el que la renovación pasa en gran parte por un replanteamiento de las fronteras, no sólo entre los países sino entre las disciplinas. El conocimiento de la interculturalidad está renovándose en la medida en que no es sólo cuestión de los comunicadores o de los antropólogos o de los sociólogos de la cultura, sino en que tales especialistas son capaces de volver porosas las fronteras que los separan.



*Texto publicado originalmente en
TELOS No. 40,
diciembre-febrero 95,
pp. 29-34.
Madrid, España.
tel. 330-0600.*