

Globalización y multiculturalidad¹

Globalization and multiculturalism

<https://doi.org/10.18566/comunicacion.47.a07>

Recibido: 9 de marzo de 2022

Aceptado: 9 de marzo de 2022

Resumen

Una de las nuevas modalidades de ciudadanía pasa hoy por los cruces entre las identidades locales y los flujos de información transnacional, lo cual implica nuevas formas de representación y participación política. Martín Barbero analiza en este artículo la naturaleza y la trama de esos cruces y nos pone de frente a la multiculturalidad como una de las nuevas fronteras de la comunicación.

Abstract

One of the new forms of citizenship today passes through the crossroads between local identities and transnational information flows, which implies new forms of representation and political participation. In this article, Martín Barbero analyzes the nature and weft of these intersections and confronts us with multiculturalism as one of the new frontiers of communication.

“Al movimiento de las nacionalidades y de la liberación de los pueblos colonizados se añadió el de las mujeres y las minorías sexuales, también el de las etnias, pues la creciente globalización económica despertó fuerzas y formas de identidad cada vez más profundas, menos sociales y más culturales, que atañen a la lengua, a las relaciones con el cuerpo, a la memoria. Hay un cambio total de perspectiva: se consideraba que el mundo moderno estaba unificado, mientras que la sociedad tradicional estaba fragmentada; hoy, por el contrario, la modernización parece llevarnos de lo homogéneo a lo heterogéneo en el pensamiento y en el culto, en la vida familiar y sexual, en la alimentación o el vestido”.

Alain Tourain

 **Jesús Martín
Barbero**

Doctor en filosofía en la
Universidad de Lovaina.

Su campo de estudio está
orientado hacia lo local, lo
nacional y lo global.

Palabras clave

Globalización,
Multiculturalidad,
Comunicación, Identidad.

Keywords

Globalization,
Multiculturalism,
Communication, Identity.

¹ 1 Publicado originalmente en
Comunicación, (19), 1998, 74-85.

Comunicación globalizada

Como lo fue el espacio-nación en la Europa de fines del siglo XVII, ahora el espacio -mundo (Santos, 1993) se constituye en horizonte del flujo económico e informacional que tiene como eje a la empresa, como clave la relación de interdependencia y como vehículo la trama tecnológica de la información. El que lleva la iniciativa en ese proceso es el mercado: él regula las relaciones entre naciones y culturas al poner los modelos y las redes de comunicación. A diferencia del proceso que hasta los años 70 se definió como imperialismo, la globalización de la economía redefine las relaciones centro-periferia: los países latinoamericanos no son ya un exterior invadido, pues lo que la globalización nombra son transformaciones que se producen desde lo nacional y en lo nacional, y aun en lo local. Es desde dentro de cada país que la economía y asimismo la cultura se mundializan (Ortiz, 1994). Aquello que ahora está en juego no es una mayor difusión de productos, sino la rearticulación de las relaciones entre países mediante una descentralización que concentra el poder económico y una deslocalización que hibrida las culturas.

En América Latina, la globalización económica es percibida sobre dos escenarios: el de la apertura nacional exigida por el modelo neoliberal hegemónico y el de la integración regional, con la que nuestros países buscan insertarse competitivamente en el nuevo mercado mundial. Ambos ponen a la *sociedad de mercado* como requisito de entrada a la *sociedad de la información*. El escenario de la apertura económica se caracteriza por la desintegración social y política de lo nacional, pues la racionalidad de la modernización neoliberal sustituye los proyectos de emancipación social por las lógicas de una competitividad cuyas reglas no las pone ya el Estado, sino el mercado, convertido en principio organizador de la sociedad en su conjunto. ¿Y cómo construir democracia en países donde la polarización social se profundiza y pone al 40 % de la población por debajo de los niveles de pobreza, acentuando así la concentración del ingreso, la reducción del gasto social y el deterioro de la escena pública? ¿Qué viabilidad pueden tener proyectos nacionales cuando los entes financieros transnacionales sustituyen a los Estados en la planificación del desarrollo? El crecimiento de la desigualdad atomiza la sociedad y deteriora los mecanismos de cohesión política y cultural, y desgastadas las representaciones simbólicas, “no logramos hacernos una imagen del país que queremos, y por ende la política no logra fijar el rumbo de los cambios en marcha” (Lechner, 1987). El escenario de la integración regional latinoamericana se comprenderá mejor comparándola con la europea, pues aunque una y otra responden a los retos que plantea la globalización, las contradicciones que movilizan son bien distintas. Mientras la Unión Europea, pese a la enorme diversidad de lenguas y de historia que divide a esos países, y aun siendo más un hecho económico

que uno político, tiende, sin embargo, a crear ciertas condiciones de igualdad social y a fortalecer el intercambio cultural entre sus países y dentro de ellos, en América Latina, por el contrario, aun estando estrechamente unida por la lengua y por largas y densas tradiciones, la integración económica está fracturando a la solidaridad regional, especialmente por las modalidades de inserción excluyente (Saxe Fernández, 1996) de los grupos regionales (TLC, Mercosur) en los macrogrupos del Norte, del Pacífico y de Europa.

Las exigencias de competitividad entre los grupos están prevaleciendo sobre las de cooperación y complementariedad regional. Esa diferencia tiene una de sus más claras expresiones en el modo como la Unión Europea ha comenzado a hacerse sensible a la cuestión de las naciones sin Estado, esas identidades diluidas o subvaloradas en el proceso de integración de los Estados nacionales, a la vez que busca construir, desde una cierta revaloración de lo público, el sentido cultural de lo europeo intensificando los intercambios y las coproducciones en todos los campos de lo cultural, desde la producción científica a la audiovisual.

En Latinoamérica, la hegemonía del mercado en la integración es tal que (pese a las innumerables reuniones de ministros de Cultura y a la cantidad de documentos sobre políticas culturales) lo que estamos viviendo es un acelerado movimiento de neutralización y borramiento de las señas de identidad tanto nacionales como de lo latinoamericano (Martín Barbero, 1992). Mientras en los tiempos de la modernización populista, años 30-50, los medios masivos contribuyeron a la gestación de un imaginario latinoamericano hecho de potentes símbolos cinematográficos (María Félix, Cantinflas) y musicales (el tango, el bolero, la ranchera), en los últimos años las industrias culturales del cine, la radio y la televisión atraviesan una situación paradójica: la inserción de su producción cultural en el mercado mundial está implicando su propia desintegración cultural. La presencia en el espacio audiovisual del mundo de empresas como la mexicana Televisa o la brasileña Rede Globo ocurre a costa de moldear la imagen de estos pueblos en función de públicos cada día más neutros, más indiferenciados, lo cual disuelve la diferencia cultural en el folclorismo y el exotismo más rentable y barato.

Si hay un movimiento poderoso de superación de barreras y disolución de fronteras, es el que pasa por las tecnologías de la información y la comunicación (Drago, 1989; Sutz, 1990). Pero son justamente esas tecnologías las que más fuertemente aceleran la integración de estos países a una economía-mundo que, al mismo tiempo que supedita la integración latinoamericana a la más pura y dura lógica del mercado, hace de lo nacional un marco cada día más insuficiente para aprovechar la revolución tecnológica o para defenderse de ella. Las contradicciones latinoamericanas que atraviesan y sostienen su globalizada integración desembocan decisivamente en la pregunta por el peso

que las industrias del audiovisual están teniendo en estos procesos, pues esas industrias juegan en el terreno estratégico de las imágenes que de sí mismos se hacen estos pueblos y con las que se hacen reconocer de los demás.

¿Qué significa en esa perspectiva el enorme y disperso crecimiento de canales de televisión y de la oferta en horas de programación?, ¿o el que en varios países de Latinoamérica haya más videograbadoras por habitante que en Bélgica o Italia si ello va acompañado de una reducción en los porcentajes de producción endógena y de una creciente homogeneización de lo que se importa? Ahí están la publicidad, el cine y la telenovela indicándonos el derrotero que marca la globalización comunicacional.

En lo que a la publicidad concierne, lo que encontramos es una acelerada transnacionalización del contenido y un desplazamiento de los criterios de calidad hacia la sofisticación técnica (Festa y Santoro, 1991). Más allá de su peso económico, la publicidad ocupa un lugar privilegiado en la renovación de los modos de representación de la modernidad que orientan las expectativas y gustos de las mayorías. Las imágenes de la publicidad y del videoclip (estéticamente cada vez más cercanas) son las que hacen la mediación más cotidiana entre innovación tecnológica y transformación de los imaginarios colectivos. Esa que encontró en las imágenes televisivas de la guerra del Golfo un momento cimero al insertar un fuerte sistema de identificaciones primarias en una estética de la simulación y el juego visual (Sarlo, 1990) cuya potente seducción neutraliza la ausencia de los referentes informativos y hace indolora la pérdida de los contextos políticos y culturales.

El cine, acosado entre la retirada del apoyo estatal (Getino, 1990) a las empresas productoras (que ha hecho descender a menos de la mitad la producción anual en los países con mayor tradición, como México o Brasil) y la disminución de espectadores, que, por ejemplo, en México ha significado en los años 80 la caída de 123 a 61 millones de espectadores y en Argentina de 45 a 22 millones, se debate hoy entre una propuesta comercial solo rentable en la medida en que pueda superar el ámbito nacional y una propuesta cultural solo viable en la medida en que sea capaz de insertar los temas locales en la sensibilidad y la estética de la cultura-mundo. Esto obliga al cine a subordinarse al video en cuanto tecnología de circulación y consumo doméstico: ya en 1990 había en América Latina 10 millones de videograbadoras, 12.000 videoclubes de alquiler de cintas y 340 millones de cintas alquiladas al año (Getino, 1988).

En Ciudad de México, mientras hay un cine por cada 62.800 habitantes, existe un videoclub por cada 4500 personas, lo cual, a la vez que refuta las pesimistas previsiones de los apocalípticos sobre la cercana muerte del cine, señala, sin embargo, algunas tendencias claramente preocupantes: casi el

80 % de la oferta de cintas en los videoclubes son de cine norteamericano; el cine europeo, incluido el español, no llega al 10 %, y el propio cine mexicano que se oferta en los videoclubes, en el país más chauvinistamente nacionalista de Latinoamérica, tampoco llega al 10 %.

Pero donde se hacen más visibles las lógicas de la globalización es en la telenovela, enclave estratégico de la producción audiovisual latinoamericana tanto por su peso en el mercado televisivo como por el papel que juega en el reconocimiento cultural de los pueblos. No solo en Brasil, México o Venezuela, principales países exportadores, también en Argentina, Colombia o Chile la telenovela ocupa un lugar determinante en la capacidad nacional (Portales, 1987) de producción televisiva; esto es, en la consolidación de una industria, en la modernización de sus infraestructuras técnicas y financieras y en la cualificación especializada de sus cuadros profesionales: libretistas, directores, camarógrafos, escenógrafos, sonidistas, editores. A pesar de los rígidos estereotipos que impone el esquema melodramático y las elementalidades de su gramática visual, la telenovela se había convertido en un importante lugar de cruces de la televisión con otros campos culturales, como la literatura, el cine y el teatro nacionales.

Hasta mediados de los años 80, el éxito arrasador de la telenovela entre los públicos latinoamericanos se debía en gran medida a su capacidad de hacer de una narrativa arcaica el albergue de propuestas modernizadoras de algunas dimensiones clave de la vida (Martín Barbero, 1992). Pero en los últimos años, la modernidad de la telenovela cambia de signo, deja de ser recreación de imaginarios y experimentación narrativa para convertirse en modernización tecnológica e internacionalización, que acarrea el progresivo borramiento de las marcas de autor y las señas de identidad, “fortaleciendo las exigencias del *casting*, las conexiones con un *marketing* cada día más agresivo, con los requerimientos del lanzamiento publicitario, con la factibilidad de la exportación y el énfasis en temas y tratamientos que, aunque empobrecedores narrativamente, garantizan el éxito internacional” (Rey, 1996).

Esa transformación remite a exigencias de la globalización que se evidencian en el reordenamiento privatizador de los sistemas nacionales de televisión en la Europa tanto capitalista como exsocialista y en las contradicciones culturales que en el Oriente asiático, incluida China, conlleva la apertura económica. La expansión del número de canales, la diversificación y crecimiento de la televisión por cable, y las conexiones vía satélite han acrecentado el tiempo de programación, empujando así una demanda intensiva de programas que abre aún más el mercado a las telenovelas y dramatizados latinoamericanos. De España, Italia e incluso Alemania hasta Polonia, Rusia o China, la globalización de la telenovela latinoamericana significa, en alguna medida, la apertura de pequeñas

brechas en la hegemonía televisiva norteamericana y en la división del mundo entre un Norte identificado con países productores y un Sur con países únicamente consumidores. Pero significa también el triunfo de la experiencia del mercado en rentabilizar la diferencia cultural para renovar gastadas narrativas conectándolas a otras sensibilidades, de cuya vitalidad es resemantizada en la tramposa oferta de una cultura de la in-diferencia.

Modernidad descentrada

“Abstraer la modernización de su contexto de origen no es sino un reconocimiento de que los procesos que la conforman han perdido su centro, para desplegarse por el mundo al ritmo de la formación de los capitales, la internacionalización de los mercados, la difusión de los conocimientos y las tecnologías, la globalización de los medios masivos, la extensión de la enseñanza escolarizada, la vertiginosa circulación de las modas y la universalización de ciertos patrones de consumo”.

J. Joaquín Brunner

El *des-centramiento* desde el que América Latina se hace moderna se halla inserto en el profundo *des-ordenamiento* de la experiencia social y cultural que la globalización introduce. Referida al espacio, la globalización radicaliza el desanclaje (Giddens, 1993) que produce la modernidad al *liberar* la actividad social de los *contextos de presencia*, esto es, de las constricciones que el territorio impone sobre los hábitos y los mapas mentales. Se desarrolla así un *espacio vacío*, es decir, distinto y separado del lugar. Ese que M. Augé (1992) ha denominado no-lugar: el que evidencia el supermercado, el aeropuerto o la autopista, espacio en que los individuos son *liberados* de toda carga de identidad interpeladora, y exigidos únicamente de interacción con informaciones en forma de textos, imágenes o señales; pero que a la vez posibilita paradójicos *efectos de reconocimiento* al permitir al viajero encontrarse en países lejanos con la misma arquitectura de hotel, los mismos servicios, las mismas marcas de objetos indispensables, lo que transforma el *espacio del anonimato* en experiencia de otra solidaridad que convierte al espacio terrestre en el lugar en que “se experimenta solitariamente la comunidad de los destinos humanos” (Augé, 1992, p. 122). La otra cara de la *des-localización* del lazo social es su funcionalización a los movimientos del capital: la desespacialización del cuerpo de la ciudad por los cambios en el valor del suelo que producen las exigencias del flujo vehicular, o de la actividad productiva por los cambios que en el juego de las finanzas introduce el flujo informacional (Harvey, 1990). Esto hace visible que el espacio-mundo es menos un espacio de unidad (de encuentro y cooperación) que de unificación (Santos, 1995): tecnoesfera

que conecta la descentralizada organización de las redes que rigen la producción y circulación de las mercancías con las imágenes que orientan el consumo. Pero esas *realidades* no pueden impedirnos constatar que en la contradictoria vitalidad de las redes electrónicas, en el ciberespacio, se tejen nuevas modalidades del *estar juntos* mediante las cuales los hombres no solo se conectan, sino que se comunican, cooperan y se encuentran. Del mismo modo que la reconfiguración que experimentan las relaciones entre el espacio público y el privado no significa solo el declive del primero y el repliegue narcisista en el segundo (Sennett, 1983, 1985), pues ahí se avizoran tanto la emergencia de una “esfera pública internacional” (Keane, 1995) que moviliza formas de ciudadanía mundial (tal como lo demuestran las organizaciones internacionales de defensa de los derechos humanos y las ONG que, desde cada país, median entre lo internacional y lo local) como nuevas sensibilidades en las que la defensa de la privacidad/intimidad no responde a un repliegue sobre el individuo, sino a nuevas formas de la subjetividad (Hoppenayn, 1990; Ricoeur, 1990) desde las que resistir la omnipresencia viscosa del poder y el acoso uniformante y permanente de las imágenes que impulsan el consumo cotidiano.

Aun más profundamente que las del espacio, las mutaciones en el tiempo están transformando el hábitat y el horizonte cultural que vivimos. Del tiempo de los dioses, marcando inexorablemente los ciclos de la vida y la muerte, la ida y el retorno, al de los monasterios ritmando el rezo y la labranza, del relajado y memorioso tiempo de las fiestas al unificado y abstracto, acumulable e irreversible de la producción y del valor (Le Goff, 1983, 1991; Pirot y Arsenot, 1996), el hombre transita hoy hacia un tiempo nuevo: el de la aceleración, ese “régimen general de la velocidad” (Virilio, 1988, 1990a, 1990b) que engendran las tecnologías y los signos transformando el tiempo extensivo de la historia en el intensivo de la instantánea, y el de la duración y la memoria en el de la obsolescencia generalizada de los objetos y los valores. Conectado a la máquina del tiempo, al vehículo electrónico/ audiovisual, el espacio doméstico es ahora aquel “al que todo llega sin que haya que partir” (Virilio, 1989), y el espacio público se fragmenta en la tensión entre la aceleración hegemónica de un reloj que confunde universal con global y las diversas temporalidades y destiempos que ritman lo local. No solo en el Norte, también en los países del Sur, y quizás con mayor intensidad, vivimos la perturbación del sentimiento histórico que introduce una contemporaneidad que confunde los tiempos y los aplasta sobre la simultaneidad de lo actual que fabrican las tecnologías de la comunicación. El culto al presente, que alimentan en su conjunto los medios, y en especial la televisión, remite, de un lado, al debilitamiento del pasado deshistorizado, descontextualizado, reducido a cita que permite insertar en los discursos (arquitectónicos, pictóricos o literarios) elementos y rasgos de estilos del pasado en un pastiche que es solo “imitación de una mueca, discurso que

habla una lengua muerta (...), colonización del presente por las modas de la nostalgia” (Jameson, 1992). Y del otro, remite a la ausencia de futuro, que de vuelta de las utopías nos instala en “un presente continuo, una secuencia de acontecimientos que no alcanza a cristalizar en duración, y sin la cual ninguna experiencia logra crearse un horizonte de futuro. Hay proyecciones, pero no proyectos. El futuro se restringe a un *más allá*: el mesianismo es la otra cara del ensimismamiento” (Lechner, 1987).

Paradojas de la sociedad multicultural

“Las naciones se convierten en escenarios multi-determinados, donde diversos sistemas culturales se intersectan e interpenetran. La identidad, aún en amplios sectores populares, es multiétnica, políglota, migrante, hecha con elementos cruzados de varias culturas”.

Néstor García Canclini

Hasta hace no muchos años, el mapa cultural de nuestros países era el de miles de comunidades culturalmente homogéneas, fuertemente homogéneas pero aisladas, dispersas, casi incomunicadas entre sí y muy débilmente vinculadas a la nación. Hoy el mapa es otro: América Latina vive un desplazamiento del peso poblacional del campo a la ciudad que no es meramente cuantitativo (en menos de 40 años, el 70 % que antes era rural está hoy en ciudades, quedando solo un 30 % en el campo), sino el indicio de la aparición de una trama cultural urbana heterogénea, esto es, formada por una densa multiculturalidad que es heterogeneidad de formas de vivir y de pensar, de estructuras del sentir y de narrar, pero muy fuertemente comunicada. Se trata de una multiculturalidad que desafía nuestras nociones de cultura, de nación y de ciudad, los marcos de referencia y comprensión forjados sobre la base de identidades nítidas, de arraigos fuertes y deslindes claros, pues nuestras ciudades son hoy el ambiguo y opaco escenario de algo no representable ni desde la diferencia excluyente y excluida de lo étnico-autóctono ni desde la inclusión uniformante y disolvente de lo moderno. Estamos ante cambios de fondo en los “modos de estar juntos” (Maffesoli, 1990), de experimentar la pertenencia al territorio y de vivir la identidad.

Desde el centro, tanto en Europa como en los Estados Unidos, no son pocos ni de poca monta los pensadores que llegan a afirmar que la *liberación de las diferencias* es el resultado de la acción de los medios masivos. Explicitando lo que otros intelectuales sienten quizás pudor de expresar, G. Vattimo (1990) afirma:

Los medios han sido determinantes para el venir a darse de la disolución de los puntos de vista centrales, de aquellos que J. F. Lyotard llama los grandes relatos (...). A pesar de cualquier esfuerzo por parte de los monopolios y las grandes centrales capitalistas, la radio, la televisión y los periódicos se han convertido en componentes de una explosión y multiplicación generalizada de las visiones del mundo (1990, p. 133).

Según la particular lectura que de W. Benjamín hace Vattimo, los medios estarían en la base de la nueva sensibilidad, del *sensorium* postmoderno: aquella pluralización que disuelve los puntos de vista unitarios y hace emerger de modo irrefrenable la palabra de las minorías de todo tipo en todo el mundo.

¿Pero de qué estamos hablando cuando hablamos de multiculturalidad y pluralismo? ¿De un profundo desafío a la democracia o de un sofisma neoliberal? ¿De una cuestión grave? Tengamos en cuenta que concierne a problemas de estructura de la socialidad, a las contradicciones y conflictos que entrañan la convivencia y el reconocimiento entre los pueblos, las etnias, las razas, las clases, los sexos y las edades, o a la levedad tecnológica que permite a las diferencias comunicarse ahorrándose la pesadez y opacidad de los conflictos, esto es, sin necesidad de encontrarse, de interpelarse. Incluso, de aquella no pocos esperan la salida a la crisis de la política.

Sería cerrar los ojos negar el estallido que hoy sufren en el mundo entero las visiones unitarias de la historia y las concepciones totalitarias. Resulta asimismo imposible desconocer que en las sociedades latinoamericanas los medios, al posibilitar el acceso a otras visiones del mundo y otros estilos de comportamiento, han contribuido a enfriar los sectarismos políticos y religiosos, han relajado los talantes represivos y rebajado las tendencias autoritarias. ¿Pero los nuevos vientos de fanatismo, de fundamentalismo y de racismo no están hallando en los medios (en la masa de sus discursos y sus imágenes) una fuerte complicidad? Escenario expresivo como ningún otro de las contradicciones de este fin de siglo, los medios, en especial los electrónicos vía parabólicas y conexiones satelitales, nos exponen cotidianamente a la diversidad de las costumbres y los gustos, a la diferencia, pero también a la indiferencia: a la integración de lo heterogéneo de las razas, las etnias y los pueblos en el *sistema de diferencias* con el que, según Baudrillard, Occidente conjura y neutraliza e, incluso, funcionaliza al otro. “Mientras la diferencia prolifera al infinito, en la moda, en las costumbres, en la cultura, la alteridad dura, la de la raza, la locura, la miseria se ha convertido en un producto escaso” (Baudrillard, 1994). Como si solo sometidas al esquema estructural de diferencias que el Norte propone nos fuera posible relacionarnos con las otras culturas. Los medios constituyen sin duda uno de los dispositivos más eficaces de *ese esquema*, ya sea

mediante el acercamiento, que reduce las otras culturas a lo que tienen de parecido con la nuestra, silenciando o adelgazando para ello los rasgos más conflictivamente heterogéneos y desafiantes, estilizando y banalizando lo que nos choca hasta volver al otro comprensible sin inmutarnos. O, por el contrario, mediante el distanciamiento, que exotiza al otro, lo folcloriza en un movimiento de afirmación de la alteridad el cual, al mismo tiempo que lo vuelve *interesante*, lo excluye de nuestro universo negándole la capacidad de interpelarnos y cuestionarnos.

En el postmoderno elogio de la diversidad hablan paradójicamente una nueva sensibilidad hacia lo plural y una fuerte tendencia a neutralizarlo y hasta expulsarlo en cuanto afecte nuestra seguridad interior o territorial. Nada más elocuente a ese respecto que la contradicción que experimentan muchas gentes progresistas y bienpensantes en los países ricos cuando el *tercer mundo* se les vuelve vecino de barrio. Como si al caerse las fronteras que durante siglos demarcaron los diversos mundos que configuran las culturas (por la acción conjunta de la presión migratoria, la lógica económica y la dinámica tecnológica) hubieran quedado al descubierto las contradicciones del discurso universalista (Enzenberger, 1993) que durante los dos últimos siglos ha venido predicando Occidente. Y entonces cada cual (cada país o comunidad de países, cada grupo social y hasta cada individuo) necesitará conjurar la amenaza que significa la cercanía del otro, de los otros, en todas sus formas y figuras, rehaciendo la exclusión ahora ya no bajo la forma de fronteras, que serían obstáculo a la circulación de las mercancías y las informaciones, sino de distancias que vuelvan a poner *a cada cual en su sitio*.

También en Latinoamérica, la multiculturalidad, no tanto en el discurso como en la experiencia social, moviliza antiguas y nuevas contradicciones. Como afirma el chileno N. Lechner (1988):

Podría narrarse la historia de América Latina como una continua y recíproca ocupación de terreno. No hay demarcación estable reconocida por todos. Ninguna frontera física y ningún límite social otorgan seguridad. Así nace y se interioriza, de generación en generación, un miedo ancestral al invasor, al otro, al diferente, venga de arriba o de abajo (1988, p. 19).

Ese miedo se expresa aún en la tendencia, generalizada entre los políticos, a percibir la diferencia como disgregación y ruptura del orden, y entre los intelectuales a ver en la heterogeneidad una fuente de contaminación y deformación de las purezas culturales. El autoritarismo no sería, entonces, en nuestros países una tendencia perversa de sus militares o sus políticos, sino una respuesta a la precariedad del orden social, la debilidad de la sociedad civil y la complejidad de mestizajes que contiene, haciendo del Estado la figura que contrarreste las debilidades societales y las fuerzas

de la dispersión. Esto ha significado la permanente sustitución del pueblo por el Estado y el protagonismo de este en detrimento de la sociedad civil (Flisfisch, 1998; Lechner, 1981). Los países de América Latina tienen una larga experiencia de la inversión de sentido, mediante la cual la identidad nacional es puesta al servicio del chauvinismo de un Estado que, en lugar de articular las diferencias culturales, lo que ha hecho es subordinarlas al centralismo desintegrándolas, pues hasta hace bien poco la idea de lo nacional era incompatible, tanto para la derecha como para la izquierda, con la diferencia: el pueblo era uno e indivisible, la sociedad un sujeto sin texturas ni articulaciones internas, y el debate político-cultural “se movía entre esencias nacionales e identidades de clase” (Sábato, 1989).

Es esa equivalencia entre identidad y nación la que la multiculturalidad de la sociedad actual latinoamericana hace estallar, pues, de un lado, la globalización disminuye el peso de los territorios y los acontecimientos fundadores que telurizaban y esencializaban lo nacional, y, de otro, la revaloración de lo local redefine la idea misma de nación. Mirada desde la cultura-mundo, la nacional aparece provinciana y cargada de lastres estatistas y paternalistas. Mirada desde la diversidad de las culturas locales, la nacional equivale a homogenización centralista y acartonamiento oficialista. De modo que son tanto la idea como la experiencia social de identidad las que desbordan los marcos maniqueos de una antropología de lo tradicional-autóctono y una sociología de lo moderno-universal.

Redefinida como “una construcción imaginaria que se relata” (García Canclini, p. 95, 1995), la identidad no puede seguir siendo pensada como expresión de una sola cultura homogénea perfectamente distinguible y coherente. El monolingüismo y la uniterritorialidad, que la primera modernización reasumió de la colonia, escondieron la densa multiculturalidad de que está hecho lo latinoamericano y lo arbitrario de las demarcaciones que trazaron lo nacional. Hoy nuestras identidades, incluidas las de los indígenas, son cada día más multilingüísticas y transterritoriales. Y se constituyen no solo de las diferencias entre culturas desarrolladas separadamente, sino mediante las desiguales apropiaciones y combinaciones que los diversos grupos hacen de elementos de distintas sociedades y de la suya propia. Esto nos devuelve a la multiculturalidad de la ciudad: es en ella, mucho más que en el Estado, donde se encardinan las nuevas identidades hechas de las imaginерías nacionales, tradiciones locales y flujos de información transnacionales, y donde se configuran nuevos modos de representación y participación política, es decir, nuevas modalidades de ciudadanía.

Pensar desde ahí la multiculturalidad implica serios retos teóricos y método para los investigadores de las ciencias sociales, pues su comprensión exige el estallido de las fronteras disciplinarias y la configuración de objetos

(de conocimiento) móviles, nómadas, de contornos difusos, imposibles de encerrar en las mallas de un saber positivo y rígidamente parcelado. Ahí apunta lúcidamente C. Geertz (1991):

... lo que estamos viendo no es simplemente otro trazado del mapa cultural (el movimiento de unas pocas fronteras en disputa, el dibujo de algunos pintorescos lagos de montaña), sino una alteración de los principios del mapeado. No se trata de que no tengamos más convenciones de interpretación, tenemos más que nunca, pero construidas para acomodar una situación que al mismo tiempo es fluida, plural, descentrada. Las cuestiones no son ni tan estables ni tan consensuales y no parece que vayan a serlo pronto. El problema más interesante no es, sin embargo, cómo arreglar este enredo, sino qué significa todo este fermento (Geertz, 1991, p. 76).

Referencias

- Augé, M. (1992). *Los no lugares. Espacios de anonimato*. Editorial Gedisa.
- Baudrillard, J. (1994). *La transparencia del mal*. Editorial Anagrama.
- Castells, M. y Laserna, R. (1989). La nueva dependencia: cambio tecnológico y reestructuración socioeconómica. *David y Goliath*, 55.
- Drago, T. (1989). *Integración y comunicación*. Editorial Turner.
- Enzenberger, H. M. (1993). Odiar lo extraño. *Revista Humboldt*, 108.
- Festa, R. y Santoro, L. F. (1991). A terceira idade da TV: o local e o internacional. En *Rede imaginaria: Televisao e democracia*. Companhia das Letras.
- Flisfisch, A. (1998). *Problemas de la democracia y la política en América Latina*. Flacso.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos*. Editorial Grijalbo.
- Geertz, C. (1991). Géneros confusos: la reconfiguración del pensamiento social. En C. Reynoso (comp.), *El surgimiento de la antropología postmoderna*. Editorial Gedisa.
- Getino, O. (1988). *Cine latinoamericano: economía y nuevas tecnologías*. Editorial Legasa.
- Getino, O. (1990). *El impacto del video en el espacio latinoamericano*. IPAL.
- Giddens, A. (1993). *Consecuencias de la modernidad*. Alianza Editorial.
- Harvey, D. (1990). *The condition of Postmodernity*. Basil Blackwell.
- Hoppenayn, M. (1994). Interculturalidad y perspectivismo como límites de la subjetividad. En *Ni apocalípticos ni integrados: aventuras de la modernidad en América Latina*. Fondo de Cultura Económica.
- Jameson, E. (1992). *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo*. Ediciones Paidós.
- Keane, J. (1995). Structural transformations of the Public Sphere. *The communication Review*, 1(1).
- Le Goff, J. (1983). *Tiempo, trabajo y cultura en el Occidente Medieval*. Taurus.
- Le Goff, J. (1991). *El orden de la memoria. El tiempo como imaginario*. Ediciones Paidós.
- Lechner, N. (1981). *Estado y política en América Latina*. Siglo XXI Editores.
- Lechner, N. (1987). *La democratización en el contexto de una cultura postmoderna*. Flacso.
- Lechner, N. (1988). *Los patios interiores de la democracia*. Flacso.

- Maffesoli, M. (1990). *El tiempo de las tribus*. Icaria Editorial.
- Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Editorial G. Gili.
- Martín Barbero, J. (1992). Comunicación e imaginarios de la integración. *Intermedios*, 2, 6-13.
- Martín Barbero, J. y Muñoz, S. (1992). *Televisión y melodrama: géneros y lecturas de la telenovela en Colombia*. Tercer Mundo Editores.
- Matterlart, A. (1992). *La Comunicación - monde*. La Decouverte.
- Ortiz, R. (1994). *Cultura e modernidade - mundo*. Brasiliense.
- Pirot, F. y Arsenot, D. (1996). *Constructions sociales du temps*. Septentrion Siley.
- Portales, D. (1987). *La dificultad de innovar: un estudio sobre las empresas de televisión en América Latina*. Ilet.
- Rey, G. (1996). Ese inmenso salón de espejos: telenovela, cultura y dinámicas sociales en Colombia. *Diálogos de la Comunicación*, (44).
- Ricoeur, P. (1990). *Sobre el individuo*. Ediciones Paidós.
- Sábato, H. (1989). Pluralismo y nación. *Punto de Vista*, 34.
- Santos, M. (1995). La aceleración contemporánea: Tiempo, mundo y espacio-mundo. *Revista Universidad del Valle*, 10.
- Santos, M. (1993). Espaço, mundo globalizado, post-modernidades. *Margen*, 2, 9-22.
- Sarlo, B. (1991). La guerra del Golfo: representaciones postpolíticas y análisis cultural. *Punto de Vista*, 40.
- Saxe Fernández, J. (1996). *Poder y desigualdad en la economía internacional*. Caracas: Nueva Sociedad.
- Sennett, R. (1983). *Narcisismo y cultura moderna*. Editorial Kairós.
- Sennett, R. (1985). *El declive del hombre público*. Ediciones Península.
- Sutz, J. (1990). Ciencia, tecnología e integración latinoamericana: un paso más allá del lugar común. *David y Goliath*, 56.
- Vattimo, G. (1990). *La sociedad transparente*. Ediciones Paidós.
- Virilio, P. (1988). *Estética de la desaparición*. Editorial Anagrama.
- Virilio, P. (1989). *La máquina de la visión*. Ediciones Cîteadra.
- Virilio, P. (1990a). El último vehículo. En *Videoculturas Fin de siglo*. Ediciones Cîteadra.
- Virilio, P. (1990b). Velocidad, lentitud. *Cuadernos del Norte*, 57.