



La Trama de la Comunicación

ISSN: 1668-5628

latramaunr@gmail.com

Universidad Nacional de Rosario
Argentina

Lüders, Tomás

Un apunte sobre la identidad latinoamericana en la transnacionalización

La Trama de la Comunicación, vol. 10, 2005, pp. 1-14

Universidad Nacional de Rosario

Rosario, Argentina

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323927060009>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Un apunte sobre la identidad latinoamericana en la transnacionalización

Por: Tomás Lüders

Lic. en Comunicación Social. UNR.

Sumario:

El concepto de *transculturación* de Fernando Ortiz (1940) fue quizá uno de los primeros y más importantes aportes del campo de la antropología a la comprensión de la identidad latinoamericana. Este concepto define a nuestra identidad como emergente de procesos de choque y encuentro, y no como producto de mestizajes conciliantes o como esencia inmovible. En el campo del arte, el movimiento de vanguardia Antropófago Brasileño de la década de 1930, incorporó la noción de consumo de elementos culturales extranjeros desde lógicas culturales propias como constitutivo de la cultura latinoamericana. No obstante, en ambas posturas subyacían aún ciertas acepciones reificantes y esencialistas de la cultura. Frente a los nuevos procesos sociales que van emergiendo, van surgiendo nuevas acepciones que retoman críticamente los aportes de estas propuestas. Hoy tenemos un rico, aunque inacabado, mapa conceptual sobre nuestra identidad, que reconoce la necesidad de evitar esencialismos. Sin embargo, los desafíos que representan para la constitución de subjetividades colectivas la desterritorialización y la homogeneización mercantil de la cultura, hace que a menudo muchas concepciones teóricas terminen cayendo en la búsqueda de bases inamovibles para entender los dinámicos procesos culturales que determinan el fenómeno de la identidad, o en categorizaciones que, por querer clasificar dichos procesos en toda su complejidad, terminan por ser demasiado laxos.

Descriptor: Transculturación – identidad latinoamericana – hibridez – transnacional – diferencia.

Abstract:

The transculturation concept of Fernando Ortiz (1940) was probably one of the first and most important contributions from the field of the anthropology to the understanding of Latin-American identity. This concept defines our identity as the result of a process of shock and meeting, and not as product of harmonic mixtures or as an unchanged essence. In the art field, the 1930's Brazilian *Antropófago* Vanguardist Movement, included the notion of foreign cultural elements consumption –from regional logics– as constitutive of Latin-American culture. Nevertheless, in both postures certain reificant and essentialist aceptions are maintained. Together with the emergency of new sociocultural processes, new aceptions that critically resume this postures' contribution have been appearing. Today we have a rich, yet unfinished, conceptual map of our identity that avoid falling in new essentialism. However, the challenges that constantly bring the desterritorialization and commercial homogenization of culture, for the collective subjectivity constitution; often produce many theoric aceptions that end up in the search of immovable basis to understand the dynamic cultural process. These dynamic cultural process determines the identity phenomenon, or categorizations, that in their attempt to classify these process in all their complexity, become to wide and imprecise.

Key Words: Transculturation – Latin American identity – hybridism –transnational – difference.

El siguiente artículo está basado en la tesina de grado para Licenciatura en Comunicación Social titulada "Géneros masivo-populares e identidad latinoamericana" (nota otorgada por tribunal 10 Sobresaliente)

Transculturales y antropófagos.

La obra *Contrapunteo cubano del tabaco y el azúcar*¹, de Fernando Ortiz (1940) fue quizá una de las primeras obras en ofrecer desde una construcción epistemológica organizada una superación analítica tanto de la propuesta intelectual y política de los culturalismos indigenistas en pleno desarrollo, y las

propuestas que, a izquierda y derecha, buscaban en el pensamiento funcionalista de base positivista el sustento ideológico para hacer de nuestras naciones países modernos.

El eje analítico central del texto gira en torno al concepto de *transculturación*, que apuntaba a una comprensión de la identidad cubana como emergente de procesos de choque y encuentro entre diversas culturas, y no como resultado de lo que hasta entonces se definía como un armónico mestizaje o de la imposición absoluta de una cultura más desarrollada sobre otras inferiores. La propuesta de Ortiz entonces se contrapone tanto a las perspectivas sintéticas conciliantes que descubren en el mestizaje una armonía entre lo hispano, lo negro y lo indio, y que proponían desde allí imaginar una nación; como al por entonces muy extendido concepto de aculturación (el inglés *acculturation*), modelo conceptual según el cual las culturas conquistadas absorben casi osmóticamente aquello que viene de las culturas colonizadoras. No obstante, el proceso transculturador implica necesariamente una parcial “desculturación”, pero que afecta a todas las culturas implicadas, tanto aquellas sometidas como aquellas que son dominantes. Ortiz destaca además que en el proceso de colonización latinoamericano no hubo un enfrentamiento-encuentro entre culturas entendidas como puras, sino que tanto las culturas de los “nativos”, como las de “peninsulares” y africanos esclavizados eran a su vez el producto de procesos de transculturación previos (choques, intercambios, mestizajes...) de cuyo encuentro resulta la “creación de nuevos fenómenos culturales que pudieran denominarse de *neoculturación*”

No obstante la transculturación ortiziana, como las posteriores actualizaciones del término en pleno desarrollo de las teorías de la dependencia hechas por el escritor Ángel Rama, en búsqueda de una estrategia de modernización cultural para la periferia, terminan por refugiarse en una autenticidad identitaria al substancializar la noción de heterogeneidad, por lo que el proceso de constitución de la identidad termina por ser reificada: Ortiz habla de componentes seminales (toda una filogenésis de la cultura), de sedimentos culturales, y terminando por evocar un sentido impreciso de autoctonía y autenticidad.

A fines de la década del veinte aparecía en Brasil el *Manifiesto del movimiento Antropófago*², redactado por el escritor de vanguardia Oswald de Andrade. El Movimiento Antropófago se enmarcaba dentro del modernismo brasileño, que a diferencia de los modernismos hispanoamericanos –que fueron movimientos que acentuaron los lazos con la tradición europea novecentista– representó una ruptura con las formas del idealismo simbolista y el naturalismo europeo. Dentro del modernismo brasileño se rompe con la tradición imperante y se buscan conexiones con las nuevas manifestaciones artísticas e intelectuales de vanguardia europea como el dadaísmo, el cubismo, el futurismo italiano, el surrealismo, el psicoanálisis y el marxismo. La antropofagia era la corriente de este movimiento que se oponía a una adopción directa de estas manifestaciones que hubiera soslayado el contexto local, y proponía –rescatando las raíces de los tupí amazónicos que canalizaban al enemigo (incluyendo al europeo)– devorar a estas expresiones para incorporarlas no dentro de un espacio vacío, sino dentro del desarrollo cultural, metaforizado como el cuerpo del caníbal tupí. No había que caer otra vez frente a la presencia de lo conciliante que rehúsa la existencia del conflicto, sino que se trataba de incorporar enriqueciendo las diferencias. Pero al mismo tiempo, lo antropófago se rehúsa a confundir al enemigo con el puro acto de venganza. “La antropofagia es una experiencia cuyo opuesto significaría la creencia en un limpio y mítico conjunto de trazos, del cual la vida presente de un pueblo habría de ser construido.”³ El movimiento antropófago nos proponía ver a la identidad a la vez que dinámica, complejizada por los cruces de la modernidad y la vanguardia europea que son apropiados en forma crítica. Aunque si bien en este movimiento lo diferencial se reactualizaba a través de la incorporación desde lógicas *propias* de lo exterior, es criticable lo que era la presencia central de una memoria reificada del pasado, manifiesta en una ilimitada confianza en la reconstitución y renovación del pasado tupí, comprendido como esencia inalterada y no sólo tradición viva.

Hibridez y consumo en la transnacionalización.

Pierre Bourdieu se preocupó en destacar la importancia que la cultura tiene en la *reproducción* social del sistema, entendiéndola como estructuras objetivas que son incorporadas por los sujetos a través de lo que denomina *habitus*. Los *habitus* recordemos son “sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predisuestas para funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como

principios generadores y organizadores de prácticas y representaciones que pueden estar objetivamente adaptadas a su fin sin suponer la búsqueda consciente de fines”⁴

El concepto de *habitus* permitió a Bourdieu explicar cómo estructuras objetivas se subjetivizan, se incorporan en los sujetos. Al mismo tiempo, al iluminar aspectos olvidados de los sistemas sociales, echó luz sobre “campos de lucha” descuidados por el marxismo tradicional. Desde Bourdieu en adelante, hemos logrado comprender la importancia de las estructuras simbólicas como factor fundamental para la reproducción del poder. Nos hizo ver en la producción, circulación y consumo cultural un espacio decisivo para la constitución de las diferencias sociales. Sintéticamente, para Bourdieu la apropiación diferencial de bienes y la desigual forma en que son consumidos no sólo implican una desigualdad manifiesta materialmente como mayor “confort”, sino que forman parte de un espacio de lucha –desigual– por el poder de consagración de lo que se considera legítimo, elevado, “verdadera cultura” y lo que es condenado como bajo y vulgar.

Ahora ¿qué es lo que constituye un campo cultural según Bourdieu? La existencia de un capital común y la lucha por su apropiación. A lo largo de la historia, el campo científico o el artístico han acumulado *un capital* (de conocimiento de habilidades, creencias, etcétera) respecto del cual actúan dos posiciones: la de quienes detentan el capital y la de quienes aspiran a poseerlo. Un campo existe en la medida que quienes participan del campo tienen intereses comunes “un lenguaje y una complicidad que subyace a todos los antagonismos, por eso el participar en la lucha contribuye a la reproducción del juego mediante la creencia en el valor del juego.” Ahora si bien para el campo de la producción artística y científica, Bourdieu menciona la posibilidad de una lucha constante por el poder de nominación en el que se instituyen “nuevos capitales legítimos”, en el ámbito de la cultura de clases prefiere hablar de un *solo* capital legítimo, y aplicando las categorías de cultura alta y de elite, media y baja cultura para clasificar las diferencias dentro de la producción y el consumo de esa cultura: el consumo de las clases bajas sería entonces una forma degradada y condicionada de las formas de cultura superior. El proletariado de Europa occidental es un consumidor limitado de la alta cultura, no al que no se lo reconoce la capacidad productiva (incluso desde un consumo-productivo) de una cultura subalterna contra-hegemónica o al menos no funcional a la producción hegemónica. Pareciera entonces, otra vez, que el único poder de diferenciación del campo popular está en la lucha política.

Ahora bien, hablar de *un capital*, o *un* campo cultural como un sistema regido por leyes propias para el caso de Europa puede ser entendido por lo que sucedió en la historia occidental desde el surgimiento del mercantilismo. En el camino hacia el capitalismo, la complejidad del proceso productivo fue diferenciando las áreas de trabajo, separando los aspectos de la actividad humana –el cultural, el político, el económico, etc.–, liberando a cada uno del control religioso. Consecuentemente se produjo una profesionalización laica del campo artístico que se integró al sistema comercial con independencia relativa, profesionalización que se vio potenciada por el desarrollo de la burguesía que pasó a ser la base consumidora de un mercado específico de objetos culturales. Aunque no se pueda generalizar, previamente al despegue de los procesos que llevarían al capitalismo, la profesionalización de la práctica artística era un fenómeno reducido a las esferas aristocráticas, y por lo general estaba entremezclada con el resto de la vida social, en tanto que a partir del siglo XVI se crean “instancias específicas de selección y consagración”, donde los artistas ya no compiten por la apropiación religiosa o el encargo cortesano sino por “la legitimidad cultural”.⁵ Al estar la producción cultural “autonomizada y profesionalizada” por la división del trabajo con instancias de consumo específicas, pasa a ser el consumo el lugar de *diferenciación* y *distinción* entre las clases y grupos en el capitalismo.

Néstor García Canclini –quien sin duda es uno de los intelectuales de América Latina que más ha trabajado las categorías de Bourdieu para el estudio de las problemáticas de la región– crítica esta concepción tajante del consumo como pura división, al señalar que en general “suelen mirarse los comportamientos de consumo como si sólo sirvieran para dividir. Pero si en una sociedad no se compartieran los sentidos de los bienes, si sólo fueran comprensibles para la elite o la minoría que los usa, y no sirvieran como instrumentos de diferenciación. Un ejemplo de esto último lo da García Canclini, al destacar que “una artesanía o una fiesta indígena –cuyo sentido mítico es propiedad de la etnia que la generó– se vuelven elementos de distinción o discriminación en tanto otros sectores de la misma

sociedad se interesan en ellas y entienden en alguna medida su significado. Luego debemos admitir que en el consumo se constituye parte de la racionalidad integrativa y comunicativa de una sociedad”⁶. Nótese que aquí la minoría destacada por el autor no es una élite, sino una minoría étnica, aquellas no abarcadas por Bourdieu.

Pero el estudio de Bourdieu, se ha centrado en el contexto de Europa occidental, donde las problemáticas culturales son muy diferentes, por lo que su extrapolación directa nos haría caer en esquematismos equivocados. Si bien la modernidad “tardía” latinoamericana ha homogeneizado e importado gustos y hábitos de consumo, gran parte de la producción cultural se ha visto “profesionalizada” por la división del trabajo, y mucha de la producción indígena se somete a las reglas del mercado, hay una heterogeneidad cultural en lo subalterno, que aunque vuelta moda y apropiada por las élites, sólo forzosamente puede categorizarse en las categorías europeas de lo alto, medio y bajo.

Bourdieu fue un gran estudioso de la reproducción social, por lo que en su trabajo poco se ha estudiado la posibilidad de cambio en los *habitus*. A pesar de la importancia que da a la cultura en la estructuración y la lucha por el poder, a diferencia de lo que son las teorías de Gramsci, Bourdieu prioriza la transmisión de prácticas sobre *praxis*. En el caso de nuestra región, las *praxis* pasarían no sólo por el reclamo subalterno de una más igualitaria distribución de los bienes, si no también en la interpelación a través de la diferenciación en “afirmación étnica” que pide espacios diferenciados del mercado para la producción y el consumo autónomo, así como una resemantización de los objetos producidos por el mercado (¿antropofagia?). Indudablemente que en Europa la cuestión de la diferenciación cultural desde siempre es central, pero sin duda las problemáticas se plantean en término de nacionalidad, con un diferente atravesamiento de la cuestión de clase que tienen en nuestra región, donde tradicionalmente las clases subalternas –al menos desde el discurso están más ligados a una formas productivas y de consumo más ligadas a culturas pre-hispánicas (con las enormes diferencias que hay entre mestizos, indígenas y blancos o blancoides), mientras que las clases hegemónicas han sido en principio agentes extranjeros, y luego de la independencia, aunque criollas y tantas veces mestizas, tradicionalmente han buscado diferenciarse simbólicamente imitando el consumo de la Europa ilustrada, refiriéndose a sí mismas como étnicamente europeas.

Néstor García Canclini, tratando de diferenciarse de Bourdieu, y a la vez rescatando muchos de sus fundamentales aportes, ha hecho una interesante, y ya clásica, síntesis entre el concepto gramsciano de cultura –similar a la hecha por Raymond Williams en *Marxismo y Literatura*–, de Michel De Certeau de consumo y junto con el Pierre Bourdieu de *habitus* y reproducción social. Esto lo ha llevado a sostener la existencia de un *consumo subalterno* que escapa a la isomorfización cultural a la que nos lleva la “transnacionalización hegemónica” liderada por corporaciones, entidades financieras, organismos multilaterales de crédito y fondos de inversión. Al mismo tiempo elige el concepto gramsciano de hegemonía para conceptuar el liderazgo de los sujetos sociales que “entendida –a diferencia de la dominación, que se ejerce sobre adversarios y mediante la violencia– como un proceso de dirección política e ideológica en el que una clase o sector logra una apropiación preferencial de las instancias de poder en alianza con otras clases, admitiendo espacios donde los grupos subalternos desarrollan prácticas independientes y no siempre funcionales para la reproducción.”⁷ Se trata, dice el autor, “de construir un análisis integral del consumo, entendido como el conjunto de los procesos sociales de apropiación de los productos”.

Caen bajo la crítica de García Canclini las concepciones que ven el consumo y la cultura como pura diferenciación. Para esto, en *Consumidores y Ciudadanos, conflictos multiculturales de la globalización*⁸ yuxtapone el concepto de consumo bourdiano, con lo expresado al respecto por Manuel Castells en *La cuestión Urbana*⁹ donde señala que el consumo debe ser entendido como “un sitio donde los conflictos entre clases, originados por la desigual participación en la estructura productiva, se continúan a propósito de la distribución y apropiación de los bienes”, en donde habría tanto negociación como impugnación de los límites, a lo que agrega su propio estudio de los cruces culturales en una Latinoamérica atravesada por la transnacionalización (marco en el que introduce su concepto de hibridez sobre el que volveremos más adelante).

En sus últimos estudios sobre el melodrama telenovelado, el mismo Martín-Barbero toma como clave el concepto cancliniiano de consumo al definirlo dentro de un “espacio de las prácticas cotidianas en cuanto lugar de interiorización muda de la desigualdad social (...) el habitar y la conciencia cotidiana de lo posible en cada vida, de lo alcanzable e inalcanzable. Pero da lugar también de la impugnación de esos límites y de expresión de los deseos, de subversión de códigos y movimiento de la pulsión del goce.”¹⁰

Las teorías postcolonialistas han extrapolado las categorías de subalteridad a los procesos de conquista y dominación imperial, entendiendo que los colonizados se vuelven –aún manteniendo sus jerarquías anteriores en el seno de sus comunidades– subalternos respecto de un sector hegemónico que en principio es extranjero y luego siendo criollo es aliado de las potencias extranjeras, de cuyas elites busca reproducir sus costumbres. Es por ello que la diferencia cultural se vuelve parte de la distinción simbólica entre dominados y dominadores, y en última instancia en sustrato cultural para una lucha de clases colonial. Como corolario, Homi K. Bhabha destaca que “las formas de rebelión y movilización popular son a menudo más subversivas y transgresoras cuando son creadas a través de prácticas culturales que se oponen (N. de A. la traducción es mía)”¹¹ Algunos de estos aportes del llamado postcolonialismo pueden ayudarnos a abordar la articulación social que hace García Canclini entre la concepción de subalteridad gramsciano, reproducción bourdiano con las teorías de la transculturación latinoamericana a través de la teoría de la *hibridez*. Concepto, que si bien difusamente se lee en estudios anteriores, no había sido eje central de ninguna teorización sobre la identidad, ni claramente diferenciado de otros términos como los de heterogeneidad o mestizaje. El mismo Martín-Barbero, en *De los medios a las mediaciones* (1985) utilizaba casi contemporáneamente a la aparición de *Culturas Híbridas* un concepto de hibridez aproximado al cancliniiano para referirse a un fenómeno que el mismo prefirió luego categorizar bajo términos más conciliantes cuando concluye categóricamente que “entre lo indígena y lo occidental, lo tradicional y lo moderno, la clave de la configuración latinoamericana es el mestizaje.” Canclini, en *Culturas Híbridas*, define su concepto de hibridez al señalar en un párrafo ya clásico que: “se encontrarán ocasionales menciones de los términos *sincretismo* y *mestizaje* entre otros ejemplos empleados para designar los proceso de hibridación. Prefiero este último porque abarca diversas mezclas interculturales – no sólo raciales a las que suele llamarse ‘mestizaje’– y porque permite incluir las formas modernas de hibridación mejor que ‘sincretismo’, fórmula referida casi siempre a fusiones religiosas o movimientos simbólicos tradicionales” Dentro de la hibridez quedan comprendidos los conflictos de clase que se dan en el campo de la producción, pero principalmente en el campo del consumo, considerando como central la cuestión de las diferencias culturales que se ven complejizadas por la transnacionalización. Los procesos de cambio y la hegemonización de las instancias de producción material y simbólica en instancias económicas deslocalizadas harían imposible los procesos de identidad basadas tanto en lo territorial como en la conservación tradicional de la memoria colectiva. Las macrorganizaciones sociales como las naciones, constituidas sobre la desterritorialización y sobrecondición de formaciones sociales regionales, se definen poco a esta altura por los límites territoriales o por su historia política, hoy parecen sobrevivir más como *comunidad interpretativa de consumidores*, cuyos hábitos tradicionales los llevan a relacionarse de un modo peculiar con los objetos y la información en redes internacionales, y al mismo tiempo nos vemos frente a identidades desterritorializadas, que dan sentido de pertenencia donde se diluyen las lealtades tradicionales y se constituyen otras.

El contexto en que es publicada la primera edición de *Culturas Híbridas* (1986), es el de la implosión de las dictaduras setentistas latinoamericanas, y la tibia reaparición de las democracias representativas, y por entonces su autor tenía una mirada políticamente más optimista que la que parece sostener actualmente sobre el rol político de las nuevas formas de organización popular, ya que si bien desde un principio en la definición de la hibridez hay lugar para la negociación entre sujetos subalternos y actores hegemónicos, considerando que insertos en un sistema económico que produce desigualdad, los sujetos subalternos pueden resolver sus necesidades con relativa autonomía sin necesariamente atentar contra la funcionalidad del sistema. No obstante, hasta entrados los años '90 la definición de García Canclini del concepto parecía estar más atravesado por la confianza en el cambio cultural del tipo gramsciano, de autonomía “contrahegemónica” de la que eran capaces los sujetos híbridos, al volverse concientes de que su identidad cultural dependía más de un proceso político que tenía que ver con una enunciación y una práctica de la diferencia, y no con la conservación inalterada de una memoria cultural (en tanto

sustancia inmóvil incapaz de transformarse), que parecía llevar a una nueva rearticulación pluralista del campo popular. Hoy, según el mismo autor, parece que lo popular, aunque complejizado, no parece estar orientándose hacia acciones contrahegemónicas, sino que incluso parece multiplicarse la refuncionalización de lo autónomo popular en funcional y comercial.

Para Antonio Cornejo Polar la noción de García Canclini sobre la hibridez desenfatisa el valor de las instancias antagónicas en la transnacionalización, y las sitúa en un lugar de residualidad, prefiriendo hablar de una *nueva heterogeneidad cultural* para referirse a la diversidad cultural latinoamericana frente a la transnacionalización. Cornejo Polar, considera también al concepto de transculturación superado epistemológicamente al juzgarlo como una complejización del concepto de mestizaje. “Si la transculturación implicara efectivamente la resolución (¿dialéctica?) de las diferencias en una síntesis (...) habría que formular otro dispositivo teórico que pudiera dar razón de situaciones socio-culturales y de discursos en los que las dinámicas de los entrecruzamientos múltiples no operan en función sincrética sino, al revés, enfatizan conflictos y alteridades.”¹²

El investigador uruguayo Abril Trigo señala que el concepto de *heterogeneidad cultural* de Cornejo Polar, expresaría en principio mejor que el de hibridez la “pluralidad antagónica o tensa convivencia de cultura subalternas que se enfrentan a su vez a una totalización hegemónica de nuevo orden que representa la transnacionalización.” Pero según Trigo, al buscar un concepto que encarne esta multiplicidad conflictiva Cornejo Polar, cae en un cierto fundacionalismo al partir de la premisa de que existen *entidades culturales discretas* portadoras de una discursividad alternativa, asignándole a cada una valor en base a su capacidad de oponerse a la transnacionalización hegemónica, que desde su perspectiva eliminaría las diferencias (no las complejizaría).¹³

Para García Canclini en cambio, la transnacionalización parece profundizar los antagonismos y diferencias, hacer más rígidas las segmentaciones culturales, a la vez que dispersa a los sujetos “en una paradigmática libertad de los mercados”. Sin embargo, consideramos que la transnacionalización es también una reorganización de las desigualdades, una rearticulación de tradiciones y hábitos que genera nuevas diferencias de clase (donde definitivamente las burguesías estarían desplazando a las aristocracias como estamento poseedor de un capital simbólico que otorga legitimidad social), en un campo cultural cambiante, donde se lucha tanto por apropiarse de la producción social de bienes, como para diferenciarse –de nuevas maneras– mediante el consumo. “La creación de espacios híbridos en los que, al ritmo de los conflictos, tanto los sectores hegemónicos como los subalternos refuncionalizan los objetos y prácticas dominantes. Por lo tanto, la reconstrucción o la fundación de la teoría que necesitamos debe concretarse en ese territorio de mezclas, de ‘apropiaciones polimorfas’ de contradicciones, en las que hoy se constituye y se transforma lo popular urbano.”¹⁴

Aunque el mismo García Canclini a la vez que da a entender que el término tiene una dimensión histórica que va más atrás de la transnacionalización –lo que haría la transnacionalización es acelerar y multiplicar los cruces culturales de una hibridez *previa*–, no deja de manifestar su intención de poner en evidencia el fracaso epistemológico de las teorías que clasifican a la diversidad latinoamericana dentro de categorías de contenidos y costumbres culturales *pre-dados*, claramente visibles, como un acervo de bienes y tradiciones cristalizados en el tiempo –a marginar o folklorizar inofensivamente según los modernistas o a idealizar y contraponer a la invasión cultural multinacional para las teorías del imperialismo cultural–. Por el contrario, la hibridez bajo lo transnacional según García Canclini, tiene que ver con la prominencia de los usos sobre las tradiciones como lugar de la construcción de la diferencia, y la desterritorialización sobre lo autóctono–telúrico, un espacio móvil desde donde pueden producirse tanto procesos que interpelen lo imaginario hegemónico y sus intentos por lograr una isoformización funcional de deseos. La confluencia de estos factores, según Trigo, “nutriría una productividad liminal, intersticial y ubicua.”

Sin embargo, según Trigo el concepto de hibridez cancliniano parece caer muchas veces en el “mismo fundacionalismo” de Cornejo Polar, ya que “consistiría en una suerte de complejización, propiciada por la mutación de los conflictos y las diferencias bajo el impacto de lo transnacional de una “hojaldrada heterogeneidad anterior”, una compleja articulación de tradiciones y modernidades diversas, desigualdades, donde coexisten múltiples lógicas de desarrollo....¿será la hibridez, en tal sentido la

manifestación (postmoderna) de la transculturación popular urbana desatada por el impacto de lo transnacional?” Trigo sostiene que debido a la imprecisión y amplitud del concepto de hibridez hay lugar para que en él se refugien las metáforas del mestizaje que el mismo Fernando Ortiz ya había superado con el “viejo” concepto de transculturación.

El lugar de la identidad: entre la diferencia y la hibridez.

Más allá de las críticas, la interpretación de la hibridez cancliniana aplicada al proceso de construcción de la identidad puede ser abordada por el aparato conceptual desarrollado para comprender los procesos de construcción de la hegemonía y la contrahegemonía simbólica, política y económica dentro del capitalismo estudiados en *Hegemonía y estrategia socialista* (1985) de Ernesto Laclau y Chantal Mouffe¹⁵ y el propio concepto de *diferencia* de Homi K. Bhabha.

Para Laclau y Mouffe, todo intento de totalizar el sentido de lo social, de ordenar los diferentes significados sociales, de construir discursivamente la hegemonía se basa más en una elección, una decisión histórica que no puede tener fundamentos racionales *necesarios* –por más que pretenda tenerlos–, porque no hay un sentido pre-dado que por su fuerza se imponga algorítmicamente (como pretende hacerlo el discurso de las ciencias positivas), o una dialéctica histórica axiomática. Para estos teóricos, la construcción del sentido social se basa en los intentos de los actores sociales por fijar el sentido de los *significantes flotantes* –es decir significados cuyo sentido no es fijo y es susceptible de ser asignado históricamente–. Toda estructura que define el sentido de lo social se basa entonces en una elección de significaciones que necesariamente desplaza otra posible elección (por ende otros posibles sentidos), y en tanto estas estructuras discursivas que derivan de significantes flotantes son ambiguas, incompletas y contingentes, por tanto la hegemonía total que parece plantear la transnacionalización es un imposible, lo que aseguraría, según los autores, la posibilidad de la diferencia y la lucha.

A lo mismo debemos atenernos para el caso de la construcción de la identidad diferenciada –lo diferido o marginado por la centralidad, la imposible presencia de Jacques Derrida–, que se constituye relacionándose conflictivamente con/contra el sentido hegemónico centralizador, cuyo sentido también debe definirse y redefinirse constantemente, ya que se basa en una *decisión-elección* sobre ciertos significados flotantes, es decir sentidos fijados parcialmente, lo que implica una apertura, un carácter nunca acabado, aunque se pretenda basado en un sólida *presencia* totalizante (como la dialéctica marxista), y no en vacío como espacio de posibilidad de representación, que puede ser ella, pero luego otra. La identidad subalterna entonces nunca es totalidad cerrada, desde allí se explica entonces cómo la diferencia puede interpelar lo hegemónico desde sus propias dislocaciones, pero sólo será efectiva esta interpelación contrahegemónica si se tiene noción de los propios quiebres, grietas es decir la imposibilidad de su plenitud.

Homi Bhabha en *The Location of Culture* ¹⁶, propone revisar la historia de las teorías críticas desde el concepto de su *cultural difference* – también de reminiscencias lacanianas y derridianas– que opone a la *cultural diversity* posmoderna, concepción está última que inspira a las hegemónicas teorías y construcciones políticas del multiculturalismo liberal occidental. Para Bhabha, la diversidad cultural es una teoría que trabaja con las culturas, dentro de los “encuentros” que propicia la transnacionalización, como objetos pre-dados –*the recognition of the pre-given*–, con contenidos y costumbres que se mantienen estables en el tiempo, y lo más importante, predecibles. Bajo el corpus teórico de la diversidad subyace un neo-positivismo pragmático que postula el conocimiento de objetos representables claramente –las distintas culturas– y cuya categorización y ordenamiento permite integrarlos en un mosaico totalizable, en el que se produce un intercambio armónico de elementos. La diferencia cultural en cambio, es un proceso de enunciación de cultura como poseedora de saberes que le dan autoridad para la construcción de un sistema de cultural de identificación –*the enunciation of culture*–. “Si la diversidad cultural es una categoría de ética, etnología y estética comparativas, la diferencia cultural es un proceso de significación a través del cuál declaraciones *de* y *sobre* cultura diferencian, discriminan y producen campos de fuerza (N. de A.: la traducción es mía)” en cuyas posiciones diferenciadas podemos encontrarnos. La diversidad cultural, desde su concepción de tolerancia e integracionismo postula como ideal un utopismo basado en la memoria mítica de una identidad colectiva única, y advierte que esta retórica aparentemente pluralista fundamenta en última instancia la radical separación de culturas, al representarlas como totalidades pre-

dadas e inmaculada (*unsullied*), por ello el único intercambio legítimo sería el que se da en una intertextualidad de localizaciones históricas claras, es decir seguras. En definitiva, concluye Bhabha, esta ambivalencia sirve para fundamentar la supremacía de una cultura expresada políticamente en el liberalismo occidental, que se presenta como la más tolerante, y por ende más próxima al ideal liberal de igualdad.

Leslie Bary (1997, Berkley), parece inclinarse por igualar negativamente los conceptos de hibridez con los de mestizaje y sincretismo, al sostener que “cierta crítica transnacional (me refiero principalmente a lo postcolonial y al multiculturalismo) según la cual al pensar ‘hibridamente’ los intelectuales y, en algunos casos, afirmarnos híbridos personalmente, tomamos una posición crítica frente al poder. El segundo espacio es el de los discursos latinoamericanistas que invocan el conocido mestizaje y sincretismo cultural del continente para afirmar su diferencia de la metrópoli, y que con eso encubren las desigualdades y jerarquías de razas y culturas que siguen siendo marcados tanto acá como en otras partes del mundo.”¹⁷ En concreto, Bary denuncia que la actual glorificación de la hibridez en el discurso intelectual, al poner énfasis en asuntos de “raza” y “cultura” por sobre los políticamente más importantes de clase y economía.

Globalización, entre la uniformización y la desterritorialización de las culturas.

Para José Joaquín Brunner lo que él llama heterogeneidad latinoamericana frente a la transnacionalización del mercado registra un fenómeno que tiene que ver con una participación segmentada desde códigos diferenciales de recepción que penetran al mercado internacional de mensajes por todos lados y de maneras inesperadas, así como estos penetran los entramados locales de cultura, lo que lleva a una implosión del sentido de lo que se consume, produce y reproduce y a “la consiguiente desestructuración de representaciones colectivas, fallas de identidad, anhelos de identificación, confusión de horizontes temporales...” No estamos en el campo de la isoformización de las identidades culturales, sino a una complejización del campo de la identidad.

Renato Ortiz, hace una distinción útil entre lo que se denomina como “globalización”, categoría bajo la que se comprenderían la transnacionalización del capital y la creación de un sistema mundo de comunicación –el debate de la aldea global según el autor– que consagraría la “uniformización” de las conciencias con la homogeneización de los hábitos y de los pensamientos, procesos de los que los medios electrónicos son las vías motoras. Pero como reverso de este proceso, habla de *mundialización*. Este segundo término se inscribe en la instancia de las nuevas tecnologías, pero apunta hacia su dimensión cultural no en el sentido uniformizador, sino en el encuentro entre visiones del mundo locales, lo que pone bajo la luz por un lado jerarquías y acomodaciones, pero por otro intersticios, quiebres y conflictos que no pueden clausurarse.¹⁸

La transnacionalización entonces, por un lado fragmenta y vuelve más rígidas las distancias entre las clases sociales al conducir procesos económicos que llevan cada vez a una mayor desigualdad material, a la vez que parece nivelar gustos y códigos perceptivos de consumo. La distinción entonces no estaría en la forma en que se consume un determinado producto o servicio, si no en su mera posesión, lo que apuntalaría desde otro ángulo aquello que señalaba García Canclini en *Consumidores y ciudadanos* cuando señalaba que para que haya aceptación de un capital simbólico como distintivo no sólo tenía que haber diferencia, sino también reconocimiento común del valor de ese capital. A esto nos referíamos cuando decíamos que la burguesía –a la que se pertenece no por tradición sino por posesión de bienes productivos y financieros– desplaza a las aristocracias como las clases altas legítimas. En este nivel entonces tenemos uniformización cultural inter-clasista dentro de un mismo territorio (intra-territorial) y uniformización cultural intra-clasista e internacional.

Por otro lado, usando las categorías de Renato Ortiz, habría una mundialización que fomenta los cruces culturales, la hibridez, y potencia la unificación política de sectores subalternos culturalmente diferentes pero con intereses semejantes porque son oprimidos por un mismo sistema económico que se consolida cada vez más en un sistema mundo, además de enfrentar a subalternos migrantes, diferentes con las clases hegemónicas del primer mundo, que son interpeladas desde lo económico unido a la diferencia cultural. Sin embargo, Iain Chambers, Bhabha, García Canclini entre tantos nos han advertido sobre

cómo el sistema mundo puede estereotipar aquellas diferencias, transformarlas en mercancía listas incluso para ser consumidas, por un lado constituyendo identidades desterritorializadas facticias para toda aquel sujeto ávido de identidad (las modas étnicas, lo latino *made in* Industria Cultural de Miami o Los Ángeles) y por otro para ser consumidas por aquellos sectores subalternos del Tercer Mundo que, desposeídos de sus instancias productivas “tradicionales” de cultura autónoma, confunden al nuevo producto momentáneamente valorizado con rasgos de su identidad.¹⁹ En este último caso estaríamos frente a una versión desterritorializada de lo que en la constitución de las naciones se ha llamado folklore nacional, una sobredefinición desde el aparato de estado central de códigos y hábitos regionales, a través de una simplificación de rasgos de una o diversas regiones comprendidas dentro de una entidad política que debía ser consumida como *lo* nacional por sujetos diferentes (como sucedía con lo andaluz en la España franquista).

Señalamos ya cómo García Canclini habla de una transnacionalización, en la que no sólo hay *isoformización*, sino fragmentación, a través de la diferencia en el acceso a este mercado global. Pero esta fragmentación está lejos de ser un hecho novedoso, ya que desde sus orígenes, hay en nuestros países una participación segmentada en el consumo como base del proceso de identificación y diferenciación que “solidariza a las élites de cada país con un circuito transnacional y a los sectores populares con otro.” Coincidimos con García Canclini y Manuel Castells en enfatizar la creciente desigualdad en el acceso a los bienes y satisfacción de necesidades, entre los que se destacarían la adquisición de conocimientos a los que se accede sólo mediante una posición privilegiada en la sociedad. Es indefectible el hecho que décadas de políticas neoliberales han generado un brusco retroceso en los desiguales intentos de redistribución equitativa del producto social de los ‘40 y ‘50, más o menos concretizados según los países y regiones. Pero más allá de lo limitado del acceso a la educación superior, la súper especialización de la educación universitaria profesional –que desde hace décadas deja afuera el aprendizaje obligatorio de las artes elevadas, las lenguas clásicas y el saber enciclopédico ilustrado– conjuntamente con el reemplazo de la educación formal como agencia hegemónica por excelencia para la transmisión de los códigos de consumo legítimo y el reemplazo que efectúa de la tradición y la moda de alta costura, la publicidad masiva como agente transmisor de gustos estéticos legítimos –relacionado con el consumo de lo novedoso y el difuso imaginario de las “nuevas tecnologías” fetichizadas en cientos de productos “digitales”– junto con las tácticas aceptadas o clandestinas de los sectores populares para acceder a la televisión por cable, satélite, o a la Internet generan, como señalamos antes, no una cada vez más alejada igualdad en el acceso, pero sí una homogeneización creciente del gusto elevado con el popular.

A pesar de todo, García Canclini cuando habla de fragmentación en la transnacionalización sostiene por momentos la teoría de la reproducción de la diferencia simbólica de Bourdieu, reproduciendo él mismo para América Latina la categorización cultural que distingue entre alta cultura aristocrática, cultura media y baja. Cuando analiza al consumo como la “la lucha por la apropiación del producto social” en la que se continúa la desigualdad de la esfera productiva, hace más hincapié en la desigualdad de códigos de percepción y prácticas sociales, que en la desigualdad material a la que son condenadas las mayorías. Por nuestra parte, creemos que la desigualdad de acceso al consumo de bienes no se opone a la tendencia hacia la homogeneización de deseos que atraviesa tanto clases sociales como culturas geográficamente localizables, sino al contrario, la publicidad masiva nos hace desear a todos el mismo bien con su simbólico incorporado, aunque todavía haya fuertes diferencias en los modos en que ese bien puede ser utilizado.

Al hablar de cómo opera la transnacionalización en México señala –así cómo Bourdieu diferenciaba entre los públicos que visitaban los museos y galerías de arte de los sectores sociales cuyo sentido de lugar y códigos perceptivos los llevaban a excluirse de ese consumo– que la oposición entre grupos hegemónicos y subalternos no se presenta ya como principalmente entre lo propio y lo importado, entre lo tradicional y lo moderno sino en la “adhesión diferencial a los subsistemas culturales con diversas complejidad y capacidad de innovación: mientras unos siguen a Brahms, Sting y Carlos Fuentes, otros prefieren a Julio Iglesias, Alejandra Guzmán y las telenovelas venezolanas.” Pero sabemos por estudios recientes de los hábitos de consumo de hispanoamericanos e hispanoamericanos residentes en los Estados Unidos²⁰ y propia experiencia que más allá de la diferencias con que son consumidos,

telenovelas y cantantes populares son del gusto de todas las clases sociales. Hoy escuchar a Brahms y Carlos Fuentes, así como las muestras de arte de vanguardia son cada vez más el reducto de una élite cultural ligada a campos del saber específicos y no a los sectores que hegemonizan la económica.

Semiótica fronteriza

En el concepto de *migrancia* de Iain Chambers,²¹ la identidad en la globalización implica también una insoslayable presencia de lo subalterno en las ciudades del primer mundo, lo que llevaría a cuestionar la idea monolítica de la identidad en los mismos países centrales. Aunque el mismo Chambers, advierte contra el multiculturalismo liberal y la aceptación occidental de cierta diversidad que ha engendrado este nuevo y más fluido intercambio con otras culturas, porque la teoría de la diversidad funciona también estereotipando a lo proveniente de otras culturas, que ubicado en un lugar políticamente inofensivo confirma y cierra el círculo de la identificación etnocéntrica. Eliminado del *otro* aquello que puede cuestionar el sentido de lo hegemónico, la transnacionalización puede homogeneizar la diferencia en *variedad*, el mercado puede “asimilarlo” todo en rasgos y nuevas mercancías.

Como claro ejemplo de esta cultura migrante que “interfiere” en el primer mundo, están en los Estados Unidos las culturas de los “hispanos o latinos”: chicanos y boricuas, principalmente, junto a dominicanos, sudamericanos y otros latinoamericanos emigrados o descendientes de emigrados que huyeron del desempleo y la exclusión en sus países, muchos provenientes de zonas rurales, para engrosar las clases bajas y las llamadas “minorías étnicas”, pasando a vivir en las urbes más grandes de la primera potencia mundial, habitando distritos y barrios en los que reterritorializan y recodifican los rasgos de su nacionalidad de origen, y en cuya cotidianeidad consumen lo que pueden de la promesa del *American way of life* de acuerdo con sus diversas matrices culturales de origen y a las condiciones determinadas por un ingreso de mano de obra barata.²² La suya, sostiene el escritor chicano Guillermo Gómez-Peña, es una cultura cuya “emoción general es aquella de la *pérdida*, que viene de haberse ido. Nuestra pérdida es total y ocurre en múltiples niveles: pérdida del país (cultura y rituales nacionales) y nuestra clase (la ‘ilustre’ clase media y media alta); progresiva pérdida del lenguaje y la cultura literaria en nuestra lengua nativa (para aquellos que viven en países que no son de habla hispana); pérdida de los meta-horizontes... y la certidumbre metafísica (N. de A.: la traducción es mía).” Pero según el mismo autor, como contracara los migrantes de origen latinoamericano ganan una visión más experimentada de lo que es la cultura, es decir, su clasificación de cultura es de visión multifocal y más tolerante. Una sensación de minoría, parte de una multiplicidad que a la vez está fuertemente cohesionada. “Separados de las limitaciones que establece el nacionalismo, se establecen una nueva conciencia política, y mayor receptividad con las minorías religiosas, sexuales, sociales, estéticas. Nuestra producción artística presenta realidades híbridas con visiones colisionantes que se coaligan. ...Practicamos la epistemología de la multiplicidad y una semiótica fronteriza. Se comparten intereses temáticos como el del continuo choque con otredades culturales.”²³ TOLERANCIA –MULTI

La cultura *fronteriza* o *migrante* de los categorizados oficialmente por las dependencias del Estado Federal estadounidense como hispanos y autodenominados como latinos, aunque reducida incluso por posturas políticamente correctas a minorías étnicas y subculturas pre-industriales, penetra no obstante por los intersticios de la cultura norteamericana anglosajona (fracturada y llena de esquicias en el contexto de la producción capitalista, a pesar de las violentas reterritorializaciones facticias imaginarias o simbólicas, como el violento y tradicional aislacionismo anglosajón de raíces puritanas que parece estar reverdeciendo de la mano de la administración federal republicana). Los migrantes del Tercer Mundo, según Gómez-Peña, son testigos privilegiados de la “fronterización” del mundo, como resultado de la desterritorialización. “Las zonas de frontera se expanden o penetran y llenan todo de hoyos.”

Ahora bien, cuando se habló de transnacionalización en este artículo, quizá hayamos incurrido involuntariamente en la reificación de un proceso, o dejado la sensación de que todo lo que tiene de negativo es producto de lo que impondrían los medios masivos de comunicación, fuentes centrales de códigos sociales (algo que parece de alguna manera estar instaurado desde hace décadas en el conocimiento general medio). Sin embargo ya Martín-Barbero demostró como lo mediático-masivo (esa hegemonía del nuevo orden que ha generado el capitalismo pero producto a su vez de una larga historia anterior) es un espacio interpelado por las matrices de lo popular, y no puede imponer nada si en sus

textos las masas no pueden invertir deseo y obtener satisfacción, proceso que muy a menudo fue confundido como manipulación. Frente a la problemática sobre el rol de *consumo* en lo transnacional en la definición de la identidad, nos parece que lo que pasa a través de los medios de comunicación, es un espacio central a estudiar para avanzar en la comprensión de quiénes somos. Después de todo, señala Martín-Barbero, hay que “distinguir entre el hecho de que hoy día los procesos de comunicación masiva estén dinamizados básicamente por la lógica mercantil, con el consiguiente proceso de superficialización e incluso degradación cultural, de ese otro hecho: el papel estratégico que los procesos y los medios de comunicación masiva juegan en la vida cotidiana de la mayoría de la gente: la manera en que esos procesos inciden en la cultura cotidiana de la mayoría de la gente, en sus imaginarios, en sus expectativas de vida, en sus modelos de comportamiento, en sus modelos sobre lo moderno y lo atrasado, lo bello y lo feo, lo interesante y lo aburrido.”²⁴ LO MASIVO

Los textos masivos, sus géneros, son siempre híbridos, producto de la articulación de matrices de lo popular, lo “culto” y lo comercial para ser consumidos (apropiados) también de acuerdo a modos de uso diferentes pero siendo sin embargo funcionales a una estrategia de hegemonía, donde la cultura es un campo de lucha y negociación de sentido, y no una superestructura refleja. Y sin embargo es en estas producciones que se sobrevivieron a la constitución de los estados modernos, las lógicas de lo sensible-concreto, los mitos y héroes folklóricos –ejemplificada en esa relación metonímica y metafórica que hace lo popular en el drama al estetizar la ética– y a través de los cuales los sectores populares, más o menos integrados, siguen encontrando una herramienta para apropiarse de un mundo en el que la sociabilidad cae en la abstracción de la forma mercantil. Jesús Martín-Barbero, ha estudiado a la identidad en su relación con los géneros de ficción dentro de las industrias culturales, considerando al género como lugar de mediación de lógicas culturales diferentes, lugar de cruce y diálogo de tradiciones, cuyo sentido está determinado tanto por los deseos de quienes los consumen como por las lógicas de un productor que nunca es primero. Martín-Barbero, a través del estudio del melodrama y su desarrollo en los medios masivos, describe cuánto de la identidad, la construcción imaginaria de quienes somos se juega en esos géneros, que a pesar de una pretendida autonomía productiva son aún el lugar desde donde entendemos míticamente el sentido de nuestra sociedad. En muchos puntos podemos discrepar con el autor, como cuando afirma poder leer en los *melodramas* latinoamericanos –desde el teatral, pasando por el cine hasta llegar a la muy difundida telenovela, que coinciden argumentalmente en una constante presencia de búsqueda y encuentro reconocimiento por parte de las víctimas humilladas injustamente– *algo de la historia secreta del subcontinente*, como si hubiera una intencionalidad política definida en estas producciones. Claro que el autor también nos lleva a entender al género como un espacio lleno de significaciones cuyo sentido se define en su uso, y es que hablar de una intencionalidad política cuyo sentido último está definido desde la producción en sí de una obra, es contradecir la idea más fuerte en la obra del autor, es decir el género popular (y masivo) como parte de una mediación, donde diferentes lógicas de diferentes matrices negocian los sentidos de lo social.

No obstante en varios artículos de revistas especializadas en cultura popular y cultura hispana de los Estados Unidos consultados se ha mencionado el peligro que representa para la diversidad cultural hispana, la concentración en *holdings* multimedia como *Univisión* (Miami) y *Telemundo* (Los Ángeles) – que además de múltiples canales cerrados y abiertos, concentran cientos de señales de radio, productoras de contenidos y grupos musicales– en las que los directivos de origen latinoamericano están dejando lugares claves a ejecutivos anglosajones o de otro origen. Según la revista *Hispanic* ²⁵ es casi nula la referencia en las telenovelas producidas en los Estados Unidos –o en principio para ser vendidas primero en el mercado de ese país y luego en América Latina– a las nacionalidades de los distintos actores latinoamericanos del elenco, o a las nacionalidades de origen de los personajes. Estas producciones, a pesar de contar con elencos integrados por actores de distintos países de América Latina, “todos los personajes son simplemente *latinos*, y su música, ropa y costumbres parecen una mala síntesis de las diferencias que hay entre cada grupo”. En los argumentos de las telenovelas producidas en ese país –que además se retransmiten luego a todos los países de Hispanoamérica– se mezclan sin diferenciarse por hábitos, costumbres o siquiera mención actores mexicanos, venezolanos, puertorriqueños y hasta argentinos que usan el acento “neutro” para componer sus personajes (acento que parece una conjunción fonética de dialectos mexicanos y caribeños), todo lo que produce una homogeneización y simplificación peligrosa de lo heterogéneo que es “lo latinoamericano.” Con esto no

queremos restar importancia al uso que se le da a la telenovela entre los migrantes hispanos de los Estados Unidos como forma de mantenerse en contacto con una memoria narrativa en la que la identidad de los latinoamericanos se representa. El estudio de las investigadoras hispano-norteamericanas Vivian Barrera y Denise Bielby ²⁶ destaca la importancia que tiene el consumo familiar de telenovelas como forma de compartir vivencias culturales comunes entre primeras y posteriores generaciones, el papel que juega entre los jóvenes como forma de conservar el contacto con el español cuando se alejan del hogar familiar, etc. Sin querer concluir nada, quizá podamos sólo agregar que entre el par binario cuyos extremos serían la homogeneización del mercado y la tradición y memoria inmovible de una cultura, en última instancia lo que parece cerrar el proceso de la identidad es quizá el deseo y la enunciación de la diferencia.

Cuando se menciona la *desterritorialización* de los rasgos culturales provocada por la globalización (transnacional- comercial y a la vez que mundializadora de rasgos culturales) , cuando hablamos de territorio estamos no sólo frente a regiones ubicables en un mapa, sino de espacios sociales que se mueven con los flujos de migrantes del tercer mundo o los flujos del capital financiero. Y sin embargo las “estrategias de saqueo” (Chambers, “Migrancia...”) de las multinacionales que reifican en mercancías del poder expresiones culturales de marginales y minorías –que pueden ser surgidas desde las zonas rurales del tercer mundo hasta de los guetos negros de las megaciudades estadounidenses– superficializándolas, y eliminando de sus contenidos todo lo que en ellos parece haber de reclamo político, pero llevando (comercializando) a través de sus poderosos sistemas de distribución esa misma producción de origen marginal a todos los rincones del globo. Lo que abre la posibilidad de que sea recepcionada y adaptada por otros sectores subalternos, *hibridándose* con otras expresiones subalternas, locales o no, creando nuevos *lugares* para identificarse. El caso del *rap* y *hip-hop* afroamericano es, otra vez, un buen ejemplo, no importa que lleguen a las radios de América Latina sólo los discos que lideran las taquillas¹, es decir las formas más comerciales, el *hip-hop* es hoy adaptado y cantado en español por pandillas urbanas desde Bogotá hasta Buenos Aires para expresar protestas y denuncias contra la exclusión y la represión local, lo que lo vuelve a emparentar quizá en su “función original” con las que fueron producidas por minorías y sectores marginales de los Estados Unidos, constituyéndose en un verdadero género subalterno de protesta –aunque ya pronto comercializable–. Por que si bien este género llega satelitalmente a través de cadenas como MTV, y es reproducido por miles de radios de FM a nivel micro y macro, en hogares, bares, discos, etc. de todos los niveles sociales, los que por igual lo consumen en abundancia, son los sectores marginales los que han encontrado en estos géneros nuevas formas de expresarse².

La diferencia en la homogeneización

Frente a este panorama complejo que planteamos en pocas líneas, no nos proponemos aquí resolver la cuestión de si lo popular latinoamericano en lo transnacional sobrevive bajo la forma de *identidades discretas* para crear pivotes emancipatorios. En todo caso, cualquier estudio sobre qué es lo auténtico e incontaminado en lo popular, no hace sino caer en una debate ontológico inútil en sociedades que se complejizan y desterritorializan cada día más. Como destaca Alberto Cirese,²⁷ lo esencial radica en concebir lo popular como un *uso* y no como un *origen*, como un hecho y no como una esencia, como posición relacional y no como sustancia.

Tampoco nos parece que la respuesta esté en las teorías que politizan totalmente al consumo y ven en los usos “no funcionales” o diferenciados de lo popular como *praxis*, resistencia y aprovechamiento de los intersticios del sistema para “carcomerlo” desde dentro. El capitalismo transnacional ha demostrado su capacidad de integrar en mercancías industriales hasta aquello que en un momento parecía imposible de ser mercantilizado mediante la simplificación, la superficialización y la homogeneización de sus rasgos.

¹ No estamos dedicándole aquí lugar al uso libre de las nuevas tecnologías que abre a su vez canales autónomos de comunicación para la transmisión de expresiones de diverso signo.

² Sobre el *hip-hop* en Bogotá, ver “For Colombia's Angry Youth, Hip-Hop Helps Keep It Real” , en *The New York Times*, 16 de Abril, 2004.

Creemos más bien que lo importante es saber cómo sobrevive el campo de lo popular como espacio de prácticas autónomas en medio de nuevas formas de reproducción de la desigual participación del consumo, y frente a los móviles dispositivos de mercantilización de lo popular, que reducen lo *diferente* (en cuanto enunciación de lo *otro* que no es funcional a las lógicas de la transnacionalización hegemónica) en diverso a través de un mercado de bienes simbólicos de modas “étnicas”, en lo que más que una integración del otro, se parece a un saqueo de la periferia y lo subalterno por parte del *centro* y el *mercado*, aunque las minorías hayan migrado al centro para minar y fragmentar su racionalidad etnocéntrica. Como plantea el mismo Chambers entonces “¿somos los testigos pasivos de la estructuras del capital que implanta sus instituciones y su organización sobre los nuevos territorios?”

Notas y Notas bibliográficas

1. ORTIZ, Fernando. *Contrapunteo cubano del tabaco y el azúcar*, Editorial Cátedra, La Habana. 1940.
2. DE ANDRADE, Oswald. “Manifiesto antropófago” en *Revista Antropofagia*, año I, N° 1, San Pablo. mayo de 1928.
3. COSTA, Lima Luiz. “Antropofagia e Controlo do Imaginario” en *Pensando nos tropicos*, Editora Rocco, Brasil. 1991.
4. BOURDIEU, Pierre. “Espacio Social y Poder simbólico” en *Cosas dichas*, Edit. Gedisa, Barcelona. 1988. p. 98.
5. GARCÍA CANCLINI, Néstor. sobre Pierre Bourdieu, “Campo intelectual y proyecto creador” en la *Sociología de la Cultura* de Pierre Bourdieu, Edit. Folios, Buenos Aires. 1985.
6. GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Consumidores y Ciudadanos, conflictos multiculturales de la globalización*, Editorial Grijalbo, México. 1995. p. 61.
7. GARCÍA CANCLINI, Néstor. “Gramsci con Bourdieu, hegemonía, consumo y nuevas formas de organización popular”, *Revista Nueva Sociedad*, N° 71, México. 1984. p. 68-78
8. GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Consumidores y Ciudadanos*, p. 30.
9. CASTELLS, Manuel. *La cuestión urbana*, Edit. Siglo XXI, México. 1974. apéndice.
10. MARTÍN-BARBERO, Jesús. “La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana”, *Revista Diálogos de la Comunicación*, Lima. 1987.
11. BHABHA, Homi K. *The Location of Culture*, Edit. Routledge, Londres. 1994.
12. CORNEJO POLAR, Antonio. “Mestizaje e hibridez: los riesgos de las metáforas. Apuntes” en *Revista Iberoamericana* Vol. LXIII, N° 180, Pittsburg. 1997. pp. 369-370.
13. TRIGO, Abril. “De la transculturación (a/ en lo) transnacional”, Artículo, The Ohio State University, 1996.
14. GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Culturas híbridas*, Editorial Grijalbo, México. 1990.
15. LACLAU, E. y MOUFFE, C. *Hegemonía y estrategia socialista(1985)*, Edit. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires. 1987.
16. BHABHA, Homi K. *The Location of Culture*, op. cit.
17. BARY, Leslie. Universidad de Berkley, “‘Síntomas criollos’ e hibridez poscolonial”, Trabajo leído en Lasa, 1997.
18. ORTIZ, Renato. *Mundialização e Cultura*, Editora Brasiliense, São Paulo. 1994. p. 111.
19. Sin embargo, con esto último no queremos subestimar la capacidad de los consumidores de interpelar el sentido hegemónico de los textos masivos, dentro de los que pueden leerse tantos sentidos diferidos. Sobre este tema se volverá más adelante en el texto.
20. Ver sobre el tema:
- BARBERA, V. y BIELBY, Denise D. “Places, Faces and other familiar things: the cultural experience of *Telenovela* viewing among Latinos in the United States” en *Journal of Popular Culture*, N° 4, Estados Unidos. Primavera de 2001.
- FLORES, Angelique. “Media mergers may pose problems for Hispanics”, *Revista Hispanic* 15, N° 44, Estados Unidos. Noviembre de 2002.
21. CHAMBERS, Iain. *Migración, Cultura e Identidad*, Amorrortu editores, Buenos Aires. 1994.
22. Las minorías raciales “integradas” tienen en promedio ingresos 15 veces menores a las “mayorías” blancas, a pesar de que los llamados hispanos por las estadísticas de los estudios de mercado constituyen un mercado que mueve aproximadamente 580 mil millones de dólares al año (de acuerdo al *Hispanic* 15, N° 44, año 2002 y el Selig Center for the Economic Growth, de la Georgia University, fuente University Knowledge Wharton).
23. GÓMEZ-PEÑA, Guillermo (co-escrito con Emily Hicks). “Documented / Undocumented”, University of California, Irvine, California. 1987.

24. MARTÍN-BARBERO, Jesús. "La transformación del Mapa cultural: una visión desde América Latina" en *Revista Ámbitos* N° 9, Sevilla, España. Enero-Junio 1999. pp. 7 a 21

25. FLORES, Angélique. "Media mergers may pose problems for Hispanics", *Revista Hispanic* 15, N° 44, Estados Unidos. Noviembre de 2002.

26. BARBERA, V. y BIELBY, Denise D. "Places, Faces and other familiar things: the cultural experience of *Telenovela* viewing among Latinos in the United States" en *Journal of Popular Culture*, N° 4, Estados Unidos. Primavera de 2001.

27. CIRESE, Alberto. *Ensayo sobre las culturas subalternas*, Edit. Ciesin, México. 1978.

Registro Bibliográfico:

LÜDERS, Tomás

"Un Apunte sobre la Identidad Latinoamericana en la Transnacionalización", en *La Trama de la Comunicación Vol. 10, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación*. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Rosario. Argentina. UNR Editora, 2005.