



El universo de las comunicaciones de masa - reconozcámoslo o no- es nuestro universo; y si queremos hablar de valores, las condiciones objetivas de las comunicaciones son aquéllos aportados por la existencia de los periódicos, de la radio, de la televisión, de la música grabada y reproducible, de las nuevas formas de comunicación visual y auditiva. Nadie escapa a estas condiciones, ni siquiera el virtuoso que, indignado por la naturaleza inhumana de este universo de la información, transmite su propia protesta a través de los canales de la comunicación de masa, en las columnas del periódico de gran tirada o en las páginas del folleto impreso en linotipia y distribuido en los kioscos de las estaciones.

Umberto Eco

*Otros espacios de encuentro
entre Venezuela y Colombia*

Integración, identidades e industrias culturales

■ Marcelino Bisbal

I. CUESTIÓN DE VISIONES

Hay una visión en la imaginación teórica que concibe a los medios y a las industrias culturales que los agrupa como enemigos a vencer, como si los medios fueran los culpables de tanta «barbarie» que sucede en el mundo. Una mirada que acude a las nostalgias, por tanto a un saber inadecuado, para tratar de entender lo que pasa en el mundo-hoy y en la formación cultural de estos tiempos. Se trata de un intento que no da verdadera cuenta de la insubordinación que han sufrido los signos en los procesos de identificación y reconocimiento en el ámbito y espacio de la vida.

Estamos en otro tiempo, como diría Clifford Geertz, en donde las fronteras culturales se han corrido y en donde el mapa cultural se ha transformado de tal manera que a veces, en un corto tiempo, no somos capaces de identificar. El intento académico de entender esto que está sucediendo no es posible de realizar con los instrumentos de estructuras teóricas tradicionales. Hoy todo, o casi todo, ha cambiado o ha sufrido (quizás está...) profundos desplazamientos que adquieren significados distintos a los de antaño. Nelly Richard, refiriéndose a la idea de lo latinoamericano, nos lo explica y enfatiza muy bien al expresar que «*es ya tiempo de revisar ese modo de seleccionar y definir los significados(...) de acuerdo a escalas de privilegio discursivo que se han visto cuestionadas por múltiples registros de transformaciones culturales*»⁽¹⁾. O desde otro punto de vista, veámos lo que llega a decir John B. Thompson cuando expresa: «*Si los debates provocados por el posmodernismo nos han enseñado alguna cosa, no es precisamente que los procesos de desarrollo característicos de las sociedades modernas nos hayan impulsado, más allá de la modernidad, hacia una nueva y, de momento, indefinida era, sino que nuestras estructuras teóricas tradicionales para la comprensión de esos procesos son, en muchos aspectos, tristemente inadecuados. Lo que nosotros necesitamos en la actualidad no es la teoría de una nueva era, sino la nueva teoría de una era cuyos amplios contornos fueron establecidos años atrás, y cuyas consecuencias aún tenemos que esclarecer plenamente*»⁽²⁾.

Lo que llama la atención en nuestro planteamiento, y que nos parece demasiado obvio, es que él mismo se está conformando en las ciencias sociales y humanas desde diversas corrientes y referencias



No hay duda que debemos encarar el pensar acerca de los procesos culturales actuales con herramientas o instrumentos teóricos distintos, e inclusive la confrontación/selección del objeto cultural a lo mejor deba cambiar también.



de reflexión. Creemos, con seguridad empírica, que algo se está moviendo en el pensamiento, que hay conocimientos disciplinares en y fuera de ellos que nos están indicando la necesidad de acudir a un uso de la razón que recree maneras distintas de encararla y confrontarla con las prácticas de lo social como prácticas culturales. Hay un «saber establecido» que parece que no nos sirve para un mundo en gestación. En tono poco literal o poco científico diría alguien, es la misma idea que expresa un Maffesoli cuando apunta que requerimos establecer e interiorizar (sobre todo y fundamentalmente ésto), de ahora en adelante, lo que llama el autor francés un *saber dionisiaco*, es decir, un saber que esté lo más cerca posible de su objeto. «*Un saber capaz de integrar el caos, o al menos de concederle el lugar que le corresponde. Un saber que sepa, por muy paradójico que pueda parecer, trazar la topografía de la incertidumbre y del azar, del desorden y de la efervescencia, de lo trágico y de lo no racional, de todas las cosas incontrolables, imprevisibles, pero no por ello menos humanas. Estas cosas son las que, en grados diversos, atraviesan las historias individuales y colectivas, pues constituyen el via crucis del acto de conocer*»⁽³⁾.

No hay duda que debemos encarar el pensar acerca de los procesos culturales actuales con herramientas o instrumentos

teóricos distintos, e inclusive la confrontación/selección del objeto cultural a lo mejor deba cambiar también. ¿A qué nos estamos refiriendo? Ante la presencia de nuevas escenas que están redefiniendo lo cultural en la perspectiva de la modelación de nuevos imaginarios sociales y en donde los llamados «flujos massmediáticos» están siendo tan constitutivos y constituyentes de lo que hoy somos, no podemos seguir empleando aquellos instrumentos epistemológicos que provienen de tradiciones científicas, tanto en el campo de las humanidades como en el de las ciencias sociales, que consideran a los *media* como un signo meramente subcultural en el sentido que estableciera el círculo de Francfort. Es la apuesta por un pensamiento no negativo, sino más bien de comprensión de lo que pasa al interior de esas formas dominantes y hegemónicas de industrialización de la cultura. Es la postura de un Ramón Zallo, y que hacemos nuestra, cuando afirma que «*La vieja Escuela de Franckfurt -exceptuando a W. Benjamin- no comprendió el entronque que muchos productos de la cultura industrializada iban a establecer con la cultura popular soterrada y menospreciada hasta entonces o el hilo de continuidad existente entre las culturas tradicional e industrial, y que ha permitido que rasgos centrales de las mercancías culturales tradicionales -tales como la unicidad, creación, renovación, autonomía- perduren en la cultura industrializada si bien con cambios cualitativos. Tampoco valoró que junto a producciones deleznable las nuevas industrias crearían las condiciones para nuevas expresiones artísticas; ni que los binomios cultura e industria, arte y capital, iban a alcanzar síntesis bien contradictorias, dada la inesperada ambivalencia de la producción cultural susceptible de reproducción -democratización de la recepción cultural y generación de nuevas formas culturales, por un lado, e irrupción directa del capital en el ámbito de la creación y la producción cultural con todas las servidumbres que ello implica, por otro-*»⁽⁴⁾.

Es decir, que seguir empleando desde América Latina, como ha sido nuestra tradición desde comienzos de la década de los sesenta, un pensamiento que ubica a los medios y sus contenidos culturales en un sentido negativo y pesimista a la vez, sería caer en conclusiones y apreciaciones sobre esos propios medios y las sociedades modernas actuales que nos llevan a equívocos que nada tienen que

ver con las realidades de la gente y sus contextos sociales.

Esa idea, y así habrá que leer nuestro trabajo, significa según John B. Thompson que «*Debemos ver, en vez de ello, que el uso de los medios de comunicación implica la creación de nuevas formas de acción e interacción en la sociedad, nuevos tipos de relaciones sociales y nuevas maneras de relacionarse con los otros y con uno mismo*»⁽⁵⁾. Y sigue diciendo el autor británico: «*Cuando los individuos utilizan los medios de comunicación, se introducen en formas de interacción que difieren en ciertos aspectos del tipo de interacción cara-a-cara que caracteriza la mayoría de los encuentros de la vida cotidiana (...) De manera fundamental, el uso de los medios de comunicación transforma la organización espacial y temporal de la vida social, creando nuevas formas de acción e interacción, y nuevos medios de ejercer el poder, disociados del hecho de compartir un lugar común*»⁽⁶⁾. Así pues, la tesis principal de este texto sostiene que en estos momentos, y mucho más en el tiempo que se nos abre a partir del nuevo milenio, no considerar la reflexión seria, objetiva y desprejuiciada, pero al mismo tiempo la mirada transdisciplinar y multidisciplinar de los *media* es dejar de lado un componente que está siendo decisivo en la vida, al menos en las nuevas generaciones. No entender esa realidad es no entender el tiempo presente. Es lo que ha dicho en algún lado J. Habermas al expresar que «*asistimos a los dolores de parto de un modo de socialización completamente nuevo*».

El momento que nos está tocando vivir, se le denomine como se quiera o como se nos antoje y este no es el problema, significa entender urgentemente cómo se está *construyendo* en el día a día la vida misma. Implica comprender que la modernidad actual, la de aquí y ahora, está atravesada menos por el racionalismo elaborado y academicista y más por el desecho y el desorden de la cotidianidad y de la cultura de los grandes medios. Este aspecto determina un mapa cultural bien distinto al de antaño, pero también implica una *teoría social* que dé cuenta de cómo los medios están siendo tan constitutivos y tan constituyentes de lo que hoy somos. Requerimos urgentemente otros parámetros de significación para nuestra investigación y reflexión sobre comunicación. Aquello que dijera Ana María Faldul quizás ayude a clarificar mejor lo que quiero expresar: «*¿Existiría investigación*

sobre el nazismo, sobre el estalinismo si sus autores partiesen del presupuesto inicial que ese era un objeto despreciable y que sólo merecería el silencio de los investigadores? Más eso es exactamente lo que está ocurriendo con la investigación en comunicación. La tónica son los juicios estéticos, morales, políticos, etc. La investigación se inserta en un conjunto de creencias y valores que no tienen nada que ver con la investigación científica»⁽⁷⁾.

Queremos entonces, e insistimos en esta idea, de un pensamiento de teoría social que conecte la idea, que una vez apuntara Martín-Barbero, de que hoy «*Las experiencias culturales han dejado de corresponder lineal y excluyentemente a los ámbitos y repertorios de las etnias o las clases sociales. Hay un tradicionalismo de las élites letradas que nada tiene que ver con el de los sectores populares y un modernismo en el que 'se encuentran' -convocadas por los gustos que moldean las industrias culturales- buena parte de las clases altas y medias con la mayoría de las clases populares*»⁽⁸⁾. Es también la necesidad de pensar una antropología de contemporaneidad que asuma sin miedos la perspectiva del lugar que hoy ocupan los *media* en la conformación de nuevas formas de agrupación humana y de disfrute de la cultura, a la vez que la consideración de los medios como creadores e interlocutores válidos de cultura.

II. PENSAR LA INTEGRACIÓN DESDE LA COMUNICACIÓN

¿Qué significa en este tiempo/hoy hablar de integración? ¿La imagen que nos conformaron en la academia acerca del tema tendrá alguna relación con lo que está sucediendo, con la manera como los respectivos Estado/Nación la encaran? ¿Habrá alguna otra idea de integración -sin nombrarla como tal, pero dándose en la realidad de lo vivido y por vivir- que desconocemos o que simplemente hemos dejado pasar por alto? Inclusive, ¿el concepto de Estado/Nación como fue concebido en un momento de la historia serviría para entender los espacios desde los cuales en este tiempo se están dando formas *inéditas* de integración de imaginarios, de conocimientos mutuos, de desterritorializaciones y de hibridaciones culturales? ¿No habrá que empezar a pensar seriamente, tal como ya se está haciendo desde algunas disciplinas y su acción en la realidad, cómo desde las industrias culturales y las comunicaciones masivas

están circulando procesos nuevos de producción cultural y a la vez, desde ellas mismas, cómo se están estimulando esquemas de cambios receptivos-perceptivos distintos a los modelos que una cierta concepción de la cultura conforman de forma cuasi sacral? ¿Y no habrá que decir algo acerca del desplazamiento que ha sufrido la sensibilidad por lo simbólico y la manera como la disponemos en la práctica social en el sentido del disfrute y apropiación del *objeto cultural*?

Nuestros países tienen una historia común, pero desde esa historia no hemos logrado integrarnos a pesar de los grandes esfuerzos que se han hecho desde todos los ángulos de los gobiernos, de los políticos y del comercio. Por el contrario, desde esas esquinas que han conformado el gran interés del «juego» de la política integracionista, lo que hemos conseguido es sentirnos más desunidos y concebimos la idea de que hay más razones para separarnos que para integrarnos. Hemos estado empeñados, y palpamos que no todo ha sido esfuerzo perdido, en tejer formas de integración desde los grandes aparatos burocráticos del Estado/Nación y desde los resquicios que esos aparatos le otorgan significado a una forma de concebir la cultura en desmedro o ignorando otras maneras de entender y vivirla, y que transita no por las maquinarias institucionalizadas de la sociedad política (voz calificada del discurso integracionista), ni siquiera por el sector empresarial y del mercado.

¿Y entonces? Estamos en presencia de una perplejidad. Allí hay una visión instrumental de la integración que la reduce, en este tiempo, a asuntos políticos, de mercados y de una concepción «culta» de la cultura. Desde esa mirada de la integración dónde queda el fenómeno creciente de la disolución de fronteras, de la desterritorialización, de las evidentes hibridaciones culturales y del debilitamiento de los Estados/Nación como resultado del dinámico crecimiento del hecho evidente de la *globalización* y su consecuente *mundialización cultural*. ¿Y qué podemos decir entonces, acerca del tema de la *identidad* y su asunción clásica?

Con el correr del tiempo vamos sintiendo la presencia de entendimiento de la integración de dos maneras distintas, hasta podríamos hablar de dos maneras diferentes de vivirla. Una, la institucionalizada formalmente en los documentos y encuentros de los gobiernos y sus comisiones de trabajo, pero que con el tiempo

se demuestra realmente poco efectiva en la concreción real en lo que son sus temas privilegiados y de agenda: la soberanía, los mercados y el tema de la seguridad nacional. La otra, la no explícita en los circuitos que abarca el Estado, y que tiene que ver con múltiples formas que va adquiriendo en este momento/tiempo la socialidad y su confrontación con los elementos que están siendo determinantes hoy en una manera de entender la propia socialidad.

Frente a esas dos visiones, García Canclini nos dice que «No obstante, los acuerdos de libre comercio que propician una mayor integración (...) se ocupan poco de las posibilidades y los obstáculos que colocan la creciente desintegración social y la baja integración cultural en el continente. Hay políticas culturales de cada país y los intercambios con los demás se siguen trazando como si la globalización económica y las innovaciones tecnológicas no estuvieran reorganizando las identidades, las creencias, las formas de pensar lo propio y los vínculos con los otros»⁽⁹⁾.

La primera visión ha sido desbordada por la misma realidad (los signos de este tiempo ahora) en la medida que la gente iba conociendo la televisión y su ruptura de fronteras a través de los satélites, la migración musical producto de las industrias del disco/cassette/CD y la presencia cada vez más creciente de las grandes industrias culturales que abarcan por supuesto al disco y a la televisión; pero que repotencian nuevos «aparatos-transmisores» de hacer y recrear la cultura. De esta manera gran parte de la configuración cultural actual se está dando desde las llamadas industrias culturales con todo lo malo y bueno que desde ellas se nos está ofreciendo. Es decir, que la comunicación masiva de los grandes medios se convierte en el lugar estratégico desde el cual hay que pensar la sociedad hoy («tiempo-ahora»). El uso de los medios se constituye en una rutina que va creciendo día a día, conformando lo que Walter Ong denominara «oralidad secundaria» y que se confronta con la «oralidad letrada» impartida por el aparato educativo formal en general.

En ese sentido, nos parece importante reproducir dos cuadros de una investigación nuestra⁽¹⁰⁾ que nos refiere la fuerte atracción que ejercen los dispositivos mediáticos en la determinación del consumo cultural del venezolano en relación con los signos de la «alta cultura» confrontados con los signos de la cultura mediática y/o popular.

CUADRO N° 1. Frecuencia de consumo de las actividades "dentro de la casa"

ACTIVIDADES	Todos los Días %	Casi todos los Días %	Fines de Semana %	Nunca %	No contesta %	TOTAL %
Ver TV	76	16	5	3	-	100
Escuchar radio	71	21	3	5	-	100
Leer prensa	49	22	18	11	-	100
Leer revistas	17	20	30	32	1	100
Escuchar música	65	18	9	7	1	100
Ver cine en Video	6	6	48	39	1	100
Estar ante un computador	15	9	4	71	1	100
Jugar Video-juegos	3	2	14	80	1	100
Jugar dominó	1	2	36	60	*	99
Leer libros	15	25	27	32	1	100

Lectura del Cuadro: Del cuadro se desprende que las actividades de consumo «dentro de la casa» que habitualmente acostumbra a realizar la gente del área investigada están relacionadas, en primer lugar, con los medios masivos de comunicación, específicamente con «ver TV» y «escuchar radio». En relación con otra actividad de importancia está el «escuchar música». Y así mismo, amerita señalar el auge que está tomando el uso del computador dentro de la casa, ya que una cuarta parte de la gente entrevistada sostiene «estar ante un computador», «todos los días/casi todos los días». Otros medios de comunicación de gran uso son «leer la prensa, revistas, libros».

En resumen, el orden de importancia de las actividades culturales «dentro de la casa» de acuerdo con el porcentaje de respuestas en las frecuencias de consumo «todos los días/casi todos los días» es el siguiente: 1º. Ver TV-Escuchar radio: 92%; 2º. Escuchar música: 83%; 3º. Leer prensa: 71%; 4º. Leer libros: 40%; 5º. Leer revistas: 37%; 6º. Estar ante un computador: 25%; 7º. Ver cine en video: 12%; 8º. Jugar video-juegos: 5%; 9º. Jugar dominó: 3%.

De una lectura detenida de los cuadros, y de algunos más que faltan, podemos formularnos algunas preguntas tal como las señalara Germán Rey al interrogarse en el sentido siguiente: «¿Tienen algo que ver los comportamientos ciudadanos con las obsesiones del consumidor de los medios? ¿Hay algo que los identifique? ¿Cuáles son los códigos que nos unifican y diferencian dentro de la heterogeneidad en que vivimos?»⁽¹¹⁾. Es difícil dar una respuesta, quizás lo que apuntara Néstor García Canclini en su trabajo *Recepción: uso de medios y consumo cultural* nos ayude a responder y seguramente tendremos que volver a interpelarnos: «¿Qué tipo de sociedad está madurando en esta época en que los relatos históricos se desintegran? ¿A qué conjunto nos hace pertenecer la participación en una sociedad construida predominantemente en los procesos de consumo? Tiempo de fracturas y de heterogeneidad, de segmentaciones dentro de cada nación y de co-

munidades fluidas con los órdenes transnacionales de la información, de la moda, del saber. En medio de esta heterogeneidad encontramos códigos que nos unifican, o que al menos permiten que nos entendamos. Pero esos códigos son cada vez menos los de la etnia, la clase o la nación en que nacimos. Esas viejas unidades, en la medida en que subsisten, parecen reformularse como pactos móviles de lectura de los bienes y los mensajes»⁽¹²⁾.

Por su parte, y desde una óptica un poco diferente, José Joaquín Brunner lo refiere así: «La cultura se vuelve entonces, finalmente, una formación social de masas, tendencialmente internacional, de base progresivamente industrial, altamente diferenciada y no controlable desde ningún centro. Una cultura, por lo mismo, descentrada, desterritorializada. Que no refleja ya el alma de un pueblo sino los deseos y anhelos, la sensibilidad y el trabajo de una 'nueva clase' -los productores y mediadores simbólicos-y, a la vez, el

CUADRO Nº 2. Frecuencia de consumo de las actividades "elitescas o de alta cultura"

ACTIVIDADES	Semanal %	Mensual %	Ocasional %	Nunca %	No contesta %	TOTAL %
Visitar bibliotecas	8	5	26	61	*	100
Visitar librerías	5	7	41	46	*	100
Visitar Museos / Galerías	3	6	33	57	1	100
Viajar al exterior	*	2	23	74	1	100
Asistir a espectáculos de cultura clásica	1	2	13	84	*	100
Asistir a conferencias, congresos	1	3	16	79	1	100
Ir al teatro	1	4	26	68	1	100

Lectura del Cuadro: Como era de esperarse el consumo cultural de determinadas actividades relacionadas con el pensamiento de la llamada «cultura ilustrada» no posee preferencia de importancia entre los entrevistados. Ninguna de las actividades presentadas a los entrevistados alcanza el 15 por ciento de las frecuencias de consumo «semanal/mensual». «Visitar bibliotecas» y «Visitar librerías», relacionadas con la lectura, son las dos actividades de mayor consumo cultural, con el 12 y 13 por ciento respectivamente de entrevistados. Y por otro lado, las dos actividades de «alta cultura» que aparecen con alto porcentaje en la frecuencia de consumo «nunca» son: «asistir a espectáculos de cultura clásica» (84 por ciento) y «asistir a conferencias/congresos» (79 por ciento).

'trabajo' generativo de millones de receptores-consumidores que procesan, interpretan, se apropian y viven a su manera, individual y a veces colectivamente, esa masa de signos producidos y transmitidos»⁽¹³⁾.

¿Qué nos están diciendo esos datos extraídos de la realidad [seguramente semejantes en otros espacios del continente]⁽¹⁴⁾, al igual que las referencias tratándolos de explicar? Ellos nos hablan de la actual organización de la producción-comunicación-consumo cultural y de la centralidad que están teniendo hoy día los medios masivos y sus industrias culturales. También nos están indicando el lugar que ellos ocupan en el tejido de la cultura y sociedad de masas de estos tiempos.

Por todo lo dicho, los medios se están convirtiendo en actores sociales significativos no sólo en los procesos de hibridación cultural, sino también en el reordenamiento de «el nuevo imaginario-social-de-masas latinoamericano». Cuando vemos datos que nos refieren, por ejemplo, acerca de la «honestidad institucional» en nuestro país (15) Cuadro Nº 3.

De allí irrumpe rápidamente una pregunta: ¿Este distanciamiento de la confianza que va desde el Partido Político, pasando por aquellas instituciones en su mayoría conformadas por la llamada 'sociedad política', hasta llegar a los

Medios de Comunicación y la Iglesia, significa que el ciudadano está viendo en estos nuevos actores un sustituto del Partido Político para asumir por intermedio de ellos su representación? Pareciera que no, cuando en investigaciones de campo reciente y en momentos de nuestra campaña electoral (1998)⁽¹⁶⁾ el mismo ciudadano que le otorga el más alto índice de credibilidad a sectores como los Medios o la Iglesia no le concede a esas mismas instituciones la posibilidad que de ellas salga el próximo presidente del país.

Quizás la respuesta habrá que buscarla en lo que escribiera Jesús Martín Barbero en un espléndido trabajo sobre *El tejido comunicativo de la democracia* al decirnos que lo que está pasando «Es la realidad de unos países con muy débil sociedad civil y una profunda esquizofrenia cultural la que recarga cotidianamente la capacidad de representación que han adquirido los medios. Se trata de una capacidad de interpelación que no puede ser confundida con los ratings de audiencia. No sólo porque esos ratings de lo que nos hablan -en el caso de la televisión- son apenas de los aparatos encendidos y de cuánta gente está mirándolos, pero no de quiénes y de cómo la ven, sino porque el verdadero poder de la televisión reside

CUADRO Nº 3. Honestidad Institucional

Instituciones	Honestidad (%)
Iglesia	71
Medios de Comunicación	55
Universidades	44
Militares	42
Gobernadores	38
Alcaldes	33
Metro de Caracas	31
Guardia Nacional	30
PDVSA	25
Fiscales de Tránsito	21
Electricidad de Caracas	20
CANTV	20
Presidencia de la República	19
CADAFE	19
CTV (Sindical)	18
CSJ (Corte)	18
PTJ	17
Jueces	16
Ministros	14
Congreso de la Rep.	13
Seguridad Social	12
Partidos Políticos	9

Fuente: Pulso Nacional 98. 1 de la empresa Datos C.A.
Base: 2000

CUADRO Nº 4. Sectores a los que debería pertenecer el candidato a la presidencia del país

SECTORES	% de respuesta
Industria Petrolera	6
Medios de Comunicación	4
Iglesia	3
Farándula	1
Empresa Privada	6
De una alcaldía	12
Sector Vecinal	12
Universidades/Intelec.	18
Ex-militares	15
De una gobernación	10
NS/NR	12

Fuente: Investigación de Cosar Grupo Comunicacional, «Demoscopia Venezuela», 1997. La base muestral fue de 2500 personas entre las ciudades de Caracas (950 personas), Maracaibo (500), Valencia (225), Barquisimeto (275), Barcelona-Puerto La Cruz (150), San Cristóbal (100), Ciudad Bolívar y Ciudad Guayana (300).

en configurar y proyectar imaginarios colectivos: esa mezcla de representaciones e imágenes desde las que vivimos y soñamos, nos agrupamos y nos identificamos. Y eso va mucho más allá de lo medible en horas que pasamos frente al televisor y de los programas que efectivamente vemos. No es que la cantidad de tiempo dedicado o los programas frecuentados no cuenten, lo que estamos planteando es que el peso político y cultural de la televisión -como el de cualquier otro medio- sólo puede ser evaluado en términos de la mediación social que logran sus imágenes. Y esa capacidad de mediación proviene menos del desarrollo tecnológico del medio o de la modernización de sus formatos que del modo como la sociedad se mira en ese medio: de lo que de él espera y de lo que le pide»⁽¹⁷⁾.

Por todo lo dicho: ¿qué representa hoy día hablar de integración? El sentido de la integración no puede dejar de lado el papel que están jugando los medios como mediadores en toda la gama heterogénea de culturas. Si en un primer momento esa función la cumpliría la radio (y no sólo en la frontera), unida al disco; hoy lo será la televisión con sus telenovelas, los grupos de música para los jóvenes, la presencia en las mismas pantallas del televisor y en espacios abiertos para el concierto de expresiones como el vallenato acaparando al público no tan joven... Según ha dicho Brunner: «Así entendida la integración-de-masas-de-individuos al mismo laberinto cultural moderno, resulta claro que ella no supone por ahora ni mayor equidad integrativa, ni borrar las diferencias educativas o de conocimiento, ni fusionar las contradicciones -que por lo demás son evidentes- a través de una versión 'socialdemócrata' cualquiera de nuestra modernidad. Significa, en cambio, que los hombres y mujeres del continente, por debajo de todas sus flagrantes diferencias, empiezan a compartir unas mismas experiencias, hechas posibles por la actual organización de la producción-comunicación-consumo culturales. Empiezan pues a acceder a la misma ciudad-laberinto, a las mismas formas del significante, aunque accedan a significados cuyo valor de reconocimiento y de cambio es muy disímil. O sea, empiezan a ser subsumidos dentro de un mismo modo de producción y consumo culturales, aunque ocupen dentro de él una diversidad de posiciones desiguales»⁽¹⁸⁾.

III. LAS FRONTERAS DE LA INTEGRACIÓN SIMBÓLICA

Requerimos urgentemente acoplarnos, desde las esferas de la política, la educación y de la academia, a los nuevos tiempos y al clima cultural que ellos han ido y están imponiendo. Es urgente rediseñar el tema de lo cultural no como un espacio para los signos discursivos o simplemente para decir que «la cultura es tarea colectiva», sino para entender cómo las gentes (actores fundamentales de los procesos culturales) están asumiendo, desde la dinámica del mercado en donde los intercambios -comerciales y culturales- se intensifican y en donde además los medios de comunicación disuelven las viejas y tradiciones estructuras del gusto social, la dura tarea para sobrevivir dentro de nuestros conflictos y nunca acabadas sociedades.

El discurso de la integración resulta en este tiempo un signo de unificación y a la vez, ruptura de las fronteras. Nadie duda en estos momentos de la necesidad y de los beneficios de la integración, pero se cuestiona realmente si ese discurso en el contexto de la región y entre países ha sido una realidad y no sólo un sueño en la mente de los gobiernos, de los ministros respectivos, de los economistas y de los propios empresarios. Si revisamos el mapa de América Latina, si observamos los documentos suscritos en todas las reuniones de carácter integracionista veremos como afloran más los obstáculos que las concreciones resultantes de esos procesos. Hay un deseo de la integración, una retórica de la integración y unos imaginarios de la integración.

Lo que no hemos logrado, quizás solamente en principios, dentro de este nuevo escenario de globalización en el plano de la política y de los mercados, lo hemos alcanzado en la presencia tangible de una nueva realidad comunicacional llena de riqueza, contradicciones y de paradojas que nos convierte no tan sólo en consumidores/receptores sino también en productores ávidos de alcanzar nuestros propios mercados primero, y luego los mercados-mundo. El investigador Rafael Roncagliolo lo apunta bien al decir que «como en ningún otro terreno, en el de la comunicación se hace visible lo que la Integración de tiene de Integración a. Pues si hay un movimiento poderoso de superación de barreras y disolución de fronteras es el que pasa por los medios y las tecnologías de información y comunicación»⁽¹⁹⁾. En esa misma línea de pensa-

miento, García Canclini sostiene que «Una mayor integración cultural de los países latinoamericanos, y de éstos con el mercado mundial, se está produciendo desde hace unos cincuenta años a través de los medios de comunicación masiva. Primero la radio y el cine, luego la televisión y las últimas tecnologías (fax, correo electrónico, comunicación por satélite) nos vinculan en forma fluida y simultánea con la información internacional, a la vez que facilitan la exportación de algunos productos culturales latinoamericanos: notoriamente, las telenovelas mexicanas y brasileñas, y ciertas músicas étnicas y regionales. Los medios electrónicos están logrando un conocimiento recíproco entre los países latinoamericanos que dejan muy atrás los tímidos aportes de las embajadas y los planes de la OEA y otros organismos internacionales»⁽²⁰⁾.

¿Cuál es el sitio que ocupan, en la integración de imaginarios de nuestros pueblos y gentes, esos productos culturales nacidos a veces en el barrio popular o en la ciudad, otras en la extensa franja de tierra fronteriza que nos separa, y también los que surgen de las industrias culturales en sí o incluso mezclados o hibridados a los productos de otros campos de la cultura? ¿Qué se hace (el tema de los usos) con esos productos culturales en términos precisos de integración y conocimiento mutuo? O en otras palabras: ¿Cómo nos percibimos desde esas industrias culturales, desde los formatos y géneros del audiovisual, de la música radiada y escuchada en el salón de la casa o fuera de ella? ¿Cómo advertimos, desde cada lado, los imaginarios que nos transmiten y que a la vez estamos conformando en y a partir de esos aparatos comunicacionales y culturales masivos? ¿Cómo nos imaginamos, cómo se imaginan y qué imagen asumimos?

Demasiadas preguntas, pero requeridas de respuestas. Porque hasta ahora, desde ese otro lugar desde el cual se ha venido pensando en el pueblo, en sus inquietudes y en su disfrute cultural; no hay respuestas que respondan de verdad ante lo que allí se está pensando y conformando como cultura, inclusive identidad y valores propios. Requerimos entonces de una forma de aproximación poco o nada convencional que recree, tal como apuntamos al inicio de este texto, una transformación y reconceptualización de las nociones de la teoría social y de las prácticas políticas así como de la cultura

y de sus prácticas en relación con los medios. Se trata de una tarea de comprensión hermenéutica, pero de signo contrario a como se ha venido haciendo y reformulando. Es la necesidad de conferirle importancia significativa a las prácticas sociales como prácticas culturales. Quizás aquello que escribiera el historiador Elías Pino Iturrieta ayude al entendimiento de este aspecto. Decía Pino Iturrieta: «*Atentas a la comprobación de teorías universales, la mayoría de las investigaciones sobre la sociedad colonial no se han detenido en el estudio de la rutina, esto es, en las cosas que realmente importaron a los súbditos del rey que más tarde aparecen construyendo la república. En consecuencia, desembocan en versiones que no aprecian la heterogeneidad del fenómeno. Otros análisis de reciente cuño, gracias a la utilización de las estadísticas procuran enmendar las falencias de los estudios genéricos. Ciertamente corrigen muchas de las apreciaciones precedentes, pero convierten a las criaturas en guarismos y se desentienden del tono vital que determinó el escenario. En definitiva, ambas tendencias subestiman a las personas que una vez ocuparon el centro de las tablas, y de cuyas reacciones ante las naderías de la existencia surge una vitalidad emparentada con la historia posterior. Esa vitalidad necesita un estudio pormenorizado*» (21).

Lo que sigue son *claves* que dan la clave. Porque en música «*las claves dan la clave*» y una vez que termina la música *las claves* quedan sonando, como agente psicoactivo, en las palmas de sus escuchas, en los pies de los bailadores. *Las claves* son como una memoria corporal. El intento nuestro es ése. Es decir, apuntar claves de cómo hoy se está acomodando la integración de imaginarios entre nuestros pueblos a partir de las industrias massmediáticas en el sentido pleno y abarcador del término.

Ahora, pasemos revista a *productos culturales* que han servido y que están sirviendo de encuentro. Que han hecho que desde aquí conozcamos a nuestro vecino por encima de la retórica oficial ante la integración y pasando de largo a las manifestaciones de la «alta cultura» que siempre ha promovido el discurso oficial en relación a la integración y las relaciones binacionales.

1. «Voy llegando a la frontera...»

José Lezama Lima, ese gran escritor y cronista cubano y del Caribe, llegó a

escribir una formidable descripción del barrio en donde irrumpió un ritmo y una musicalidad que solamente seremos capaces de entender entendiendo al barrio. «*¡Qué distintos algunos parques de barrio! La alegría y el cansancio que muestran, tienen la doble marca de una jornada que se vivió con rigor, viven en casas pequeñas, en cuartos imposibles o en pasajes tintos de sol, y al llegar la benévola, como los griegos le llaman a la noche, sienten el deseo de comunicarse, de respirar, de rodearse de un paisaje que durante el resto del día se les ausenta. Así se forma el ideal medieval de la vecinería, el orgullo de crecer en un barrio dentro de la ciudad, que a su vez tiene que manifestarse ya en forma universal, en el lenguaje severo de que tiene que ser oído*» (22) El lenguaje y el ritmo es *la salsa*, «*auque la salsa no es un ritmo, y tampoco es un simple estilo para enfrentar un ritmo definido. La salsa es una forma abierta capaz de representar la totalidad de tendencias que se reúnen en la circunstancia del Caribe urbano de hoy; el barrio sigue siendo la única marca definitiva*» (23).

Desde ese estilo o ritmo musical es que nosotros sabemos de los procesos migratorios de Colombia hacia Venezuela. «*Caminos verdes*», la canción que Rubén Blades recrea para hablarnos de los traspasos de un lado hacia el otro en busca de mejores condiciones de vida y con ellos signos lingüísticos, costumbres culinarias, vestimentales, gestuales y tradiciones que se mezclan y se desterritorializan en procesos de encuentros y desencuentros con otras tradiciones y «*formas de ser*» para conformar «*identidades confundidas*» que resultan finalmente nuevas identidades.

Pero Rubén Blades no nos canta nada que ya no conociéramos. Sabíamos desde la mitad de la década del sesenta de esas migraciones producto de la bonanza nuestra y de la pobreza y necesidad económica de ellos. Pero el venezolano también emigraba hacia la frontera, el destino era Cúcuta y Maicao, pero en un tránsito temporal, buscando la imagen de lo importado en la ropa, en el cuero, en los muebles, en los licores... que siempre resultaban al cambio de mejor precio. Si de este lado se conjugaban imaginarios, modos de vida e interpretaciones; del otro, se dan igualmente intersecciones de carácter cultural con nuestra presencia de paso que siempre era esperada y bien recibida por unos cuantos bolívares.

¿Cuántos libros, investigaciones y

reflexiones se habrán escrito y llevado a cabo en torno al tema de la dinámica migratoria de los sesenta, setenta y ochenta? Total, tuvo que venir una música insertada en disco primero, en cassette casi inmediatamente y luego en CD para que nos lo cantaran y supiéramos de esa realidad: «*Mientras en Caracas un reducido grupo de exquisitos, fríos y cultos, se caía a trompadas mientras veía un mediocre show de Gloria Gaynor, en Maracaibo, en un recital multitudinario, Rubén Blades cantaba su salsa con la gaita de Los Guacos*» (24). Hace muy poco, esta vez en Caracas, el mismo Rubén Blades, y otra vez con *Guaco*, volvía a poner de moda, aunque fuera por una noche solamente y entre los jóvenes, que era el público mayoritario que estaba presente en el concierto, la salsa. Seguía el encanto de la cultura popular urbana de este instante («*la mezcla de lo real y lo industrial*») cantando:

«*Voy llegando a la frontera...
(coro) ¡Eheheheheh...ae!!!!
Pa' salvarme en Venezuela...
(coro) ¡Eheheheheh...ae!!!!*

2. Acordeón, caja y guacharaca

Si la salsa es una música del Caribe urbano y desde ella conocemos al barrio y la pobreza que está allí presente, con el vallenato nos reencontramos de nuevo con el Caribe, la ciudad y el barrio dentro de la ciudad. César Miguel Rondón cerraba la última página de su libro *Salsa. Crónica de la música del Caribe* diciendo que en el Caribe está el barrio, y él es dueño único de ese canto. Esto es igualmente válido para la salsa como para el vallenato.

En 1995 un joven artista colombiano de nombre Carlos Vives imponía por la radio, en presentaciones televisivas y por la venta masiva de cassettes-discos-CD una pieza que quizás sea la composición vallenata que más conozca el joven de hoy aquí en Venezuela y quizás de la misma Colombia: «*La gota fría*». Esta expresión, cantada desde el escenario cual cantante de rock, ha servido de reconocimiento para que un sector juvenil conociera de otra manera la presencia de una porción del Caribe bajo la forma musical de vallenato. Tuvo que llegar la industria del disco y la gran industria cultural de la televisión para hacer del vallenato una expresión musical masiva que se recrea y reconfigura a cada instante desde sus orígenes hasta las formas modernas de presentación y circulación simbólica.

Emiliano Zuleta Baquero («El viejo

Mile») creador de «La gota fría» nos sorprende diciendo: «*Porque en esos años había tres tríos de más... los que tocaban en las bandas, que eran los que estaban en el club de los ricos; quienes ejecutaban 'la colita', música en la que se utilizaban bombos, doblantes, violines y otros más; y quienes tocábamos música de acordeón, que era de los pobres, la que escuchaban los parranderos*»⁽²⁵⁾ Pero hoy, como ya caracterizamos, estamos ante un nuevo escenario sociocultural en donde la llamada «oralidad secundaria», debida a los medios de comunicación masiva y del desarrollo de las grandes industrias culturales, está actuando como espacio de disolución y re-asunción de ritmos e imaginarios colectivos que hasta no hace mucho eran heterogéneos.

Si los jóvenes de casi todos los sectores sociales, pero especialmente los de clase media y alta, y seguramente los no tan jóvenes, han disfrutado del vallenato de la mano de Carlos Vives, encontraremos a públicos del barrio tanto en la periferia de Caracas como de las capitales de los estados fronterizos viviendo esta música como propia y reviviéndola en las ceremonias nocturnas a través del baile y el desenfreno... Es que en Venezuela nos hemos encontrado, desde esta década de los noventa, con una Fundación Vallenata que rescata desde nuestro espacio el ritmo de Rafael Orozco (desaparecido) con el *Binomio de Oro*, las expresiones de Diomedes Díaz («El Cacique») y las canciones del mismísimo *Binomio de Oro* que a tanta gente congregó y reunió en multitudinarias concentraciones masivas en las ciudades fronterizas como Maracaibo, San Antonio del Táchira, San Cristóbal y en la ciudad de Mérida. La mitología televisiva y discográfica, incluso la que impone la palabra impresa de las revistas y de los afiches encartados, nos recordará a «El Pollo» (Israel Romero, el otro integrante del *Binomio*) y a «Rafael» a través de canciones como «Nostalgia», «Muere una flor», «Mujer de mis sentimientos» y aquel vallenato dedicado a Caracas que retumbaba en las plazas de toros y en los espacios abiertos de las ciudades de frontera y que todos escuchamos y vimos a la gente cantar por la mediación de Sábado Sensacional en la pantalla televisiva:

«Un vallenato paquí...
vallenato pacá,
bailando con su ritmo vallenato,
toda mi gente me la voy a vacilar.
¡Caracas es Caracas!

como me gusta esta ciudad.

¡Ay!,
*pero que lindas muchachas las que
tiene esta ciudad,
lalalalalala...»*

Nota de prensa del 6 de mayo de este año aquí en Caracas: «El astro Diomedes Díaz viene con su hijo Rafael Santos al Concierto Mundial de Vallenato que se montará el 15 de mayo en el Club del Pinar, junto con *Los Diablitos*, *El Binomio de Oro*, *Los Betos*, *Los Chiches* y otros grupos colombianos. Por Venezuela actuarán Reyna Lucero, Cristóbal Jiménez y *Un Solo Pueblo*». Esta es la verdadera integración, es la integración de las sociedades, es la integración de la «actuación» y «ritmo»: es la integración de los signos y la circulación de significados sociales que nos aproxima aún a pesar de nuestras diferencias geográficas y socio-culturales.

Hay otras expresiones colombianas que no han tenido gran arraigo entre nosotros: Dentro de ese grupo hay que mencionar el porro «La múcura», y que alguien definió «como un merengue golpeado». Aquí la bailamos y aquí la disfrutamos, porque desde el espacio de lo cotidiano, que es lo mismo que decir «desde el sentir de todos los días», «podemos hablar de una estética en el Caribe, esa es la del ritmo. Para eso no hay más que ver a un tamborero tocando, o a un rumbero; a la gente bailando casi en estado de trance. Yo creo que esto influye en nuestra manera de hablar, de caminar, de movernos, de querer estar en dos o tres lugares a la vez, o sea, de funcionar biculturalmente»⁽²⁶⁾.

De este entrecruzamiento musical, desde el vallenato recreado por Carlos Vives y su banda, hasta el vallenato como expresión más popular con *El Binomio de Oro* y la solitaria expresión de «La múcura» (que no sabíamos que era un porro) nos topamos con un cruce de identidades que se identifican todas ellas en la «comunicación generalizada» de los formatos de las industrias culturales y sus respectivos géneros, hasta en los espacios nuevos de comunicación que se abren en la ciudad moderna. Desde ahí es que se están dando las nuevas dinámicas de la integración en el sentido de la conformación de imaginarios colectivos, que es lo mismo que decir cercanías y proximidades que poco han logrado la política y los diálogos integracionistas.

3. Diálogo con los jóvenes

Walter Benjamin hablará de un nuevo

sensorium, término con el cual podemos identificar las nuevas sensibilidades que emergen en la cultura juvenil de hoy. Y por otro lado, un sociólogo francés de este momento -Michel Maffesoli- refiere el término de *tribus urbanas* para indicar con él la manera como esos mismos jóvenes están asumiendo la nueva socialidad desde el espacio de la ciudad. Uniendo ambos vocablos y lo que ellos están significando tendremos como consecuencia una caracterización de la cultura juvenil de este tiempo y momento.

Una forma de vislumbrar esa nueva sensibilidad en los jóvenes de hoy es a partir del análisis cultural de una expresión musical que no nos pertenece pero que ya han hecho suya, con relocalizaciones bien particulares, como es el rock y la práctica cultural que se establece con él desde la producción, la circulación, hasta el consumo/apropiación.

La consideración de esta práctica cultural, tal como indica Adrián de Garay Sánchez⁽²⁷⁾, constituye una manera de acercarse al conocimiento de las identidades culturales de los jóvenes de hoy, además de que «se trata de una práctica cultural que no ha respetado fronteras, posibilitando incluso la gestación de versiones nacionales, donde la juventud local ha podido resignificar la herencia de la importación para darle su sello propio»⁽²⁸⁾. Igualmente, debemos considerar a esta expresión cultural como unificadora de distintas industrias culturales y espacios de comunicación/circulación, de la misma manera que no conoce de clases sociales (es *transclasista* como nos dice Garay Sánchez).

En el caso venezolano, en relación con la conexión rockera colombo-venezolana y la *influencia* del rock colombiano, podemos mencionar algunas pistas que nos dan buena cuenta de como el *campo* del rock otorga identidad a uno sectores de la sociedad en donde los problemas de la integración comercial, los asuntos fronterizos, la narcoguerrilla, los secuestros y los paramilitares, aún siendo problemas a resolver, constituyen signos que los desintegran como sujetos sociales. Sin embargo, el rock otorga a esos jóvenes un espacio común de encuentro a través del cual se reconocen e identifican como pertenecientes no a naciones y espacios geográficos distintos, sino a tribus semejantes con parecidos problemas e inquietudes. Ni siquiera el arte, o la literatura, u otras manifestaciones de la «alta cultura» los ha identificado tanto en la idea de lo que

expresara una vez Pete Townshend (guitarrista del grupo *The Who*): «Creo que el rock puede hacerlo todo, es el último vehículo para decir cualquier cosa, para destruir cualquier cosa, para matar y para crear (...) El rock es un reflejo de lo que está ocurriendo alrededor. Si lo que ocurre es caótico, se puede extraer un orden de ese caos llamándolo caos»⁽²⁹⁾.

Los grupos de este relato están encarnados, vistos desde Venezuela por supuesto, en primer lugar y significativamente en los *Aterciopelados* (*Los Atercios*, para las audiencias juveniles). Se trata de una banda colombiana dentro del estilo pop y es la que tiene mayor proyección internacional en la actualidad. Este grupo ha dejado huella en nuestro país. No hay joven de clase media y popular que no haya escuchado a su cantante Andrea en radio, en espacios abiertos, en CD o en discos de acetato. Cumplen con la idea, como toda expresión juvenil y de moda de hoy día, de que su práctica cultural es *transmediática*, es decir que cruza distintos medios de comunicación en diferenciadas industrias culturales. Integrantes de bandas juveniles venezolanas, que llegan a interpretar y versionar temas de *Los Aterciopelados*, expresan muy francamente que «esta banda logró romper con el prejuicio anticolombiano que en algunos sectores juveniles se había internalizado»⁽³⁰⁾.

Dentro de esta conexión rockera colombo-venezolana hay que mencionar a otros grupos que no han tenido una buena estrategia de *marketing*, que no han contado con proyección de imagen a través de *MTV Latino* y por eso son casi desconocidos en nuestro contexto, pero sin embargo en algunos círculos juveniles y en insospechados programas de radio especialmente en la banda de F.M. se han podido oír. Mencionemos. En el rock pesado («durísimo») una de las bandas más conocidas en Colombia quizás sea *Los Kraker*. Ellos tocaron en 1991 en un festival «extremo» en El Poliedro de Caracas que reunió a no más de mil o mil doscientos jóvenes. La explicación nos la da Horacio Blanco, líder y cantante del grupo venezolano de ska *Desorden Público*, al expresar que: «Es cierto, los entendidos en la materia estaban alucinados por tener aquí a los veteranos (...), pero en términos generales a los chamos venezolanos-rockeros o no, no los mueve el heavy. No, ese sonido no tiene casi ninguna repercusión por acá. Y es que en Venezuela, más allá de minúsculas

tribus caraqueñas y quizás valencianas, no funciona ni el 'speed metal', ni el 'death metal', ni el 'grindcore', ni ningún otro rollo 'extremo' (...) En contraposición, los jóvenes colombianos producen y consumen muchísimo rock extremo. En el pasado Festival Rock el Parque, evento anual de libre entrada, financiado por el gobierno bogotano, y que en su más reciente versión de octubre de 1998 llamó a más de 80 mil almas, lo que más hubo fue rock duro, durísimo. (Por cierto, en ese Festival han tocado agrupaciones venezolanas como Zapato 3, Plomo Reventa y Desorden Público)»⁽³¹⁾.

Dentro de las otras manifestaciones y derivaciones del rock, como son la «movida punk», el ska y las denominadas «fusiones calientes del rocklatino» no tienen una mayor penetración desde Colombia entre nuestros jóvenes. Quizás en el caso del ska la influencia va de este lado para aquel. Estas expresiones son una muestra evidente de la llamada *destrritorialización simbólica* que da al traste, de alguna manera, con la idea clásica de la identidad cultural sostenida por los antropólogos que todavía siguen viendo en estas prácticas operaciones masivas de manipulación y de dominación. Qué bien lo refuta Carlos Monsivais a través de esta cita: «(...) que toda esta campaña contra la desnacionalización, contra la penetración cultural, es una campaña que es producto de la ignorancia de lo que sucede. Y producto de temores sobre las virgindades culturales que corresponden a etapas de fines del siglo XIX que no tienen nada que ver con la realidad. Todo lo que (...) dicen respecto de la transnacionalización y de la penetración cultural es una suma de estupideces. No saben realmente de qué están hablando.

Sólo se trata de lugares comunes y de imaginarse un pueblo perpetuamente virgen al que van mancillando en zonas y le van colocando aquí una canción de *Travolta* y tres éxitos de *Michael Jackson*, y aquí la producción entera de *Madonna*. Creo que es insensato. Hay eso, que no me parece, por otra parte, *desnacionalización*. Me parece un proceso casi natural en una atmósfera de *americanización internacional* que tampoco creo deba ser cuestión de grandes lamentaciones (...) Y, por otro lado, hay la transformación continua de las proposiciones de la industria cultural norteamericana en proposiciones mexicanas. El caso del rock es típico. Durante 10 o 15 años sólo se aceptó canciones de rock cantadas en

inglés porque se pensaba que era su idioma natural y que usar el español era traicionar la esencia del rock. Eran canciones disparatadas. Yo recuerdo una sobre la matanza del dos de octubre del 68, en inglés. Me parecía, un tanto llevar al colmo -aquí sí- la mentalidad colonizada. Pero resultó que era una etapa necesaria y luego, inmediatamente después, empezaron a surgir canciones en español cada vez más violentas, en un proceso absolutamente similar al del rock subterráneo del Perú. Donde el ingenio, la *autoflagelación sardónica*, la *sexualización*, la *irreverencia*, la *falta de respeto*, como el único respeto que se le debe a las instituciones, etc., se vuelven todo un idioma y eso es lo que han conquistado en definitiva a la mayoría de los jóvenes mexicanos, que siguen oyendo a *Madonna* o siguen oyendo a *Bruce Springsteen* pero que al mismo tiempo, en lo que más les atañe, escuchan un rock en español muy violento, muy nacional, en la medida en que sintetiza formas de vida, teorías y actitudes, y que es muy contestatario, no sólo contra el Estado sino, especialmente, contra la sociedad (...) Yo pienso que en todo eso se ha creado un alarmismo cultural, no sólo infundado, sino una desconfianza respecto a las capacidades del público, a las capacidades incluso de los creadores de la industria cultural y de los márgenes de la industria cultural» (Destacado nuestro)⁽³²⁾.

4. Otra forma y estilo musical: Shakira

Esta cantante, nacida en la ciudad costera de Barranquilla, ha roto todas las cifras de audiencia en nuestro país. La tesis de lo *popular*, observada desde este tipo de fenómenos aupados por la industria del disco-televisión-radio-impresos-presentaciones abiertas, debe ser reconsiderada y vista a partir de estos procesos dentro de la mundialización cultural en la que estamos inmersos. Lo popular ya no responde solamente a la idea de clase social subalterna en el mejor estilo gramsciano, responde con mucha fuerza y presencia al espectáculo, al consumo, a las multitudes, a las pantallas televisivas, a las ondas de las emisoras de radio y a las atmósferas del disco-cassette-CD hoy. Diría Monsivais: «Es la hora del consumo de emociones».

Shakira Mebarak Ripoll se define así en su estilo musical: «Cuando escribo, no estoy pensando en hacer una historia con la que muchos se sientan identificados. Sólo lo hago como una necesidad para

no volverme loca, no cargar con todos mis males y buscarles una cura (...) simplemente estoy tratando de descargar mis emociones sobre el papel. Luego, cuando ya las canciones existen y alguien se acerca para decirme: '¡ay!, mi novio también me está dejando por una bruja pedazo de cuero' como digo en mi canción, siento una satisfacción y una felicidad mayor porque pienso al menos no soy yo sola la que pasa por esas experiencias»⁽³³⁾ Y en algún lado llegó a decir que su «música es sincera, es música cotidiana».

Variedad de respuestas vamos a encontrar para definir lo cotidiano. ¿Lo cotidiano es lo que nos pasa día a día, es lo que vivimos en el día a día? ¿Es eso real, se pregunta Carlos Monsivais? Y se responde inmediatamente: «Aquello que nos involucra afectivamente, las atmósferas y diálogos que actúan a modo de espejo, los personajes que odiamos y amamos al punto de la identificación plena, el cúmulo de circunstancias y productos (teatrales, musicales, radiofónicos, fílmicos) que son 'lo más real' porque distancian de la mezquindad y la circularidad de las vidas (...)»⁽³⁴⁾. Lo cotidiano es el lenguaje en el que todos, sin excepción de clase o religión, sexo u otra diferencia marcada, nos identificamos. El punto de contacto entre venezolanos y colombianos, mexicanos o argentinos, quizás sea esas emociones de Shakira en «Peligro», «¿Dónde estás corazón?», «Pies descalzos» y en «¿Dónde están los ladrones?». Piezas musicales, fusión de la balada pop con el rock, que nos están reconociendo y reconociéndonos en esta «aldea global» o espacio globalizado que impusieron antes que nadie las industrias de lo simbólico hoy: las industrias culturales que rompieron con «Las pautas jerárquicas de la distinción cultural-tanto del lado de la producción, como de la circulación y el consumo (...) se entrecruzan de una manera más variada y plural, sustituyendo las simples oposiciones entre alto/bajo, elitario/masivo, por nuevas y múltiples diferenciaciones entre estamentos productores, comunicadores y receptores. La segmentación del consumo aumenta así tendencialmente hacia el infinito, en la misma proporción que lo hace la oferta. Los bienes culturales pasan a encarnar así una nueva lógica, librándose parcialmente de sus anteriores ataduras estamentales y de clase. Mejor dicho, a éstas se agregan y sobreponen ahora las lógicas de lo otro, de la diferencia, de lo híbrido, de lo diverso, de la recom-

binación, de la heterogeneización, de la plena mercantilización y de la globalización»⁽³⁵⁾.

5. «Quiero llorar con él... y todo por amor»

Hagamos un collage de varias escenas que nos muestran el valor simbólico y el sentido de pertenencia a la vida que se siente, creo que para todos es una sensación semejante, al ver todos los días del año y a la misma hora, durante 160 capítulos o algo semejante eso que llaman en literatura un melodrama. «*Lo propio de la literatura moderna es la renuncia al melodrama, que se traslada al cine y a la telenovela. Pero magnificada en la pantalla o trasladada a la casa sin reacciones contiguas que la avalan, la moral tradicional se vuelve irreal, escénica (...) Por sobre todas las cosas, el melodrama conforma la 'psicología popular' en los asuntos 'de la vida y la muerte', que se fundan en los sentimientos de fracaso*» (36).

Escena 1:

Casi siempre los jueves, en aquel indescriptible cafetín de la Universidad Central de Venezuela, donde una dosis de gas lacrimógeno puede infiltrarse en la pituitaria con el primer sorbo de una «frapé» de parchita, en un ambiente tan bucólico como cosmopolita que sólo el alma mater puede brindar, dos ilustrados e ilustres profesores de periodismo, barbudos autores de tratados de sociología de la comunicación, discuten entre divertidos y solemnes, como si del último libro de un maestro francés se tratara, los antagonismos de la personalidad del juez Alvaro Infante, las travesuras del inescrupuloso Arístides Valerio, las ocurrencias de la poderosa morena Eloína Rangel y, en fin, los inesperadamente previsibles giros de «Por estas calles», la telenovela de las nueve, hoy en día considerada materia de sesudos seminarios y hasta motivo de interrupción de labores presidenciales, a la vez que imbatible conquistadora de «rating» (Roger Santodomingo, 1992).

Escena 2:

Recuerdo un día cualquiera del año 1988... Cuando el Decano de aquel entonces de la Facultad de Humanidades y Educación de la UCV, en una seria reunión de corte académico con todos sus directores y coordinadores en donde se estaba discutiendo los planes y proyectos para la Facultad de Humanidades, detuvo la reunión universitaria y miró la hora: 8.30 de la noche. Dijo entonces: -»Señores

profesores, hasta aquí nuestra reunión, creo que la Facultad y la Universidad pueden esperar una hora más para que nosotros decidamos cuáles deben ser los proyectos que le debemos fijar y que debemos llevar a cabo». Las caras de extrañeza, no entendíamos que estaba pasando, cada director seguramente se preguntaba lo mismo: -»Algo grave o importante debe haber sucedido. O quizás una cita de importancia... para suspender tan abruptamente la reunión». Explicó el Decano: -»Lo que ocurre es que a las 9.00 en punto comienza «Roque Santeiro» y está bien buena...» (Marcelino Bisbal, 1988).

Escena 3:

Resulta que un intelectual, escritor de ensayos y novelista, le explicaba acerca de las «operaciones de manipulación y alienación de las que está siendo objeto» a la «pobre mujer» aficionada a la telenovela, a los «teleculebrones» como los propios intelectuales las llaman, que además la ve llorar y sufrir con los actores-personajes. Que siente que se angustia profundamente con lo que a hombres y mujeres que transitan frecuentemente frente a la pantalla televisiva les pasa: primero a las 12 m., luego a la 1.00 p.m y después a las 3.00 p.m... vuelven a las 9.00 p.m y se repiten (a veces) a las 10.00 p.m, inclusive los sábados. Le dice que todo es truculencia, que esos lloros y escenas de tragedia son pura ficción... Y la mujer, ya no tan pobre, se le volteaba seria y con el ceño fruncido lo interpela: «Usted no se da cuenta, y no parece inteligente, que esta es mi hora de llorar, que es el momento para llorar y angustiarme, y para sufrir...» (Marcelino Bisbal, 1997).

Escena 4:

Ese gusto mío por la televisión yo creo que lo tengo desde chiquitica. Yo me recuerdo en Tucupido, cuando venía el circo, y yo veía el desfile de los altistas; me quedaba como lela, como atontá, me encantaba demasiado. No me importaba si el león y el elefante estuvieran muertos de hambre; ni siquiera si los payasos tuvieran la cara así, como tristes; y las trapecistas y las bailarinas tuvieran las ropas raiditas y zurcidas. A mí siempre me ponían contenta, me ponían a imaginá cosas. Lo que hacían era bien bonito. La gente se reía, se gozaba un puyero. Es lo mismito que me pasa con mi televisión, es igualito. Bueno, casi... lo malo era que aquel circo siempre se iba.

(...) Televisión hubo más adelante, uno oía los programas por la radio, las

comedias y los concursos. Después fue que vino la televisión; desde que vino, fue lo primero pa mí. Yo digo que una casa, un hogar sin televisión no vale nada, porque yo mi televisión es lo primero. En mi casa cuando llego, lo primero, lo enciendo. A mí la televisión me hace falta, yo no sé, yo sin la televisión no me hallo, yo todo es con mi televisión ahí prendía. Es que yo soy así.

(...) Uno en la televisión se olvida de todo; de los problemas de la casa, eso se olvidó aquí. Yo aquí sólo comento las cosas de los artistas, las cosas de aquí. Yo con eso me lleno de alegría (...) ¿Quién habrá inventado esa maravilla? (Mario Aranga, 1994).

Si en los comienzos de la década del setenta un punto de contacto entre Colombia y Venezuela lo constituyó la frontera a través de «los caminos verdes» como se le ha llamado a este encuentro ilegal y nada fortuito⁽³⁷⁾; hoy la migración es simbólica por intermedio de la telenovela desde donde se experimentan nuevas interacciones y formas de relación social. En los momentos del mayor flujo de personas entre ambos países, la telenovela venezolana constituía el género hegemónico del melodrama televisivo en Colombia. El panorama ha cambiado: de aquel «Cristal», «Topacio» o el clásico «Derecho de nacer» hasta «Por estas calles», hemos pasado a que ahora la telenovela colombiana -que no sólo estructura novedosas e ingeniosas armazones narrativas- acapara una audiencia importante en nuestro país. Pudiéramos decir que en estos momentos en América Latina tenemos dos tipos de melodrama televisivo: el que sustenta Brasil y Colombia y del otro lado estaría Venezuela, México y Argentina. Hasta el mecanismo de comercialización se ha diversificado: «Cinco comercializadoras se disputan el planeta para vender telenovelas latinas. La mayor es Protele, que distribuye los productos de Televisa, el coloso azteca. Le sigue Globo Internacional de TV Globo de Brasil, Venevisión Internacional de Venezuela, Coral Pictures de Radio Caracas Televisión y Tepuy Internacional. que saca el 70 por ciento de los productos colombianos y la programación independiente de Venezuela, Chile y otros países»⁽³⁸⁾. Esto se llama segmentación del producto, incluso de los gustos simbólicos.

«Señora Isabel», «Café con Aroma de Mujer», «Guajira», «Perro Amor», «En Cuerpo Ajeno», «Las Aguas Mansas»,

«La Viuda de Blanco», «La Otra Mitad del Sol») han sido telenovelas colombianas de gran éxito (rating) en nuestro medio. Un diario como *El Nacional* llegó a titular que «Colombia lava su imagen con melodramas». Fernando Gaitán, escritor y director de trabajos como «Café con Aroma de Mujer» y «Guajira» expresó, desde su punto de vista, una razón para explicar ese gusto nuestro por la telenovela de ellos: «Durante muchos años Venezuela y México perdieron muchas oportunidades de mostrar su país tal cual es (...) Estos dos países le tuvieron miedo al acento, a las costumbres y a la cultura, como forma de ser, del mexicano y venezolano (...) Entonces se crea una cosa que funciona, pero que a mi modo de ver es aberrante, que es la telenovela neutral, las novelas donde no se menciona las ciudades, ni los países, no existen ningunas referencias (...) son ciudades fantasmales y hombres y mujeres que pudieran pertenecer a cualquier lado. Y esa telenovela se comercializó, y con mucho éxito, pero se perdió la oportunidad de mostrar a los propios países y sus culturas»⁽³⁹⁾.

A pesar de ello, la telenovela colombiana así como la brasileña alcanza una audiencia de clase media y media alta. Aunque José Ignacio Cabrujas nos dijera que él no escribía telenovelas para la clase media culta, y que esa clase debería leer, pero a la clase media culta también le gustan las telenovelas. O lo que apuntara Martín Barbero al interrogarse por sobre ¿qué masivo masoquismo, qué comportamiento suicida de clase puede explicar esta fascinación? Delia Fiallo, esa escritora de las más gustadas telenovelas en la región, que crea y recrea viejas historias para convertirlas en racionalidad mercantil, pero también en racionalidad simbólica ve así el fenómeno: «Porque cuando se habla de telenovelas, hay que hablar de sus detractores. A nuestras obras se les llama ofidios, bodrios, banales, cursis, alienantes y algo más que se le juzga en una forma divertida y burlona. Viste bien decir que no se ven las telenovelas, parece una actitud muy culta, muy refinada no ver telenovelas, aunque muchos de estos críticos se conocen todos los incidentes de cada capítulo (...) Son gente que vive atada a viejos esquemas culturales. Gente que no baila pegado «Quiéreme mucho», que no canta «El Rey» cuando se pasa de tragos, que no llora cuando oye «Adiós muchachos compañeros de mi vida», que no sacude el cuerpo con «Oyeme Cachita»; que no se le va el alma en un

«cante jondo» (...) No entiende esta gente que todas esas especies populares citadas anteriormente, a veces despreciadas y escarnecidas, forman parte también de nuestra cultura. No entienden que ya resulta anticuado encerrar el concepto de cultura dentro de cánones rígidos y pensar que 'cultura' es sólo aquello que pertenece a las artes tradicionales (...)»⁽⁴⁰⁾.

La telenovela colombiana ha funcionado también como «producto multimedia». Esto significa que con ella se vende la canción de presentación, las artistas y actores convertidos ahora en cantantes y de esta forma clásicos bailables de la cumbia, la guaracha, el porro, el vallenato... pasan a ser conocidos por estos lados y afianzar de esta manera (telenovela, música, ambientación, actores y contenidos) «las relaciones binacionales desde las fronteras del entretenimiento».

IV. CUESTIÓN DE PUNTOS DE VISTA...

Un estudio encargado por la Oficina Comercial de la Embajada de Colombia aquí en Venezuela, en la idea de analizar la imagen de Colombia en los principales diarios venezolanos (1997) llegaba a esta conclusión: «La primera conclusión que es necesario precisar se refiere al hecho de que, sin lugar a dudas, el tema de Colombia apasiona a la prensa venezolana, bien sea desde el punto de vista positivo, negativo o neutral, ocupando siempre la primera plana de los más importantes medios impresos de Venezuela (...) Del trabajo realizado el tema de Colombia es abordado desde un punto de vista que perjudica la imagen de Colombia en Venezuela. En ello intervienen muchos factores, como el del prejuicio hacia todo lo que significa Colombia y sus gentes que residen en Venezuela, la presencia recalcitrante de la guerrilla en la franja fronteriza de ambos países, el problema del narcotráfico en Colombia, y la xenofobia hacia nuestra nacionalidad que maneja un sector minoritario de la prensa (...) Desafortunadamente, ese tratamiento corresponde la mayoría de las veces a planteamientos desfigurados de la realidad colombiana y como tal es digerido por quienes no pueden leer entre líneas».

Al lado de esa idea de lo colombiano extraída desde nuestros principales diarios, está el esfuerzo que se ha venido haciendo desde otros ángulos del mundo cultural: intercambio de escritores, artistas plásticos, las novelas, presentaciones dancísticas y teatrales... Pero parece que

no es suficiente. Debemos voltear hacia otros espacios del intercambio cultural que hasta ahora han sido vistos, cuando no desconocidos, con prejuicios y profundos miedos. Las concepciones nostálgicas de la identidad, atravesadas por signos «culturalistas», y de la educación vista sólo desde el aparato educativo formal sin la consideración de otros códigos de producción cultural y seguramente alejados de la idea de la «ciudad escrituraria» de Angel Rama nos lleva a confusiones y a no entender el «clima cultural» de estos tiempos.

Debemos hacer, no sólo en el campo de las relaciones comerciales y políticas entre nuestros dos países, un gran esfuerzo para abrimos y sentir la fuerza de la complejidad cultural hecha hoy a retazos, de hibridaciones culturales, de desterritorializaciones y de nuevos *sensoriums*. No dejar solas a las operaciones «maquinadas» desde las industrias culturales, estar ahí para entender lo que desde ellas se está figurando y desfigurando a cada instante, todos los días y comprender que «Las formas enredadas-solemnnes, divertidas o grotescas- de la vida en sociedad se identifican ante sí mismas de modo más bien típico: multitudes que se hacen y rehacen cada minuto, carnavales previstos e imprevistos, capacidades adquisitivas, placer por extraviarse en los laberintos de la energía o de la inercia. Aquí la avidez todo lo devora, la resignación todo lo santifica, el relajo todo lo conoce y desconoce a la vez (...) La diversión genuina (ironía, humor, relajo) es la demostración más tangible de que, pese a todo, algunos de los rituales del caos pueden ser también una fuerza liberadora»⁽⁴¹⁾ □

NOTAS Y REFERENCIAS

- (1) Richard, Nelly (1996): «Signos culturales y mediaciones académicas», en el texto colectivo *Cultura y tercer mundo* (Tomo I). Editorial Nueva Sociedad. Colección Nubes y Tierra. Venezuela, p. 13.
- (2) B. Thompson, John (1998): *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Ediciones Paidós. Colección Comunicación, N° 101. España, p. 23.
- (3) Maffesoli, Michel (1997): *Elogio de la razón sensible. Una visión intuitiva del mundo contemporáneo*. Editorial Paidós. España, p. 13-14.
- (4) Zallo, Ramón (1992): *El mercado de la cultura. Estructura económica y política de la comunicación*. Gakua Liburuak, Gipuzkoa, p. 10-11.
- (5) B. Thompson, John (1998): *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación, op.cit.*, p. 17.
- (6) *Ibidem*, p. 7.
- (7) Fadul, Ana María (1992): «Las ciencias sociales en la enseñanza y la investigación de la comunicación», en la revista *DIALOGOS de la comunicación*, N° 32, Marzo 1992. Editada por FELAFACS (Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social). Perú, p. 6.
- (8) Citado por Bisbal E., Marcelino (1994) en *La mirada comunicacional*. Editorial Alfadil Ediciones. Colección Trópicos. Venezuela, p. 230.
- (9) García Canclini, Néstor (1994): «De Cartagena a Miami: Políticas multiculturales e integración por el mercado», en la revista *Nueva Sociedad*, N° 133, septiembre-octubre 1994. Venezuela, p. 31.
- (10) Ver al respecto nuestra investigación (coautor junto a Jesús M. Aguirre, Carlos Guzmán, Pasquale Nicodemo, Francisco Pellegrino y Elsa Pilato): *El consumo cultural del venezolano*. Editada por la Fundación Centro Gumilla y el Consejo Nacional de la Cultura (CONAC). Venezuela, 1998.
- (11) Rey, Germán (1993): «Los instrumentos de la levedad», en la revista *Inter-Medios*, N° 6, febrero-marzo-abril. México, p. 33.
- (12) Citado por Rey, Germán (1993). *Ibidem*, p. 33 y ss. El referido texto de Canclini, Néstor García (1991): «El consumo sirve para pensar» lo encontramos en la revista *DIA-LOGOS de la comunicación* N° 30, junio de 1991. Editada por FELAFACS. Lima, p. 8.
- (13) Brunner, José Joaquín (1992): *América Latina: cultura y modernidad*. Editorial Grijalbo y Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. México, p. 64.
- (14) Ver al respecto los distintos estudios que se han hecho en América Latina: los trabajos desde México de Néstor García Canclini, los nuestros desde Venezuela, los de Oscar Landi en Argentina, Carlos Catalán y Guillermo Sunkel en Chile y S. Ramírez y S. Muñoz en Colombia.
- (15) Datos tomados del estudio: *Perspectivas del mercado y la realidad social del venezolano*, de Datos Information Resources. Venezuela, 1999.
- (16) Investigación de *Cosar Grupo Comunicacional*. «Demoscopia Venezuela», 1997.
- (17) Barbero, Jesús Martín (1992): «El tejido comunicativo de la democracia. Por una nueva perspectiva», en la revista *Comunicación* N° 77-78, primero y segundo trimestre de 1992. Editada por el Centro Gumilla. Venezuela, p. D-28 (Dossier).
- (18) Brunner, José Joaquín (1992): *América Latina: cultura y modernidad, op. cit.* p. 67 y ss.
- (19) Roncagliolo, Rafael (1996): «La integración audiovisual en América Latina: estados, empresas y productores independientes», en *Culturas y globalización* (Varios autores). Editado por Nueva Sociedad, Seminario de Estudios de la Cultura (CNCA), Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO). Venezuela, p. 41.
- (20) García Canclini, Néstor (1996): «Políticas culturales e integración norteamericana: una perspectiva desde México», en *Culturas y globalización* (Varios autores). *Ibidem*.
- (21) Pino Iturrieta, Elías (1994): *Quimeras de amor, honor y pecado en el siglo XVIII venezolano*. Editorial Planeta. Venezuela, p. 14.
- (22) Citado por Domingo Álvarez (1980) en el «Prólogo» del libro *Salsa. Crónica de la música del Caribe urbano* de César Miguel Rondón. Editorial Arte. Venezuela. Sin página. El ensayo de Lezama Lima de donde se recoge la cita es: «Sucesivas o las coordenadas habaneras».
- (23) Rondón, César Miguel (1980): *Salsa. Crónica de la música*. *Ibidem*. p. 33.
- (24) *Ibidem*. p. 321.
- (25) En la revista *Arpa y Acordeón*, N° 1, abril de 1997.
- (26) Benítez Rojo, Antonio (1989): *La isla que se repite. El Caribe y la perspectiva posmoderna*. Editorial del Norte. Estados Unidos, p. XXVII.
- (27) Ver al respecto el trabajo del autor titulado: *El rock también es cultura*. Editado por la Universidad Iberoamericana dentro del Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales. Colección *Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales*, N° 5. México, 1993.
- (28) *Ibidem*. p. 10.
- (29) Citado por Adrián de Garay Sánchez. *Ibidem*, p. 27.
- (30) Entrevista personal a Horacio Blanco, cantante y líder del grupo *Desorden Público*. Venezuela, mayo de 1999.
- (31) *Ibidem*.
- (32) Citado por Bisbal E., Marcelino (1994) en *La mirada comunicacional*. Editorial Alfadil Ediciones. Colección Trópicos. Venezuela, p. 58-59.
- (33) Entrevista publicada en la revista *La Hoja del Gato*, Año 2, N° 22, noviembre 1998. Venezuela, p. 16 y 17.
- (34) Monsivais, Carlos (1991): «Literatura latinoamericana e industria cultural», en *Cultura y pospolítica. El debate sobre la modernidad en América Latina* (Varios Autores). Editado por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. México, p. 201.
- (35) Brunner, José Joaquín (1998): *Globalización cultural y posmodernidad*. Colección Breviarios (N° 532) del Fondo de Cultura Económica. México, p. 176.
- (36) Monsivais, Carlos (1991): «Literatura latinoamericana e industria cultural», *op. cit.*, p. 195.
- (37) Ver al respecto el conjunto de reportajes que publicara el diario *El Nacional* a partir del 15 de agosto de 1969. Esos reportajes fueron recogidos (1970) en un texto editado por el propio periodista Carías S., Germán (1970): *Por los caminos verdes*. Editado por Fedecámaras y la Federación Nacional de Ganaderos de Venezuela.
- (38) En el diario *El Nacional* del 6 de marzo de 1998. Venezuela, p. B-última.
- (39) Entrevista llevada a cabo por Maurcén Mijares Rodríguez y Daniela Yegres para su investigación de grado titulada: *Las Juanas, una comedia de Colombia o de como el trópico sirve de escenario a un país soñado*. Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela. Venezuela, 1998.
- (40) Fiallo, Delia (1995): «La telenovela, el viejo melodrama que nunca muere», en la revista *Comunicación* N° 91, tercer trimestre 1995. Editada por el Centro Gumilla. Venezuela, p. 17.
- (41) Monsivais, Carlos (1995): *Los rituales del caos*. Editorial Era. México, p. 15-16.