

Imperialismo cultural: cuando el olvido clausura la búsqueda del presente

Mag. Martín Alejandro Salinas

DNI: 23.688.445

UNSL

martinalejandrosalinas@[gmail.com](mailto:martinalejandrosalinas@gmail.com)

Red Social: @masel

Eje temático al que se postula: 13

Palabras claves (hasta 3 palabras)

IMPERIALISMO CULTURAL; IDEOLOGÍA; HISTORIETA.

Resumen (hasta 500 palabras)

¿Qué hace que un concepto o tradición se sostenga en el tiempo?, ¿cómo opera el olvido en una disciplina?, ¿qué aspectos permitiría estudiar hoy una tradición olvidada?, ¿cuáles serían sus limitaciones?, ¿de qué sería capaz de dar cuenta y de qué no? Esas son algunas de las preguntas que dieron origen a este trabajo, en el que pretendemos analizar el concepto de 'imperialismo cultural', considerado uno de los aportes distintivos de los estudios de comunicación en América Latina, para tratar de determinar si es aún relevante o no. Con la intención de llevar adelante esta tarea, recuperaremos los presupuestos teóricos de esta 'tradición olvidada' e intentaremos aplicarla al estudio de un producto de la industria cultural actual, más específicamente de una historieta, para comparar las conclusiones con las de uno de los más conocidos y discutidos estudios de este tipo, nos referimos al libro de Ariel Dorfman y Armand Mattelart, 'Para leer al Pato Donald: comunicación de masas y colonialismo', publicado en Chile en 1972.

"La memoria se instala en el campo de la ética"

Un punto de partida

¿Qué hace que un concepto o tradición se sostenga en el tiempo?, ¿cómo opera el olvido en una disciplina?, ¿qué aspectos permitiría estudiar hoy una tradición olvidada?, ¿cuáles serían sus limitaciones?, ¿de qué sería capaz dar cuenta y de qué no? Esas son algunas de las preguntas que dieron origen a este trabajo, en el que pretendemos analizar el concepto de 'imperialismo cultural', considerado uno de los aportes fundamentales de los estudios de comunicación en América Latina, para tratar de determinar si es aún relevante o no.

A decir verdad, la idea se originó durante el dictado de la asignatura Teorías de la Comunicación II en la Universidad Nacional de San Luis, que de acuerdo a la fundamentación de su programa, tiene entre sus objetivos recuperar algunas corrientes críticas del pensamiento latinoamericano y sus posibles implicancias en el contexto actual. La asignatura, correspondiente al plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Social, pretende ser un espacio de reflexión en la formación del Comunicador Social en tanto mirada crítica de los desarrollos teóricos formulados en América Latina. Así, a modo de cuarto y último parcial de la cursada 2017, se les solicitó a los alumnos que describieran un tema de interés para luego especificar su objeto, puntualizar aspectos del mismo en relación con el tópico elegido y fundamentar su elección. Posteriormente deberían precisar desde qué corriente de investigación, tradición o categoría abordarían su tema de interés y responder qué le permitirá problematizar el abordaje escogido. La intención era que los estudiantes de segundo año de la Licenciatura tuvieran un primer acercamiento a la tarea de realizar una de las operaciones primarias de cualquier trabajo de investigación. Pero la consigna iba mucho más allá, ya que si el parcial se hacía a conciencia, no sólo posibilitaría recuperar un concepto de la tradición latinoamericana de investigación en comunicación, sino que también pondría de manifiesto las posibilidades y las limitaciones de ese concepto en el contexto actual.

Tomando la consigna de la asignatura como punto de partida, intentaremos en estas páginas examinar la noción de 'imperialismo cultural', que como bien señala Santiago Gándara en su artículo 'Una reflexión sobre el estado del campo de la comunicación y la

cultura', fue 'olvidado' por los estudios de comunicación en América Latina, a partir de su etapa de institucionalización en los años 80s:

El “olvido” de aquella tradición crítica expresa los profundos desplazamientos en los estudios de comunicación y cultura que pasaron de la denuncia y la propuesta de alternativas frente a la “invasión” de la cultura masiva y el imperialismo cultural (en su etapa de autonomización, durante los sesenta y setenta) al análisis de las complejas relaciones a través de las cuales la cultura popular se “conecta” con la masiva (etapa de institucionalización, en los ochenta) para terminar en la celebración de una hegemonía massmediática que reorganiza fatalmente el universo cultural (profesionalización, en los noventa) (2010, p.2)

Teniendo en cuenta lo expresado anteriormente, en este trabajo recuperaremos las categorías analíticas y los 'métodos' de un estudio considerado paradigmático dentro de la corriente crítica latinoamericana, como lo es 'Para leer al Pato Donald: comunicación de masas y colonialismo', de Ariel Dorfman y Armand Mattelart; para analizar una historieta reciente, publicada originalmente en Estados Unidos y que tiene como escenario el territorio argentino. Lo que pretendemos realizar así, es un 'ejercicio', una 'experiencia' que nos permita poner de manifiesto las posibilidades y las limitaciones de este concepto en el contexto actual. En otras palabras, tratar de determinar si el certificado de defunción que se le emitió a la tradición latinoamericana del 'imperialismo cultural' fue prematuro o está debidamente justificado.

Comunicación, ideología y poder

¿Dónde se origina el concepto de 'imperialismo cultural'?, ¿cómo definir el término? En primera instancia, cabe señalar que aunque se considera al constructo teórico como una de las aportaciones más interesantes del estudio de la comunicación en y desde América Latina, a muchos les sorprenderá que Armand Mattelart, uno de los nombres más asociados a esta categoría, ubique su origen justamente en el corazón del imperio, más precisamente en los trabajos de los norteamericanos Herbert Schiller y Thomas Guback. Así, Mattelart recuerda que Schiller publicó en 1969 su obra 'Mass communications and American Empire', la que inaugura una larga serie de investigaciones que, a través del análisis de las relaciones entre el complejo militar y la industria de la comunicación, denuncia la creciente

privatización del espacio público en Estados Unidos. Por su parte, Guback edita ese mismo año, 'The international film industry', libro en el que analiza las estrategias de penetración de las grandes compañías cinematográficas de Hollywood en Europa. En cuanto al concepto en sí, Mattelart y Mattelart recuperan a Schiller para definir al imperialismo cultural como:

<<El conjunto de procesos por los que una sociedad es introducida en el seno del sistema moderno mundial y la manera en que su capa dirigente es llevada, por la fascinación, la presión, la fuerza o la corrupción, a moldear las instituciones sociales para que correspondan con los valores y las estructuras del centro dominante del sistema o para hacerse su promotor>>. (como se cita en Mattelart y Mattelart, 1997, p. 80)

Desde otro punto de vista, estas sorprendentes raíces norteamericanas del término no parecen serlo tanto, al menos para los colombianos Gilberto Bello, Juan Buenaventura y Gabriel Pérez, quienes sostienen que el surgimiento de los estudios críticos en América Latina fue, paradójicamente, consecuencia directa de la aplicación en la región del modelo difusionista proveniente de Estados Unidos, que pretendía transformar y desarrollar las sociedades latinoamericanas con el objeto de inscribirlas en una economía de mercado y por ende convertirlas en una copia de las sociedades capitalistas más avanzadas. “Podemos afirmar que los primeros intentos críticos del área partieron del estudio de la crisis que se suscitó por la imposición del modelo de modernización y la consiguiente inestabilidad que éste produjo en la realidad del continente” (1988, p. 2). Estos mismos autores agregan que para analizar las insuficiencias del modelo de corte funcionalista, un grupo de investigadores locales se apropió de herramientas conceptuales provenientes principalmente del marxismo y del estructuralismo en un contexto en el que además, se mezclaba fuertemente la actividad académica con la intervención política. Esta relación entre la intervención política y la incipiente academia latinoamericana se evidencia claramente en la explicación que el mismo Héctor Schmucler, uno de los padres fundadores de la tradición, ensayaba en su ya clásico prólogo de 'Para leer al Pato Donald', donde recuperando una cita nada menos que de Ernesto Guevara -algo que demuestra la relación indisoluble y epocal entre la militancia y los estudios de comunicación-, sostenía que:

La ideología, pues, no se ofrece como un terreno epifenoménico donde “también” (pero

más tarde) debe librarse una batalla, según lo afirma una izquierda mostrenca y desanimada. La revolución debe concebirse como proyecto total aunque la propiedad de una empresa pueda cambiar de manos bruscamente y lo imaginario colectivo requiera un largo proceso de transformación. Si desde el primer acto el poder no se postula como cambio ideológico, las buenas intenciones de hacer la revolución concluirán inevitablemente en una farsa. (Schmucler como se cita en Dorfman y Mattelart, 1975: p. 11)

La alusión a Guevara deja entrever una lectura del marxismo que se traducía en la idea de que la clase hegemónica de la sociedad, es decir la que poseía materialmente los medios de producción, era la misma que tenía en su poder los medios de comunicación y la que, por lo tanto, imponía el sentido de los mensajes que estos emitían. Y era a partir de esos mensajes que las clases subalternas elaboraban su manera de actuar y de observar la realidad. Pero los teóricos críticos no se detenían en el mero denunciismo, sino que iban más allá. A decir del mismo Schmucler, la intención era no sólo desmenuzar el orden hegemónico, decodificarlo desde otra visión del mundo, sino recomprender la realidad para modificarla. Esto es, en términos de Roland Barthes -que en 1957 había publicado 'Mitologías', un libro que sería muy influyente en el campo de la comunicación local-, la deconstrucción del mito. "Si esto no se entiende, si la 'lucha ideológica' no adquiere primordial importancia, se castra la función del proceso revolucionario que tiende, básicamente, a reordenar el sentido de los actos concretos" (Schmucler como se cita Dorfman y Mattelart, 1975: p. 12). Desnudar el discurso de las clases dominantes, proponer una nueva cultura y realizar la revolución eran objetivos inseparables y que además, a la luz del proceso chileno, parecían estar a la vuelta de la esquina en la realidad latinoamericana de comienzos de la década del 70. Esta ligazón entre academia e intervención social se evidencia a simple vista en la biografía de varios autores de la época, entre ellos el ya mencionado Schmucler: En el itinerario de Schmucler, estas actividades se congregan en torno a una concepción de la tarea intelectual que definió su politicidad en tanto crítica política de la cultura y que, en algunos de sus avatares y al calor de los acontecimientos que marcaron los convulsionados años sesenta y setenta en la Argentina, devino militancia en su sentido más estrecho. (Zarowsky, 2017, p. 71)

Lee al Pato Donald y leerás al mundo

En 1972 Ariel Dorfman y Armand Mattelart publicaron en Chile el libro 'Para leer al Pato Donald: comunicación de masas y colonialismo', en lo que puede considerarse el punto de mayor exposición del concepto de imperialismo cultural como herramienta para explicar la realidad latinoamericana. El mismo Schmucler, quien como ya dijimos prologó el libro en su edición argentina, recuerda que cuando éste apareció en el país transandino, hacía poco más de un año que la Unidad Popular había asumido el poder y se encontraba enfrascada en una lucha para transformar la estructura social, no sólo en el plano económico, sino también en el cultural, una batalla que parecía incluso más dura. En el libro, los autores denunciaban, a partir de una lectura crítica de las historietas del personaje de Disney, cómo las revistas, en apariencia inocentes, eran en realidad un vehículo para la imposición de una ideología dominante que sujetaba a las clases populares y era potencialmente destructiva de las tradiciones culturales de América Latina. Asimismo, afirmaban que en las tiras se ponían sobre relieve las representaciones estereotipadas de las sociedades 'atrasadas', especialmente las latinoamericanas y africanas pero sin revelar las causas de su atraso. Por otra parte, la mayoría de los cómics analizados ofrecía una visión del saqueo al que los 'buenos salvajes' eran sometidos, despojada de toda consecuencia y presentaba al imperialismo como el paladín de la liberación de los pueblos oprimidos y el representante más justo de sus intereses. "Disney tampoco inventó a los habitantes de estas tierras: sólo les impuso un molde propio de lo que debían ser, actores en su hit-parade, calcomanías y títeres en sus palacios de fantasía, buenos e inofensivos salvajes hasta la eternidad" (Dorfman y Mattelart, 1972: p. 70). Este 'manual de descolonización', como lo definían sus propios autores, generó desde el principio una fuerte polémica, pero no sólo con la derecha chilena y las agencias de noticias norteamericanas, sino también con una parte de la izquierda y la academia latinoamericana. Así, Schmucler enumera que el periódico chileno 'El mercurio' publicó un encendido artículo contra el libro; la 'Associated Press' difundió un alarmado cable entre sus abonados de todo el mundo y el diario francés de mayor tirada tituló en su portada "El pato Donald contra Allende".

Pero tal vez la crítica más conocida al libro no haya llegado desde la prensa burguesa, sino desde la incipiente semiología sudamericana. Nos referimos a la polémica que hoy se

conoce bajo el título 'ciencia versus ideología', iniciada por el semiólogo argentino Eliseo Verón, quien acusó al texto de Dorfman y Mattelart de carecer de método y lo calificó como una práctica intuitiva de la lectura ideológica de los textos (1974). Aunque no nos detendremos en las controversias que rodearon la aparición del volumen, esto pone de manifiesto que, como con tantos otros conceptos del campo de la comunicación, ni siquiera en su momento de apogeo la crítica ideológica gozó de un consenso generalizado. Pero el imperialismo cultural no se redujo solamente a 'Para leer al pato Donald' y sus autores, por el contrario, el surgimiento de la tradición se produce justamente en una etapa que Carlos Mangone (2003) identificó como la de autonomización de la comunicología y el análisis cultural latinoamericano. Este momento supuso una búsqueda de reconocimiento dentro de las ciencias sociales y el riesgo de una temprana descontextualización por la involucración radical en el devenir político de la región, y estas parecen ser, para Gándara, algunas de las causas que llevaron al abandono de la tradición crítica: Si bien, prontamente, quienes ejercitaban tales lecturas comenzaron a explorar otros acercamientos a la cultura masiva –desde la recepción de los sectores populares o en el marco de los debates sobre políticas culturales-, fue hacia fines de los setenta y particularmente a lo largo de la década siguiente, cuando la crítica ideológica se impugnó de una manera que parecía definitiva. Operó para ese fin la proclamada “crisis del marxismo” y la deriva de la semiología que asumió, acorde con los nuevos tiempos institucionales, el lugar de la disciplina dura de las ciencias de la comunicación. (2010, p. 6)

Para el autor, no se trataba tanto de cuestionar el rigor científico de la metodología de la crítica ideológica -como sostenía Verón- ni su concepción de ideología; sino, principalmente, de poner en tela de juicio el paradigma de la dominación –uno de los supuestos de esta corriente- para cambiarlo por el de la hegemonía, el consenso y la rehabilitación de los receptores. En síntesis, para la década del 80, reconocida como la 'crisis histórica/crisis del campo', la crítica ideológica se había convertido en algo obsoleto "que sólo sobreviviría en los primeros capítulos de la historia latinoamericana de la comunicación o en las prácticas de contrainformación de la prensa política y alternativa" (Gándara, 2010, p.6).

El

ejercicio

Como dijimos en un principio, la intención de este trabajo es realizar un breve ejercicio que nos permita poner de manifiesto las posibilidades y las limitaciones del imperialismo cultural como constructo teórico en el contexto actual. Se trata de rescatar las categorías analíticas y los 'métodos' de 'Para leer al Pato Donald', y 'utilizarlos' para analizar una historieta actual, publicada originalmente en Estados Unidos y que tiene como escenario el territorio argentino. Así, realizaremos un análisis de contenido del anual número 13 del segundo volumen de la serie norteamericana 'The Flash', publicado en Estados Unidos en junio del año 2000. La editorial responsable de la revista es DC Cómics, una compañía que en ese entonces tenía base en New York y que era -y es aún- un eslabón dentro del gigante de la cinematografía, la televisión y el entretenimiento en general, Warner Bros, principal competidora de Marvel Cómics, propiedad de Disney desde 2009. Ambas compañías se reparten actualmente el 70% de las ventas de cómics en Estados Unidos (Johnston, 2017). Estas editoriales ponen a la venta mensualmente entre 250 y 300 títulos, y aunque su recaudación podría considerarse modesta comparada con las ganancias de la industria hollywoodense o de los video-juegos, en realidad, los cómics funcionan como canteras de ideas y una forma 'barata' de experimentación en la creación de personajes e historias que luego serán explotadas, justamente, por Hollywood. A esto hay que sumarle la venta de todo tipo de mercadería, desde muñecos hasta lencería, pasando por artefactos para el hogar y vehículos. Como bien señala Theodor Adorno, este es un ejemplo por antonomasia de que en la industria cultural, los filmes, la radio y las historietas, constituyen un sistema. "Cada sector aparece armonizado en sí mismo y todos entre sí" (Horkheimer y Adorno, 1947, p. 130).

En lo que atañe al protagonista de la revista que analizaremos, existen varios superhéroes que llevaron y llevan el nombre de 'Flash'. El primero, cuya identidad secreta es Jay Garrick, hizo su debut en el número uno de 'Flash Comics', publicado en enero de 1940, por All-American Publications, una de las compañías que eventualmente se transformarían en DC Comics. Creado por el escritor Gardner Fox y el artista Harry Lampert, este Flash era un estudiante universitario que ganaba supervelocidad a través de la inhalación de vapores de agua dura. Cuando lo que los historiadores de cómics llaman la 'Edad de Oro' - que va desde la creación de Superman en 1938 y hasta el final de la Segunda Guerra

Mundial- terminó, este corredor escarlata desapareció de los kioscos de revistas junto a muchos otros justicieros enmascarados (Blitz y otros, 2010). Es justamente el segundo Flash a quien se le adjudica el resurgimiento de los superhéroes de papel y el inicio de la 'Edad de Plata' de las historietas en Estados Unidos. Creado por iniciativa del editor Julius Schwartz, este personaje corrió por primera vez en las páginas de 'Showcase' número cuatro, de octubre de 1956, que contaba en sus créditos con los escritores Robert Kanigher y John Broome, y el dibujante Carmine Infantino,. Este nuevo Flash era Barry Allen, un científico de la policía que trabajaba en su laboratorio una noche frente a un gran banco de químicos. De repente un rayo cae en los químicos y lo salpica con sustancias electrificadas otorgándole el poder de correr a velocidades comparables con las de la luz. Entonces, inspirado por las aventuras de los cómics de Flash de la 'Edad de Oro', se pone un traje de superhéroe único y moderno, y sale a combatir el crimen. "Estamos en la era atómica. Ya no puedes decir que alguien obtuvo sus poderes con magia. El Flash de la Edad de Oro los obtuvo al inhalar gases de agua dura. El agua dura es hielo. Quiero decir, los chicos estaban más actualizados en los 50s", explica el escritor Mark Waid en el documental 'Secret Origin: the story of DC Comics' (Blitz y otros, 2010). Sin dudas el nuevo personaje encajaba perfecto con las ideas que estaban en danza en el Estados Unidos de la época, donde la ciencia resolvería todos los problemas. El éxito del personaje animó a la DC y a su competidora, Marvel, a relanzar a sus antiguos superhéroes e incluso a crear nuevos. Casi todos tenían en común un origen relacionado con la ciencia ficción.

El tercer personaje en llamarse 'Flash', quien protagoniza la historia que analizaremos, puede considerarse una continuidad directa de su antecesor -de hecho, son parientes, ambos usan el mismo traje y tienen prácticamente los mismos poderes-. Se trata de Wally West, quien apareció por primera vez en el número ciento diez de la revista 'The Flash' -de diciembre de 1959- bajo la identidad de Kid Flash, el joven ayudante de Barry Allen. El personaje, que era el sobrino de su predecesor, obtuvo sus poderes -supervelocidad y capacidad de vibrar a través de la materia- en un accidente que repetía idénticas condiciones a las de su tío. Por eso, cuando este último murió salvando al universo, Wally tomó su traje y su identidad de Flash.

La ideología dibujada

'Planet DC' fue el nombre de una serie de anuales publicados por DC Comics en el año 2000. El 'gancho' era que cada revista introduciría a un superhéroe de una nacionalidad distinta. La idea era que, en la era de la globalización, DC usaría estos anuales para darles a varios países su 'primer superhéroe', y por otro lado, probar si los mismos eran lo suficientemente exitosos como para sostener el lanzamiento de nuevas publicaciones. Para hacer atractivas a las historias, estas no estarían únicamente protagonizadas por los personajes debutantes, sino que los nuevos caracteres serían presentados al mundo ficcional, por algunos de los paladines más exitosos de la empresa. Así, Superman visitaría México, donde se encontraría con los seres conocidos como El Muerto, Imán y Acrata; Batman viajaría a Inglaterra para encontrarse con Boggart; y toda la Liga de la Justicia serviría para mostrar a la superheroína turca, Jannisary. En total, se publicaron ocho anuales bajo el imprint 'Planet DC', que incluían como protagonistas a Batgirl, Batman, The Flash, Green Lantern, JLA, JSA, Superman y The Titans, quienes visitaban países tan disimiles como Grecia, México, Túnez, Japón, Turquía, Inglaterra, India y, por supuesto, Argentina. La elección de las nacionalidades de los nuevos superhéroes es un misterio, pero podemos suponer que tenía que ver, principalmente, con dos factores: la popularidad de la editorial en los países escogidos y la nacionalidad de los autores involucrados en cada número. Así, por ejemplo, DC estaba para el año 2000, bien ubicada en las preferencias de los argentinos, ya que entre 1991 y 1995 la firma nacional 'Perfil' había puesto a la venta casi ininterrumpidamente en estas pampas varias colecciones de DC, entre las que se destacaban Superman, Batman, la Liga de la Justicia y Flash - renombrado aquí Flush-man, para evitar conflictos con otra publicación argentina-. Respecto al segundo factor, la intención era que la mayor cantidad de números posibles de los anuales de 'Planet DC' estuvieran escritos por un autor norteamericano consagrado y contaran en los lápices con un artista de los países visitados. Así, el anual de Superman venía con el arte del mexicano Carlo Barbieri mientras que el de Flash, recayó en manos de Enrique Alcatena, un ilustrador argentino de larga trayectoria en el mercado nacional y europeo, quien ya en 1994 había dibujado para DC un anual de Batman en el que el hombre murciélago era transformado en un pirata. Esa revista también estaba escrita por Chuck Dixon, el mismo autor que trabajaría con él en Flash.

Así, el anual que analizaremos, fue publicado con un precio de 3,50 dólares en Estados Unidos y contaba con 48 páginas, de las cuales 38 eran de historia, mientras que el resto estaban ocupadas por publicidades de distinta índole. Estas 38 páginas estaban a su vez separadas en dos relatos: uno principal, que abarcaba 26 páginas, y otro secundario -con una aventura de la superheroína argentina Salamanca-, que constaba de 12 páginas. En relación al argumento de la historia central del cómic, en las páginas iniciales, el primer Flash, Jay Garrick, corre desesperado tratando de escapar de seres que tienen la forma de cardos, los que finalmente lo alcanzan y lo capturan. Mientras tanto, el tercer Flash (Wally West), se encuentra tranquilamente jugando al ajedrez con otro personaje desde la base de la Liga de la Justicia ubicada en la luna. Hasta allí llega la forma astral de una mujer -Salamanca-, quien se presenta y le pide ayuda. “El Super-Malón -por primera vez se nombra al grupo de justicieros argentinos- ha sido capturado cruelmente. Ellos son héroes en mi país nativo, Argentina. Aparezco ante ti corriendo un gran peligro. Debes seguirme”, le pide la heroína a Flash (Dixon y otros, 2000, p. 6). Atraído más por la belleza de Salamanca que por su deber, Flash se teletransporta a nuestro país, más precisamente a la plaza San Martín, en Buenos Aires, donde Salamanca le informa que las criaturas con forma de cardos se llaman 'Petey's', que son rápidas y salvajes, y que sirven al malvado Gualicho. Entonces el villano -que obviamente es un aborigen- hace su aparición, atrapa a Salamanca en una especie de botella de barro y obliga a Flash a correr para alcanzar el recipiente en el que los Petey's se llevan a la hechicera. De la Capital Federal, el norteamericano recorre a toda velocidad la pampa húmeda y la Patagonia -todo esto mostrado no sólo con los dibujos, sino también a través del monólogo del protagonista-, hasta que los malvados desaparecen y el velocista escarlata, gracias a sus poderes, los sigue a una dimensión que es una versión oscura del campo argentino -con alambrados y espíritus de brujas, lechuzas y hasta jabalíes-. Allí, el héroe de la historia se encuentra por primera vez con el Super-Malón completo y Jay Garrick, quienes le explican que la situación es en realidad, una carrera y que lo que está en juego es la libertad del perdedor y de todos ellos. “Él -por Gualicho- cambia las reglas mientras corres, por lo que tendrás que pensar dos movidas por adelantado de este personaje”, advierte el Flash original (Dixon y otros, 2000, p. 15). El problema es que si Gualicho mantiene a los héroes atrapados hasta el solsticio de invierno, cuando su magia es más fuerte, nuestro mundo será tomado por asalto por

monstruos y seres mágicos que él comanda. Flash -West- inicia su carrera con los Peteys, la que está llena de obstáculos y trampas; se enfrenta a un tatú gigante, logra quedarse con la botella mágica que contiene a Salamanca y liberarla. Finalmente, la heroína vence con sus poderes místicos a Gualicho y devuelve a sus compañeros al plano real. Ambos Flashes reciben los agradecimientos de sus pares argentinos y corren hacia Estados Unidos, mientras Wally piensa en “una excusa para volver aquí de nuevo”. La página final del cómic incluye un pequeño dibujo de Salamanca en blanco y negro, una breve ficha del personaje y también un dossier de la República Argentina, donde se destacan sus recursos naturales y su tamaño en comparación con Estados Unidos.

(Re)construir el concepto: la crítica ideológica en el siglo XXI

Una vez explicado el argumento y las características generales del cómic que analizaremos, es hora de adentrarnos en el examen del mismo. En cuanto a la historia principal, por un lado, ésta demuestra la incapacidad de los héroes argentinos para detener al mal que los aqueja; y por otro, la necesidad de solicitar, en su hora más oscura, la ayuda exterior, más precisamente, la de un reconocido héroe norteamericano. Es interesante mencionar que lo que llamaremos ‘dependencia’ de los héroes argentinos de la ayuda extranjera se consolida si se tiene en cuenta que de las 26 páginas con que cuenta la primera historia del cómic, 21 tienen como protagonista al tercer Flash. Estas proporciones se mantienen si se cuentan las viñetas. De un total de 91 cuadros, Flash (Wally West), aparece en 66; Jay Garrick, en 21; el villano de la historia, Gualicho, en 17; Salamanca en 11 y todo el resto de los héroes argentinos juntos, sólo en 15. Asimismo, el norteamericano es el único que logra ganar la carrera mortal, liberar a Salamanca y finalmente, a todos los integrantes del Súper-Malón. Por otro lado, excepto Salamanca, que es quien convoca a Flash y termina aprisionando a Gualicho, el resto de los personajes, de los cuales ni si quiera se menciona su nombre, tienen un rol secundario. Sólo se limitan a exponer la situación en que se encuentran y a explicar a Flash las particulares reglas de la carrera. En relación al lenguaje, el inglés parece ser la lengua natural de los argentinos, aunque, de vez en cuando emitan algún sonido en español, de esos que suelen verse en las películas norteamericanas cuando aparece un mexicano o un centroamericano. “You bring another champion Salamanca? Or should I say 'sacrifice'? And this one is a gringo as well" (...)

“As long as my powers are greater than yours, I will hold your amigos for Eternity” (...)
“Naive young bruja. You have brought this norteamericano here only to add to my menagerie”, dice Gualicho (Dixon y otros, 2000, p 8).
Un capítulo aparte merece el análisis de los trajes diseñados para los héroes argentinos. En su estudio del catch, Rolland Barthes (2014) sostuvo que cada signo de la lucha libre estaba dotado de una claridad total y que cada tipo físico expresaba hasta el exceso el lugar de cada combatiente. “Los luchadores de catch tienen un físico tan concluyente como los personajes de la Comedia italiana, que pregonan de antemano, con su traje y sus actitudes, el contenido futuro de su papel (...) El físico de los luchadores de catch, por lo tanto, instituye un signo de base que contiene en germen todo el combate” (Barthes, 2014, p 20).
Lo mismo podría decirse de los atuendos y el físico de los superhéroes. Desde los colores primarios de Superman hasta la oscuridad de Batman, todo está allí, en las ropas y el nombre, que ‘hacen’ al hombre.
En el caso de Salamanca, su traje es un atuendo que representa a la perfección el estereotipo de los nativos de América Latina: un vestido corto blanco y sin mangas, cinto de tela verde, una capa violeta y varias joyas de oro o artesanías. Por su parte, Cachiru, que es una especie de hombre pájaro, cuenta con un cuerpo cubierto de plumas violetas, posee un par de alas y garras en lugar de manos; usa un calzoncillo blanco y un cinto de tela del mismo color. El resto de los personajes, cuyos nombres no se mencionan en el cómic pero sí en registros periodísticos de la época (Súper-Malon, 2012), son:
El Jaguareté: que está vestido con una máscara que emula la cara de un felino, malla de mangas cortas, guantes y botas de animal print. El resto de su cuerpo está desnudo.
Cimarrón: quien utiliza un facón y está ataviado con camisa, bombacha de gaucho y un trapo en su cabeza que cumple la función de antifaz.
El lobizón: un ser mitad lobo y mitad hombre, pero que está vestido de negro y usa una rastra y un pañuelo en el cuello.
Pampero: posee una máscara que le cubre todo su rostro y un traje celeste y blanco con calzoncillos sobre el pantalón. Su pecho está adornado por un símbolo que es la representación gráfica del viento.
El Bagual: una especie de centauro de pantalones grises.
Vizcacha: que se presenta como un maestro en el robo y la acrobacia. Su traje emula al

animal del que toma el nombre.

De lo expuesto se deduce que si el primer Flash representa la era industrial y el segundo y el tercero, la era atómica; los héroes argentinos, sin dudas, denotan una cultura que ha quedado estancada en lo agrario, lo rural y las supersticiones. Por un lado, todos los trajes parecen anticuados -por ejemplo con calzoncillos sobre la ropa, cuando esto estaba ya en desuso en el cómic americano- en comparación con la malla roja y amarilla de Flash; y por otro, mientras los poderes del héroe escarlata provienen de la ciencia, los de sus pares argentinos lo hacen de la tierra y el folclore tradicional. Como ya dijimos, estas ideas de atraso y dependencia se refuerzan constantemente a lo largo de la historia. Pero no son los únicos estereotipos de los que se nutre el cómic. Por ejemplo, el villano de la historia no es otro que Gualicho, un ser místico que aparece vestido como el indio que es usualmente el enemigo de los cowboys en las películas norteamericanas. Sin dudas, la idea fue tomada de las tradiciones de los nativos latinoamericanos que fueron recogidas y contadas para la sociedad europea por Lucio V. Mansilla (1967) en su libro 'Una excursión a los indios ranqueles': A quien hay que temerle es al diablo, Gualicho. Este caballero, a quien nosotros pintamos con cola y cuernos, desnudo y echando fuego por la boca, no tiene para ellos forma alguna. Gualicho, es indivisible e invisible, y está en todas partes, lo mismo que Cuchauentrú. Otro, mientras el uno no piensa en hacerle mal a nadie, el otro anda siempre pensando en el mal del prójimo. (p. 3)

Según Mansilla, Gualicho era para los ranqueles el ocasionador de todos los males: los malones desgraciados, las invasiones de cristianos, las enfermedades y la muerte, todas las pestes y calamidades que afligían a la humanidad. Gualicho está en la laguna cuyas aguas son malsanas, en la fruta y en la yerba venenosa; en la punta de la lanza que mata; en el cañón de la pistola que intimida; en las tinieblas de la noche pavorosa; en el reloj que indica las horas, en la aguja de marear que marca el norte; en una palabra, en todo lo que es incomprendible y misterioso. (1967, p. 4)

El autor pinta a Gualicho como en extremo ambicioso y tal vez sea por eso que en la historieta, su intención es tomar por asalto al mundo. Lo que nunca se dice es con qué objetivo.

Si como en el catch que analizó Barthes, en el cómic, las diferentes líneas de significación

se esclarecen unas a otras y forman el más inteligible de los espectáculos, el anual muestra una idea no sólo de los héroes nacionales, sino también de la Argentina y su lugar en el mundo. Así, la historia comienza en el pináculo de la tecnología: la base de La Liga de la Justicia norteamericana en la luna y de allí desciende a las pampas salvajes argentinas. Y aunque Flash aparezca en Buenos Aires, solo 15 viñetas transcurren en la ciudad, las que contrastan con las 63 que tienen como escenario al campo. Y a pesar de que los lugares de la Capital están representados gráficamente a la perfección, lo que se ve son edificios antiguos y gente de color marrón.

Observaciones sobre el análisis

Alguien podría argumentar que a causa de la internacionalización y precarización mundial del trabajo, los productos culturales han dejado de ser totalmente 'importados' desde afuera, si es que alguna vez lo fueron. Es decir que estos productos cuentan ahora con una mano de obra y un 'know-how' local para ser realizados -en el caso del cómic de Flash, el dibujante es argentino- y que esto hace que las imágenes que se muestran en ellos de lo 'otro' sean más fieles a la realidad. No obstante, como puede verse en la revista analizada, esta situación no ha modificado para nada ni la distribución del poder dentro de las industrias culturales ni las representaciones estereotipadas y con características de exotismo que se realizan desde los 'países centrales' del mundo hacia las sociedades consideradas periféricas.

Si Ariel Dorfman y Armand Mattelart (1975) acusaron a Disney de aprovecharse de todos los prejuicios superficiales y estereotipos acerca de cada país, algo similar podría decirse de la DC, cuarenta y seis años después de la publicación de 'Para leer al Pato Donald'. De hecho, el relato editado por la DC encaja perfecto en las descripciones que Dorfman y Mattelart realizaron respecto a las historietas de Disney casi medio siglo atrás. Así, podríamos trasladar frases del análisis de 1972 y aplicarlas prácticamente sin edición al cómic del año 2000: “Es inofensiva la presencia de los forasteros: ellos construyen el futuro en base de una sociedad que jamás podrá o querrá salir del pasado” (1975, p. 66); “el imperialismo se permite presentarse a sí mismo como vestal de la liberación de los pueblos oprimidos y el juez imparcial de sus intereses” (1975, p. 66); y “es posible advertir en esta colaboración benévola un neocolonialismo que, rechazando el saqueo desnudo del pasado,

permite al nativo una mínima participación en su propia explotación" (1975, p. 69). En este caso hablamos, entre otras, de la idea de la Argentina como 'el granero del mundo', una denominación acuñada en los últimos treinta años del siglo XIX para encasillar a la nación como país agro-exportador. Mientras los países del llamado 'primer mundo' comenzaban sus procesos de industrialización, la Argentina se iba consolidando como nación a través de un orden político conservador y un proyecto exportador de materias primas, una idea que quedó cristalizada no sólo en la conciencia nacional, sino también, al parecer, a nivel internacional. Estas visiones se evidencian asimismo, en el dossier de la república que acompaña a la historieta, el que enumera sólo sus recursos naturales cuando se refiere a la Argentina moderna: "El país es conocido por su ganado y sus granos como el maíz, el trigo y la soja. Otros de sus recursos naturales incluyen grandes depósitos de cobre, zinc, plomo, hierro y especialmente, petróleo" (Dixon y otros, 2000, p. 48). No hay mención ni a su industria ni al nivel educativo o de desarrollo de sus habitantes. Todos los ejemplos mencionados tienen en común nutrirse de estereotipos internacionales, lo que trae al presente una frase del clásico libro de Dorfman y Mattelart (1972), que bien podría haber sido escrita en relación con el anual de Flash: "Disney no descubre esta caricatura, pero la explota hasta su máxima eficacia encerrando todos esos lugares comunes sociales, enraizados en las visiones del mundo de las clases dominantes nacionales e internacionales, dentro de un sistema que afianza su coherencia" (p. 69). Como afirma Rosana Reguillo, estos mecanismos operan en dos planos convergentes. De un lado, en lo local, prolongan los dispositivos de estigmatización a través de los cuales las poblaciones latinoamericanas se reconocen a sí mismas y entre sí (el estigma, la marginalidad, la identidad deteriorada se aprende, se hacen piel, mirada, práctica); y de otro lado, en el plano de lo global, fortalecen los argumentos excluyentes y ratifican el temor frente a ese otro exótico e irracional ya que como dirían los críticos postcoloniales, los nativos tiene existencia únicamente en virtud del reconocimiento metropolitano. (2002, p. 7)

Reflexiones

finales

Como señalamos al principio, más que el examen en sí de un producto de la industria cultural norteamericana, lo que este trabajo pretendía era poner a prueba una idea, una

categoría de análisis como el imperialismo cultural que parece haber sido deliberadamente olvidada por el campo de la comunicación. Y aunque como sostienen varios autores -entre ellos Oscar Masotta y el mismo Schmucler-, restaría completar la exploración con un estudio de las audiencias y los procesos de decodificación; si tuviésemos que aventurar alguna conclusión de esta experiencia seguramente sería que el concepto de imperialismo cultural sigue teniendo potencial y es aún hoy un punto de partida válido para desmenuzar una realidad que, aunque cambiante, parece conservar rasgos similares a los que Dorfman, Mattelart y tantos otros, denunciaron medio siglo atrás. Por otro lado, si algo se desprende de estas páginas, es que los verdaderos cambios desde la publicación de 'Para leer al pato Donald', se han dado en dos grandes ámbitos, distinguibles pero interconectados: por un lado, en el contexto histórico-social y por el otro en el campo de la comunicación latinoamericana. En cuanto a lo primero, es evidente para varios autores que, a diferencia de lo que ocurría en las décadas del '60 y '70, la revolución ya no aparece en un horizonte que se encuentra 'a la vuelta de la esquina' y que muchas de las utopías que guiaron el pensamiento latinoamericano del siglo XX parecen haber sido ofrendadas al dios del mercado que solicitaba a cambio el ejercicio despreocupado de un consumo que, según ciertos teóricos, incluso ayudaba a pensar. Como se insinúa en el párrafo anterior, las mutaciones en el contexto permearon el campo de estudio de la comunicación, que como bien lo caracteriza Raúl Fuentes Naravarró (1992), es un espacio socio-cultural específico que posee una autonomía relativa y que se encuentra sometido a tensiones, luchas y abierto a las afectaciones externas provenientes de la dinámica socio-cultural. Así, los intelectuales más influyentes parecen haber optado por la posición 'Veroniana' en la polémica de 'ciencia vs. ideología' y haber separado definitivamente la militancia política de la actividad académica. Esto se tradujo en una claudicación en su intento de denunciar la invasión cultural y proponer alternativas frente a la cultura del imperio. En su lugar, adoptaron posiciones académicas más bien tibias y relativistas.

Quizá haya llegado la hora entonces, de preguntarse si frente a un nuevo orden mundial, marcado por la penetración indiscutible de redes informáticas creadas y manejadas desde los países 'desarrollados' y el crecimiento constante de procesos de transnacionalización

acompañados por una concentración nunca antes vista; no sea hora de desempolvar un concepto olvidado como el imperialismo cultural, que demuestra estar, aún hoy después de medio siglo, listo para ofrecer alternativas al pensamiento único que también parece operar en los estudios de comunicación. Sin embargo, cabe otra posibilidad: que todo este ejercicio haya sido en vano y la respuesta no esté en la potencialidad o no de un concepto, sino en la actitud de aquellos que deciden recuperarlo o no. Después de todo, es probable que la pregunta haya estado mal planteada desde el principio y el verdadero interrogante sea ¿para qué indagar sobre una realidad sino es para intentar cambiarla? En palabras de Héctor Schmucler, la respuesta parece -hoy, más que nunca- no admitir demasiados matices: el objetivo debería seguir siendo "investigar sobre comunicación masiva para develar su estructura y funcionamiento actual a fin de volcarlos al servicio de un proyecto socio-político que en el caso de América Latina tiene como primer objetivo la liberación del imperialismo" (Schmucler, 1997, p. 143).

Bibliografía:

Barthes, R. (2014). *Mitologías*. Buenos Aires, Argentina: Siglo Veintiuno editores.

Bello, G., Buenaventura J., y Pérez, G. "Concepción de la comunicación y crisis teóricas en América Latina". En Revista Diálogos de la Comunicación N° 20, Mayo, 1988. Recuperado de: <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/20- revistadiálogos-concepcion- de-la- comunicacion.pdf>

Blitz, J.; Noveck, G. y Welch, S. (productores) y **Carter, M.** (director). (2010). *Secret Origin: The Story of DC Comics*. [Documental]. Estados Unidos: Warner Brothers.

Dorfman, A. y Mattelart, A. (1975). *Para leer al Pato Donald: comunicación de masas y colonialismo*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI Editores.

Fuentes Navarro, R. "El estudio de la comunicación desde una perspectiva sociocultural en América Latina". En Revista Diálogos de la Comunicación N° 32, Marzo, 1992. Recuperado de: <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/32- revistadiálogos->

la- comunicacion desde- una-perspectiva-sociocultural1.pdf

Gándara, S. (2010). “Una reflexión sobre el estado del campo de la comunicación y la cultura”, en Cuadernos Críticos de la Comunicación y la Cultura, n° 5, diciembre-marzo de 2010.

Gándara, S. (2016). “Imperialismo cultural en los estudios latinoamericanos de comunicación”. En Luna Roja, n°2. Bs.As.

Horkheimer, M. y Adorno, T. (1947) *Dialektik der Aufklärung, Philosophische Fragmente.* Querido Verlag. Amsterdam, Alemania.

Johnston, R. (14 de julio de 2017). Marvel And DC Both Up Their Market Share For The Summer – June 2017. Bleeding Cool. Recuperado de <https://www.bleedingcool.com/2017/07/14/marketshare-june-2017/>

Mangone, C., (2003) “La burocratización de los análisis culturales”, en Zigurat, n.4, Buenos Aires, noviembre.

Mansilla, L. V. (1967). *Una excursión a los indios ranqueles*, Tomo II. Buenos Aires, Argentina: CEAL.

Markstein, D. (17 de noviembre de 2011). DC Comics. Don Markstein's Toonopedia. Recuperado de <http://www.toonopedia.com/dc.htm> el 10 de agosto de 2012.

Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación.* Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica.

Planet DC (13 enero de 2002). Recuperado de <https://www.mycomicshop.com/search?SeriesID=4131>.

Reguillo, R., Pensar el mundo en y desde América Latina Desafío intercultural y políticas de representación. 23 Conferencia y Asamblea General AIECS/IAMR/AIERI Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Social Barcelona, 21-26 de julio de 2002.

Schmucler, H. (1997). Memoria de la comunicación. Buenos Aires, Argentina: Editorial Biblos.

Super-Malon (13 de febrero de 2012) Recuperado de <http://fictional-characters-database.blogspot.com.ar/2012/02/super-malon.html>.

The Flash annual 13 (1 de septiembre de 2000). Recuperado de <https://comicvine.gamespot.com/the-flash-annual-13/4000-103749/>.

Verón, E. “Acerca de la producción social del conocimiento: El estructuralismo y la

semiología en la Argentina y Chile". En Revista Lenguajes N° 1, 1974.

White, R. "La teoría de la comunicación en América Latina". En Revista Telos N° 19, 1989.

Zarowsky, M. (2017). *Los estudios en comunicación en la Argentina*. Buenos Aires, Argentina: Eudeba.