

Modernidad y después: la cultura en situación de hegemonía massmediática

BEATRIZ SARLO*

¿Por qué hoy no son posibles Ozu o John Ford? Quisiera aclarar el contenido de lo que me estoy preguntando, porque toca las hipótesis de esta presentación. Tanto Ozu como Ford, directores de cine fuertemente anclados en la industria cultural fueron simultáneamente consagrados por un público de masas y productores de verdaderos estilos cinematográficos personales, y forman parte, junto con protagonistas menos exitosos y más programáticamente vinculados al cine de arte, de los grandes del siglo XX. De ellos nunca podría decirse que trabajaron, como las vanguardias, en contra del sentido común de su público. Tampoco, que su arte es negatividad pura, criticidad estética que se convierte en criticidad ideológica. Por el contrario, Ozu y Ford no sólo nunca se colocaron fuera de la industria cultural sino que, con el suceso de su cinematografía, fueron motores del afianzamiento de un cine masivo en las décadas de los treinta y los cuarenta. Junto a las banalidades que los grandes estudios lanzaban sobre las pantallas del planeta, los films de Ozu y de Ford (o de Wyler, o antes de Griffith y de Chaplin, y luego de Hitchcock si vamos al caso) son obras perfectas, donde la gramática del cine está desarrollada hasta alcanzar su estadio clásico. Son films perfectamente reconocibles: los planos generales de Ford, los encuadres de Ozu, hoy se consideran estilemas personales que, al mismo tiempo, pasaron a formar parte de la gramática del cine clásico. La pregunta sobre Ozu y Ford podría multiplicarse infinitamente: ¿por qué tenemos la convicción de que *Cantando bajo la lluvia* está muy lejos de *Fama* o de *Fiebre del sábado por la*

noche? El film de Stanley Donen y Gene Kelly fue, de inmediato, un gran suceso y un modelo de musical, escrito con una obsesividad detallista que construía su impecable formalismo. ¿Qué convertía a estos directores y estos films, a la vez, en hechos estéticos singulares y grandes favoritos de todos los públicos?

Quizás la pregunta esté mal estructurada. La fórmula correcta probablemente sea: ¿qué permitía que Ford y Ozu y Hitchcock y Wyler fueran comprendidos por un público de masas, que consumía el cine más banal, pero también *She Wore a Yellow Ribbon* o *Tokio Monogatari*? ¿Qué pasaba con la cultura de ese público? ¿Cuáles eran las condiciones dentro de las que Ozu y Ford no eran apenas tolerados marginalmente (uno en Japón, el otro en Estados Unidos), sino colocados en el centro de un sistema de producción y consagración? De algún modo, este trabajo quisiera rodear cuestiones de esta naturaleza sobre la base de dos condiciones: primera, que se me permita no renunciar ni al juicio estético ni al ideológico y segunda, que se permita entonces, inscribir de manera franca la presencia de quien enuncia en el texto enunciado. Este documento no se presenta como un trabajo de sociología de la cultura, sino como un ensayo de opinión en el espacio temático del análisis cultural, guiado por preocupaciones intelectuales que tienen que ver no sólo con la descripción del campo de estudio, sino con la intervención allí, aunque sólo sea posible hacerlo ejerciendo los instrumentos de la crítica.

La primera hipótesis no oculta su aspecto valorativo: vivimos una época caracterizada por el flujo ininterrumpido (como ya se ha dicho muchas veces) y la pobreza simbólica. Entiendo bien que esto último va en contra de importantes corrientes de los estudios

* PEHESA-Universidad de Buenos Aires.

culturales, que yo denominaría corrientes optimistas, animadas por la convicción (en realidad, una verdadera filosofía de la historia) de que las modificaciones técnicas espectaculares han logrado producir una nueva cultura, la cultura de la era donde los medios audiovisuales y la comunicación a distancia implantan su hegemonía sobre todo el campo simbólico.

Al determinismo técnico de esta filosofía de la historia quisiera oponer una perspectiva más fluida, que tome en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, sin convertirlo mecánicamente en disparador de progreso. Estamos frente a una encrucijada: las posibilidades abiertas por las nuevas videotecnologías todavía no han encontrado (sino de manera excepcional) una estética que pueda comparar su productividad con la de las grandes estéticas del siglo XX. Me apresuro a decir que es posible que esa estética pueda formularse a condición de que el mercado no sea el régimen hegemónico de producción y circulación de los bienes simbólicos (y esta sería otra hipótesis con mucho de contrafáctico en el caso de América Latina). Así como el optimismo tecnológico es (casi) una filosofía de la historia, también el pesimismo estético (como el que obstaculizó a Adorno su visión del cine y su audición de Stravinsky o del jazz) enuncia un *gran relato* de decadencia que no quisiera suscribir. Para evitar malos entendidos agregaría además que no considero al éxito de masas como una defección del arte a su deber modernista o vanguardista. La cuestión no pasa por allí.

Pero volvamos al principio. Si Ozu, Ford, Wyler o Hitchcock no encuentran hoy sus replicantes la explicación no podría buscarse en una mutación del género humano, bajo su especie director de cine, sino en un cambio que, desencadenado al mismo tiempo en la dimensión tecnológica y en el mercado, ha conformado en las últimas tres décadas un nuevo público y nuevas formas de consumo. Para abordar esta cuestión me permito presentar algunos escenarios, esta vez del espacio cultural latinoamericano.

1. El primero: la escuela (de la que se ocupan muy poco los analistas culturales) en la era massmediática-laser-digitalizada, y las contradicciones entre computadoras, clases sociales y sexos. En la mayoría de los países latinoamericanos, la escuela pública es el lugar de la pobreza simbólica, donde maestros, curricula y medios materiales compiten en condiciones de muy probable derrota con los *mass media* de acceso gratuito o poco costosos (como el videojuego), que cubren casi por completo los territorios nacionales.

Sabemos que la cultura letrada está en crisis en el mundo. Administradores norteamericanos miran con

envidia los resultados de los exámenes de los niños japoneses quienes, de todos modos, son sometidos a disciplinas de samurai para evitar el descenso de sus rendimientos; también la escuela francesa se lamenta hoy por la reducción de los estándares, sobre todo en las disciplinas humanísticas y, en los últimos diez años, encaró dos reformas consecutivas de una institución ya reformada al calor del clima *soixante'-huitard* de los setenta. Los ejemplos pueden multiplicarse respecto de un dominio más tardío y menos completo de las capacidades elementales: la crisis de la alfabetización (*literacy*), que los optimistas massmediáticos contrastan con las destrezas adquiridas en el *zapping* y el videojuego. Esta crisis, digámoslo rápidamente, no sólo se origina en una mayor difusión de la enseñanza a sectores sociales que antes no estaban incorporados a ella (migrantes, minorías, etc.), sino que, en los últimos años, en países donde la enseñanza ya lleva décadas de expansión en un sentido universal se produce independientemente de los efectos que introdujeron las minorías raciales, religiosas o étnicas. La crisis de la *literacy* afecta a los hijos de las capas medias urbanas, a los de los sectores obreros estructurados, a los de la pequeña burguesía.

Como quiera que sea, esta cuestión tiene una relevancia especial en América Latina, donde problemas comunes se sobreimprimen en el marco de instituciones débiles y debilitadas aún más por los programas de reconversión económica y redimensionamiento de los Estados.

Comprar un televisor, una videocasetera y una computadora puede ser un obstáculo insalvable para las escuelas más pobres (que son centenares) en cualquier país latinoamericano. Supongamos de todas maneras que *Sony* e *IBM* decidieran practicar la filantropía en una escala gigantesca. Así y todo, el problema que deseo plantear continuaría en pie porque, precisamente, no se trata sólo de una cuestión de equipamiento técnico sino de mutación cultural. La pobreza simbólica de la escuela, desde la perspectiva de los sujetos implicados en ella, se basaría en otros rasgos.

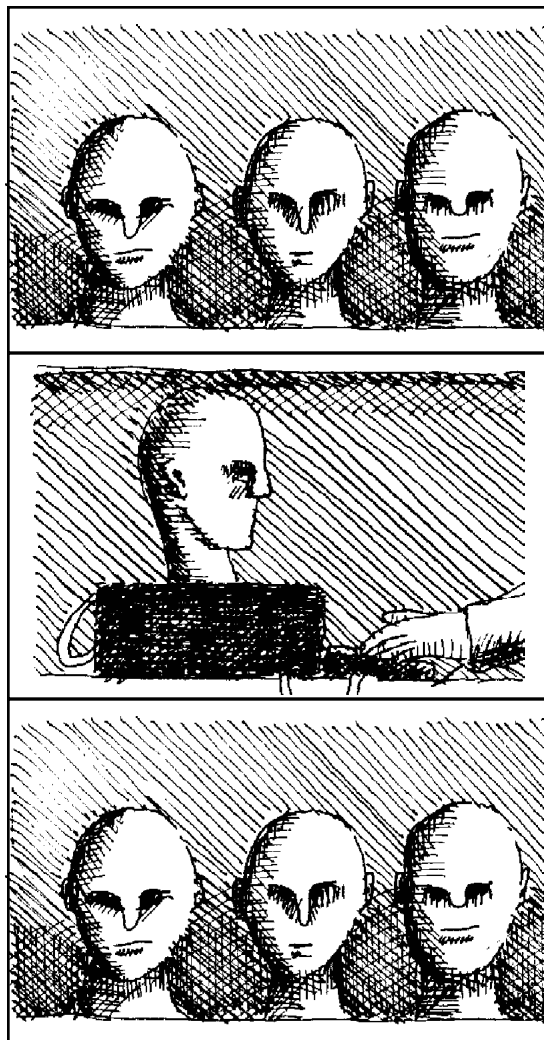
La escuela (se dice) podría beneficiarse y aumentar su eficacia reutilizando las destrezas que sus alumnos han aprendido en otra parte: la velocidad del *feeling* adquirida en el videojuego; la capacidad de comprensión y respuesta frente a una superposición de mensajes; los contenidos familiares y exóticos proporcionados por los medios. Sería absurdo discutir sobre estos datos y, sin embargo, todavía deberíamos poder contestar si tales destrezas y saberes son suficientes para considerarlos un capital simbólico decisivo en la adquisición de otros saberes y destrezas vinculados, todavía hoy, a la palabra, al discurrir

lingüístico y a la argumentación, indispensables, hasta nuevo aviso, en el mundo del trabajo y de la política.

La velocidad de lectura del videoclip y el toque leve indispensable para el videojuego no entrenan, a quienes los poseen, en la capacidad para detenerse largamente mirando un punto de la pantalla de la más sencilla computadora que, como todos sabemos, es indispensable para resolver el problema más elemental, surgido del uso del programa más simple. La incorporación de la informática aplicada al aprendizaje de cualquier disciplina, requiere destrezas ausentes en el *Nintendo*: lectura de sintaxis jerarquizadas y complejas, menos velocidad, menos confianza en los reflejos motrices, menos impaciencia, finales muy diferidos, toda una narrativa del éxito, la prueba y el fracaso, que es opuesta al videoclip/juego. El aprendizaje trabaja con pocas unidades semánticas por unidad de tiempo, o, dicho de otro modo, una lectura intensiva de

pocas unidades semánticas. No hay computadora ni video educativo que logre acelerar la lectura (indispensable me atrevo a decir a riesgo de provocar escándalo) de *Martín Fierro*. Lo único que puede hacerse con una videocasetera es motivar externamente esa lectura, trazar las redes simbólicas que conduzcan a un texto, que luego empieza a gobernarse por sus propias leyes de velocidad y semantividad, leyes que muchas veces contradicen las de la videocultura.

Y pongo intencionadamente el ejemplo de *Martín Fierro*. Podría ser el de cualquier otro texto literario. Pero, volviendo a las computadoras y las escuelas. La adquisición de una cultura común (ideal democrático que puede ser re-inventado en un sentido de mayor pluralismo y respeto de las diferencias, pero que no debería ser desechado) supone una serie de procesos de corte y no simplemente de continuidad respecto de lo cotidiano. Se aprende lo que no se sabe: esta idea simple obliga a pensar otras. En primer lugar, que la fuente de un patrimonio simbólico no está sólo en aquello que los sujetos han recibido y consideran propio (a



través de la cultura vivida, familiar, étnica o social) sino en aquello que van a convertir en material conocido a través de un proceso que implica, en la misma apropiación, un distanciamiento.

La hipotética donación de la Sony a las escuelas pobres de América Latina, no podría ocultar jamás el contundente hecho de que desde la videocultura es necesario un salto a otras dimensiones culturales y que, aun cuando se pueda facilitar ese salto incorporando la dimensión técnica de los *mass media*, persiste la necesidad de una intervención simbólica fuerte y no sólo basada en la espontaneidad de los sujetos. El adiestramiento como espectadores de Xuxa, o como jugadores de videojuego puede ser utilizado por la escuela sólo hasta un cierto punto muy inicial. Luego, los espectadores de Xuxa deben convertirse en lectores de una página que, no importa cuán sencilla sea, requiere destrezas ausentes de *El mundo según Xuxa*.

No voy a detenerme a explicar que el jugador de videojuego es principalmente un niño, más que una niña. Sobre todo en los sectores populares (que no poseen *family-games* privados), los locales de videojuegos en todas las grandes ciudades latinoamericanas son frecuentados por un público predominantemente masculino. La universalidad del entrenamiento adquirido no es entonces tan universal (es sólo, en el mejor de los casos, de *medio* universo) y de allí podrían sacarse conclusiones que afectan el optimismo tecnológico. Antes de celebrar la donación de la Sony a todas las escuelas-rancho de América Latina, sería conveniente desarrollar estrategias de compensación de las destrezas masculino-femeninas que, de seguir el movimiento del mercado, tienen un pronunciado sesgo de desigualdad sexual.

Retomaré de manera muy breve la cuestión de la temporalidad diferente en la recepción de lo que tradicionalmente llamamos alta cultura y/o cultura letrada. Se argumenta que el *zapping*, presentado muchas veces, como un palimpsesto de construcción hogareña, educa en la velocidad y en el contacto de superficies;

también la velocidad de la recepción es un componente de los mensajes producidos en el videojuego y en el videoclip.¹ Pero la adquisición de destrezas elementales en discursos no massmediáticos plantea el requisito de una temporalidad más *lenta* y por tanto de una atención más continuada sobre mensajes que no tienden a la repetición sino a la diferencia. Leídos con las destrezas de la cultura audiovisual, estos discursos parecen semánticamente pobres, porque la información que rinden requiere más tiempo para ser leída e incorporada. Esto sucede con los textos de la literatura, los discursos de la historia y las ciencias sociales, los relatos de las culturas populares y orales, las obras de arte cultas y folklóricas. El tipo de atención y las actividades intelectuales que requieren estos discursos, tanto desde un punto de vista formal como ideológico, son radicalmente diferentes de las aprendidas en la videocultura.

Se puede renunciar a ellos. Se puede incluso teorizar una fractura definitiva entre un pasado cultural (letrado y popular) y un presente massmediático. Se pueden elaborar hipótesis sobre el hecho de que los procesos de hibridación cerrarán una brecha entre ambas dimensiones simbólicas.² Queda en pie, sin embargo, la cuestión de las destrezas para realizar la hibridación entre las dos culturas: la escuela, lugar de la privación simbólica porque es un espacio no exclusiva ni hegemoníicamente massmediático, está en condiciones desfavorables para articular nuevas síntesis culturales. Y esto tiene consecuencias funestas si se piensa en aquellos sectores de la sociedad que sólo en la escuela pueden apropiarse de los elementos de una cultura que todavía no es exclusivamente massmediática.

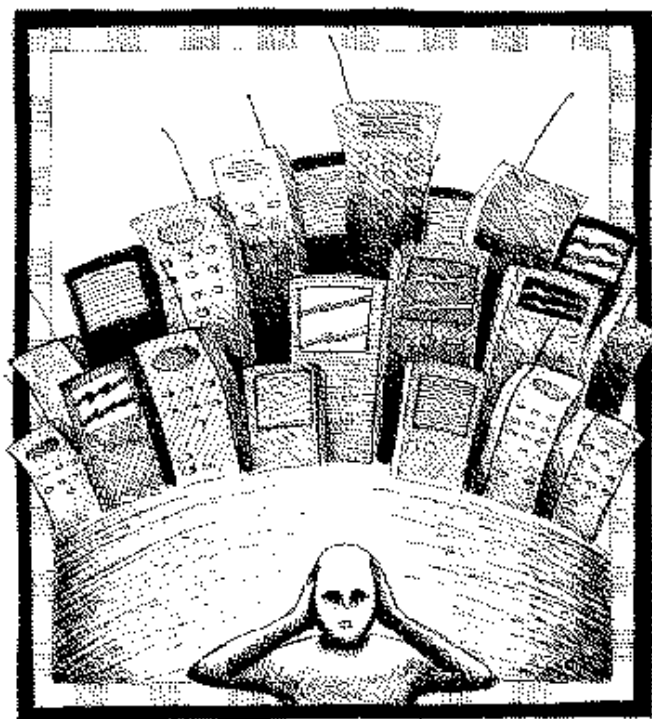
Se produce así una crisis que definiría cómo la de la transmisión de tradiciones culturales que son espacio de conflicto, pero también de incorporación y reapropiación del patrimonio cultural nacional y universal. La cuestión de qué hace una cultura con el pasado, sólo puede responderse (en un acto suicida) con la idea de que la fractura respecto de él configura sólo una positividad.

2. El segundo escenario discutirá la hipótesis difundida de que el *continuum* audiovisual ya ha configurado una cultura universal y transclasista.

El populismo cultural (que en otras situaciones es caracterizado como *miserabilismo*) durante décadas ha producido en América Latina una especie de discurso racista invertido: “los pobres son mejores que los letrados”. (Grignon y Passeron, 1991: 50) Sobre esta convicción, tan cómoda a la mala conciencia de los intelectuales de izquierda, como ineficaz desde un punto de vista político, se escribieron miles de páginas de discursos que llevaron al límite las perspectivas del relativismo cultural, volviéndolas solapadamente antirrelativistas cada vez que era necesario considerar las relaciones entre cultura popular y cultura de los letrados.

A esta verdadera *forma mentis* debemos, sin embargo, buena parte de los primeros análisis de cultura popular (en el caso rioplatense, por ejemplo, los estudios sobre el folletín, el tango, el cine y el radioteatro). Con todo, el populismo como ideología de los análisis culturales exhibe sus límites cuando completa el círculo virtuoso en el cual una cultura popular pensada como hipóstasis se convierte en organizadora de todas las perspectivas mediante la operación sencilla de invertir los valores de lo que es considerado cultura dominante. El populismo es la sombra que persiguió al análisis de *lo popular*, toda vez que éste decidió desafiar la fuerza de la cultura hegemónica y su poder de modelización de los sectores populares, las minorías

regionales, los grupos étnicos o sexuales, etc. Para hacer que lo popular fuera visible, el populismo lo convirtió en fundamento de valor de todo el sistema cultural, pensando lo popular en términos ya de resistencia, ya de construcción activa de identidades. Para el populismo cultural, los sectores populares viven en un estado singularmente alerta donde todas las prácticas son igualmente significativas y todas pueden organizarse en una lectura oposicional o alternativa. La astucia de la historia atravesaría benéficamente las prácticas de



los sectores populares, convirtiendo a cada acto en capítulo de un proceso de autoidentificación poco menos que hegeliano.

Los problemas que plantea la perspectiva populista-miserabilista son muchos, pero el primero ya ha sido señalado: olvidar la dominación simbólica para subrayar la independencia cultural; o, lo que viene a ser casi lo mismo, debilitar los efectos de la dominación simbólica resaltando los episodios de autonomía cultural.

He comenzado por referirme al populismo (más típico de los años sesenta y setenta en su versión *pura*) para intentar establecer una relación con el optimismo comunicacional, que me parece la ideología más difundida a partir de los ochenta (véase Landi, 1992). De todas formas, creo que uno y otro comparten un modo de razonar en el cual quedan obturados los datos persistentes de la dominación simbólica.

Una de las formas del optimismo comunicacional es la que registra este segundo escenario hipotético: la cultura audiovisual como espacio donde se borran diferencias de clase en el *continuum* simbólico que los medios proponen al consumo universal (véase Portelli, s/f: 1477). La llamada *cultura juvenil* de las grandes ciudades sería un ejemplo de este desvanecimiento de las fronteras interclase que, frente a los procesos de massmediatización planetaria, quedarían como vestigios de un mundo pre-posmoderno y pre-postindustrial. El razonamiento es más o menos el siguiente: si la cultura massmediática tiene una distribución universal, los efectos de esa distribución no pueden dejar de afectar universalmente a su público. Se coloca el eje en el lado del producto y de la distribución. Así, los efectos de la recepción están presupuestos en la universalidad del producto. El *universalismo* del mercado simbólico impregnaría los particularismos de los consumidores incluidos en él.

Nuevamente: lo que esta perspectiva oculta es la estratificación social y simbólica en el lado de la recepción y el consumo. Si los populistas encontraban en las culturas populares más impulsos de independencia que huellas de dominación, los optimistas comunicacionales descubren en la oferta massmediática las bases de una cultura común y, en consecuencia, la realización de un ideal democrático en la sociedad civil. Sin embargo, los dispositivos simbólicos a partir de los cuales se procesan los mensajes de la industria cultural, en una sociedad estratificada, presentan el problema de la desigualdad, incluso en el mercado simbólico, espacio donde en teoría todos son iguales. Y digo en teoría, porque la planificación comunicacional no opera con la idea de esta cultura continua y transclase sino que, en la práctica, procede a

la estratificación de su producto, precisamente porque esa estratificación significa, en el mercado, una posición del producto según segmentos perfectamente diferenciados. El mercado de bienes simbólicos se despliega por lo menos en dos direcciones: estratificando en las redes de paga, de acceso limitado, en las radios de frecuencia modulada, en los sistemas de cable y por señal, y buscando construir un solo público (el más amplio posible) en las cadenas abiertas.

De todas maneras, podríamos centrarnos no sobre el universo variado de los productos, sino sobre las destrezas de recepción que los bienes del mercado audiovisual desarrollan en sus consumidores. Tampoco estas destrezas avalan la idea de una cultura transclase, en la medida en que se construyen no sólo con aquello que los mensajes ofrecen como campo de entrenamiento, sino también con aquello previo de lo que los sujetos son portadores: capacidades de operación con lenguajes y discursos, regulaciones abstractas del razonamiento, destrezas mayores adquiridas a través de las instituciones no massmediáticas, historias y tradiciones letradas o populares. Los clivajes³ simbólicos y de capital escolar persisten allí con la dureza de un dato sociológico.

La cultura radicalmente transclase es hoy sólo una hipótesis o una utopía: incluso los medios audiovisuales gratuitos están estratificados aun cuando tengan como ideal la captación de *todo* el público (siendo ese *todo*, a su vez, otra hipótesis). Lo que diferentes sectores reciben se integra en una sintaxis social compleja: desde aquellos que consumen sólo televisión, hasta aquellos para quienes la televisión es sólo una más de las ofertas en un menú discursivo y formalmente diferenciado. Así, la superficie transclasista de los medios audiovisuales tiene, de manera muy moderna, un revés estratificado.

La unificación del mercado no puede ser confundida con el universalismo cultural, algo que el mercado sólo presenta como ficción ideológica, así como presenta a quienes realizan transacciones en su espacio como sujetos abstractamente iguales. La desconfianza frente a la celebración optimista del mercado de bienes simbólicos se alimenta en el hecho de que es un espacio de desigualdades reales, aunque la separación entre lo formal y lo real suene a paleo-marxismo. Particularmente en el caso latinoamericano si el Estado se retira del todo y entrega al mercado la circulación y producción de videocultura, los verdaderos planificadores no van a ser fuertes instituciones públicas sino los gerentes de la industria cultural privada. Y se sabe que en el mercado ganan y pierden exactamente aquellos que, desde una perspectiva crítica, deseáramos, al revés, que perdieran y ganaran.

3. Tercer escenario: un mundo donde el arte, tal como se conoció en la modernidad, es una actividad de disfrute y producción inexorablemente destinada a los *happy few*. La crisis de la cultura letrada es un dato que involucra al arte. Me anticipo a reconocer lo que todos sabemos: nunca en la historia se vendieron más libros, se contabilizaron tantos visitantes a museos, ni se ofrecieron conciertos al aire libre que reunieran a cientos de miles de personas. Ensayistas tan felices como Umberto Eco recuerdan esto cada vez que alguien sugiere interrogarse sobre las condiciones actuales de la producción estética. Los medios del *continuum* audiovisual pagan periódico tributo a las bellas artes, organizando transmisiones simultáneas y planetarias de Pavarotti en el Coliseo o en alguna otra ruina imperial; la *BBC* sigue puntualmente dotando a las televisiones públicas (de aquellos países que tienen por fortuna una televisión pública) con decorosas adaptaciones de Dickens, de Galsworthy o de Shakespeare; e Ivory siempre está entre los nominados de la Academia de Hollywood por sus versiones de las ficciones de Foster, ambientadas en el estilo de Laura Ashley. Los ejemplos podrían multiplicarse. Pero no es el caso.

El problema tiene que ver, en cambio, con las relaciones entre el arte (tal como es entendido en el discurso moderno) y el *continuum* massmediático *high-tech*. Es, en consecuencia, un problema estético. Para abordarlo, comentaré brevemente tres cuestiones.

La primera concierne a la autonomización de la técnica (insomnio, sueño y pesadilla moderna) en los procesos sociales y estéticos. Fascinado por ella, el arte moderno se entregó con facilidad a las utopías y las distopías tecnológicas. Hoy es sencillo reconocer una versión optimista centuplicada en la videocultura. Allí está, como prueba, la democratización del consumo simbólico hecha posible por la reproducción técnica, en la prensa escrita primero, en la industrial audiovisual después. Pero, aunque las promesas de innovación estética abiertas como posibilidad por los nuevos medios técnicos se cumplieran, también se cumplieron las amenazas que el optimismo técnico había subestimado.⁴

La técnica tiene dos caras: he ahí los resultados de su impulso, Chernobyl, la televisión como una pesadilla o un sueño de unificación planetaria, la crisis actual de las grandes apuestas estéticas de este siglo (el cine, por ejemplo). El *continuum* massmediático agota y desactualiza otras promesas que estaban inscriptas en el origen de los medios técnicos: universalización, igualación, nivelación.

En efecto, en su origen los medios mecánicos de reproducción artística y textual fueron parte de un proceso gigantesco de democratización cultural y po-

lítica. Pero es sabido que no conviene juzgar el presente de la videocultura sobre la base de analogías con procesos que tienen más de un siglo, y la fascinación frente a la tecnificación de la esfera estética, de todos modos, no podría ocultar las consecuencias actuales de esa tecnificación.

La segunda cuestión, derivada de la anterior, concierne a otra utopía: la de un espacio cultural no massmediatizado; ésa sería seguramente una utopía regresiva, porque no sólo los medios audiovisuales sino también la circulación de bienes simbólicos desaparecería o, como en algunos relatos de anticipación, sólo tendría a mano formas artesanales de hace doscientos años. Imaginemos por el contrario un espacio cultural completamente massmediatizado: televisores que repiten televisores, público que se mira en sus pantallas, políticos que se definen por el magnetismo de los animadores, publicidades que imitan el videoclip, videoclips que parecen comerciales porque efectivamente lo son, la parafernalia visual que acompaña la sumersión en el aislamiento del *walkman*. Allí tenemos que considerar nuestro presente y, con toda probabilidad, imaginar el futuro.

La tercera cuestión es el conjunto, que ya forma parte de la historia, de respuestas *pop* a la relación entre arte y *continuum* audiovisual. El *pop* es una solución histórica y, en consecuencia, una configuración peculiar de las relaciones simbólicas entre arte, mercado y mundo de vida. Se lo puede leer en relación con sus condiciones, también históricas, de emergencia (diríamos análisis genético); y en relación con los programas estéticos respecto de los cuales rompió (el academicismo del expresionismo abstracto, según podría pensarse). Pero, en cualquier caso, es una estética particular y no un modelo general de figurar las relaciones entre videocultura y cultura de élite. Como la técnica, el *pop* tiene dos caras: quizás fue la última ruptura que adoptó la *forma* vanguardia y proyectó, más allá de cuanto se había imaginado, las relaciones entre esfera del arte y vida. Al mismo tiempo fue una solución que confirma esquemáticamente y critica, en sus momentos y artistas menos dóciles a la dirección mercantil, la hegemonía de la industria cultural sobre la dimensión simbólica.

Si se quiere, con el *pop* las vanguardias cerraron su ciclo. Partamos entonces de un proceso que parece concluido, pero que abrió a lo largo del siglo XX un elenco de preguntas sobre los materiales del arte por una parte y sobre las relaciones entre arte, técnica y sociedad por la otra. En las vanguardias, el conflicto de formas y técnicas fue decisivo en la medida en que la relación entre invención formal e innovación técnica fue un motor estético.⁵ Y para acercarnos a la pregunta

con que inicié esta presentación, en el cine la cuestión de qué nivel (el formal o el técnico) ejercía su hegemonía definió durante décadas un problema central.⁶ La experimentación estética se vinculó a la innovación técnica, pero la cuestión básica era de qué lado de la innovación (estética o técnica) se situaba la dirección del proceso.

En la modernidad, el conflicto entre forma y técnica tiene un carácter interno (y fuertemente orgánico) al proceso de producción artística y a la producción de innovaciones formales. La innovación técnica es necesaria al proceso estético y, en consecuencia, a la producción artística; pero el carácter problemático de este vínculo no se pierde. La quiebra de estos principios formales (propios de la modernidad y también de las vanguardias históricas) se ve multiplicada en desarrollos relativamente recientes.

Esta cuestión conduce a otra, que sólo nombraré brevemente: la de los materiales que se incorporan al proceso estético. El debate planteado en términos de pluralismo estético no oculta el hecho de que innovaciones recientes tienden a un uso más ecléctico que pluralista de los materiales. Si es difícil acompañar las posiciones más intransigentes (adornianas, para decirlo brevemente) sobre este punto, también lo es sostener como principio el eclecticismo que habilita al arte para pasearse por el pasado, como si fuera un *theme-park* alquilado para realizar tours arqueológicos. La pérdida de la temporalidad, del sentido de la historia y de la memoria resulta del *collage* historicista indiferente a la memoria histórica, como se ha señalado ya muchas veces.⁷ La gigantesca inventiva de las vanguardias se ha ordenado en un cajón de procedimientos al que puede recurrirse separando los valores de los usos: la razón instrumental se instala en el desván estético.

La videocultura utiliza este desván como almacén de recursos. Con ellos, multiplicados por la potencia tecnológica y la necesidad del mercado, nos ofrece demasiadas imágenes y demasiados discursos. Se ha dicho que ya no hay un afuera del arte (Berman, 1984-85; Ch. Bürger, 1986; P. Bürger, 1984)⁸, se desvanece la diferencia entre imagen y mundo, en un flujo de indiferenciación que abre los paraísos llamados *posmodernos* de la simulación simbólica. En esos límites vive el personaje, evocado por Baudrillard que, ahito de televisión, expresa la paradoja de no creer en los vuelos interplanetarios porque no cree en los platos voladores.

Estos puntos me parecen centrales a un análisis cultural en el sentido más amplio, ya que no es indiferente para las sociedades en su conjunto (y no sólo para las élites de conocedores) la existencia del arte como dimensión específica del mundo simbólico. Cuando las vanguardias iniciaron un proceso de ruptura

profunda con las expectativas del público pusieron en marcha, al mismo tiempo, dos revoluciones: la que iba a separar, medio siglo después, al arte de élite de las videoculturas; la que iba a escindir, probablemente para siempre, a un público que podía ver tanto los films de John Ford como las películas más banales que se construían sobre las recetas del género.⁹ La cultura massmediática profundizó esa escisión, basada en el predominio del impulso técnico sobre el formal (la innovación técnica produce el discurso y no al revés), y sobre el principio de la velocidad y la superposición como matriz estructuradora y modalidad de consumo de los mensajes (Amiel, 1992 y, sobre la banalización de la imagen, Daney, 1992). Una sintaxis que articula acumulación y borramiento.

Terminado, provisionalmente, el recorrido por algunos de los temas que he intentado encarar, el fin de siglo nos encuentra enfrentados con estos dilemas. Un cambio decisivo, producto de desarrollos técnicos y sociales de carácter global (nacionales, regionales, y transnacionales), define el espacio, tanto de una industria cultural que se expande sobre el campo de la cultura antes llamada de élite, como las estrategias de esa misma cultura frente al complejo *high-tech* y la universalización de consumos y productos (universalización que, en el caso latinoamericano, no se detiene siempre frente a los umbrales de la pobreza).

En este proceso, algunos rasgos que recorren el siglo XX desde su comienzo se han acentuado: el hiato entre públicos masivos y artistas, entre experimentación formal-semántica y experimentación técnico-formal, entre procesos de modernización y vanguardias estéticas. Si la industria cultural ha terminado la faena que empezaron los dadaístas, horadando toda independencia institucional para el arte, la cuestión de si esto debe ser celebrado está en el centro del debate.

Por lo pronto, algunos discursos estéticos, como la literatura, más independiente de la videocultura que el cine y la música popular, se caracterizan, todavía hoy, por la semantividad intensiva y la organicidad formal (organicidad aun en el caso de las poéticas fragmentarias). Pero en el centro de la videocultura, desde donde se ha reorganizado la dimensión simbólica del mundo social, las estéticas *pre-post* están limitadas a fracciones minoritarias, cuya legitimidad descansa más en las élites culturales y en la academia, que en sectores de público. La música contemporánea podría ser el ejemplo desde donde razonar, de nuevo, todo lo dicho: el lugar de John Cage no será nunca el de Verdi o Beethoven; y Godard nunca podría ser elegido por Spielberg para encarnar al científico bueno que representa François Truffaut en *Encuentros cercanos del tercer tipo*.

Notas

- ¹ Omar Calabrese ha teorizado, de una manera original que luego fue retomada por otros investigadores, sobre las destrezas del videojuego y del *zapping*. A él pertenece la fórmula del *zapping* como *palimpsesto personal*, realizada en el marco de su ingeniosa y forzada caracterización de toda la cultura actual como neobarroca. La inspiración de Calabrese es, con reconocida evidencia de la deuda, Severo Sarduy; la modalidad *soft* de su análisis tiene el mismo toque leve de Umberto Eco. Véase Calabrese, 1987.
- ² Sobre los procesos de hibridación cultural como hipótesis de los escenarios actuales, véase García Canclini, 1992.
- ³ Así en el original (nota del editor).
- ⁴ Raymond Williams escribía en *Towards 2000: "The privileged institutions of minority culture, bearers of so much serious and important work, have for many years been fighting a losing battle against the powerful pressures of a capitalist-sponsored culture. This is the most evident source of cultural pessimism. But its deeper source is a conviction that there is nothing but the past to be won. This is because, for other reasons, there is a determined refusal of any genuinely alternative social and cultural order"*.
- ⁵ Véanse las observaciones de T.W. Adorno en su *Teoría estética*, con las que discute Peter Bürger (1984) y, sobre todo, "The Decline of Modernism", en la recopilación que lleva el mismo título (1992).
- ⁶ El caso infinitamente citado, pero no por ello menos representativo, es el de Orson Welles, que encarga la *invención* de un nuevo lente angular, exigido por las necesidades de encuadre y profundidad de campo que imaginaba para *El ciudadano Kane*.
- ⁷ Sobre el punto, véanse los ensayos de Fredric Jameson, 1991 [a]: 18; 1991 [b]: 70-71; 1991 [c]: 284. Jameson propone una definición alternativa de historicidad definida como "*perception of the present as history*".
- ⁸ Además de los planteamientos de Russell Berman y Christa Bürger, Peter Bürger (1984: 50) se refiere a la "falsa eliminación de la distancia entre arte y vida", provocada por los efectos de la industria cultural.
- ⁹ Sin embargo, como se ha señalado, las vanguardias periféricas más contemporáneas pudieron fundir contenidos éticos intensos en imaginarios nuevos (Yúdice, s/f: 14).

Bibliografía

- AMIEL, VINCENT
1992 "Des images de mondes superposés", en *Esprit*, núm. 6, junio.
- BERMAN, RUSSELL
1984-1985 "Modern Art and Desublimation", en *Telos*, invierno.
- BÜRGER, CHRISTA
1986 "The Disappearance of Art: The Postmodernism Debate in the United States", en *Telos*, verano.
- BÜRGER, PETER
1984 *Theory of the Avant-garde*, Minneapolis, University of Minnesota Press.
1992 "The Decline of Modernism", en *The Decline of Modernism*, Polity Press.
- CALABRESE, OMAR
1987 *L'età neobarocca*, Bari, Laterza.
- DANEY, SERGE
1992 "El amor del cine", en *Punto de Vista*, núm. 44, noviembre. (Traducción del reportaje de Olivier Mongin, publicado en *Esprit*, núm. 8, agosto-septiembre, 1992)
- GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR
1992 *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Buenos Aires, Sudamericana [1990].
- GRIGNON, CLAUDE Y PASSERON, JEAN-CLAUDE
1991 *Lo culto y lo popular; miserabilismo y populismo en sociología y en literatura*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- JAMESON, FREDRIC
1991 [a] "The Cultural Logic of Late Capitalism", en *Postmodernism or the Cultural Logic of Late Capitalism*, Londres, Verso.
1991 [b] "Surrealism without the Unconscious", en *Postmodernism or the Cultural Logic of Late Capitalism*, Londres, Verso.
1991 [c] "Nostalgia for the Present" en *Postmodernism or the Cultural Logic of Late Capitalism*, Londres, Verso.
- LANDI, OSCAR
1992 *Devórame otra vez; qué hizo la televisión con la gente; qué hizo la gente con la televisión*, Buenos Aires, Planeta.
- PORTELLI, ALESSANDRO
s/f "Culture popolari e culture di massa", p. 1477.
- YÚDICE, GEORGE
s/f "Postmodernity and Transnational Capitalism in Latin America", en G. Yúdice, J. Franco y J. Flores (comps.), *On Edge. The Crisis of Contemporary Latin American Culture*.