

Notas sobre política y cultura

Se me ha propuesto pensar algunas cuestiones que definen la problemática de cultura y política en los últimos años. Elijo básicamente dos: la llamada «crisis de la política» y la massmediatización de la esfera pública. Las elijo porque creo que definen muy fuertemente el horizonte próximo, y se potencian en el actual marco ideológico neoconservador que afecta no sólo la dimensión económica sino también (y particularmente) la simbólica.

La esfera pública massmediática

Como una napa, pero no subterránea sino bien visible, transcurre un proceso de consecuencias decisivas: la esfera pública ha entrado en una etapa de massmediatización audiovisual. Una transformación cultural profunda modifica la definición misma de lo público, como la cultura juvenil y los fenómenos que, con alguna ligereza, quedan agrupados bajo el rótulo de posmodernidad, se difunden en la sociedad argentina.

En nuestro espacio cotidiano, sumergidos en un incensante flujo de imágenes cuya abundancia es obscena, no por sus contenidos sino por la imposibilidad de la elección, el corte o la suspensión del flujo, la dimensión simbólica del mundo social ha sufrido una radical reorganización a partir de los *mass-media*. Y no sólo la cultura, las bellas artes y los estilos prácticos de la vida, sino también la política y el lugar de lo político han sido reorganizados. La estética de la televisión (y del *advertising*) proponen e imponen su modelo a la esfera pública: es muy evidente que en la actualidad no hay política sin televisión.

La política y los políticos se construyen allí. Se podría decir: la esfera pública se ha massmediatizado y la escena política es una escena electrónica. Consideremos las consecuencias en las sociedades contemporáneas. *En primer lugar*, la televisión ha reorganizado la esfera de la imaginación y de lo simbólico, hasta un punto que hace difícil responder con alguna segu-

ridad a preguntas clásicas del tipo: ¿popular, a qué se opone? A partir de la cultura electrónica, han entrado en crisis las formas de pensar distinciones entre lo popular y lo culto, porque la cultura massmediática y la cultura juvenil difícilmente puedan describirse según estas categorías, que han pasado a ser categorías históricas: con ellas se puede pensar lo que fue (la cultura obrera vinculada al libro y al sindicato; las culturas campesinas; la cultura escolarizada de las capas medias) y no lo que es. A partir de la organización massmediática de la esfera cultural y política todas las formas anteriores pueden ser consideradas artesanales, y del artesanado tienen sus virtudes y sus límites.

Además, no parece audaz ni prematuro afirmar que sería imposible la existencia de una comunidad nacional fuera de los medios de comunicación, que tienden a constituirlos. No podemos pensar un mundo de naciones sin esos medios. La presentación misma de la última guerra, la del Golfo, totalmente planetaria a través de las grandes cadenas como CNN, de todas formas no liquida el papel fuerte que, incluso en un mundo internacionalizado, tienen los *mass-media* en la definición de identidades nacionales.

En segundo lugar, la estética de los medios tiene un rol muy activo (en rigor tiene la iniciativa) en la definición de otras estéticas: las de los diarios que imitan a revistas semanales, que a su vez imitan a la presentación televisiva de la noticia, por ejemplo; la del cine que, después de haber transferido muchas de sus funciones a la televisión, hoy, piensa que su posibilidad de supervivencia está en el *video-home* y la estética televisiva; la nueva estética del *video-clip* que liquida la narración para imponer una sintaxis aparentemente necesaria pero, en verdad, errática, de asociación de imágenes; los simulacros del *video-game*, que toman el lugar de lo lúdico en la cultura popular y juvenil.

Lo que se ha producido es una verdadera revolución cultural, aunque el sentido de esta revolución no satisfaga a quienes encontramos todavía un conjunto de valores en la cultura basada en la alfabetización y en el paradigma pedagógico. La estética massmediática desborda a los *mass-media* y se transmite, conflictivamente dado que para rechazarla es necesario enfrentarla, a todas las dimensiones simbólicas y culturales.

La distribución de discursos y prácticas simbólicas, que antes de la hegemonía massmediática trabajaba con tiempos diferidos, hoy se caracteriza por la *simultaneidad* y la instauración de una *escena cultural* única. Se imponen nuevas modalidades de legitimación que muchos juzgan como un igualamiento homogeneizante que tiene en su base una barbarización. Los optimistas piensan, en cambio, que este proceso es democratizador. Los más críticos responden, como ya lo hiciera Adorno hace varias décadas,

que se opera una apropiación sin obstáculos de la conciencia de las masas por los productos de la industria cultural.

Pero también están quienes creen que los medios audiovisuales pueden proporcionar una oportunidad a nuevos estilos abiertos de conflicto cultural y a utopías de discurso contrahegemónico, que consideran a los *mass-media* (y a la cultura juvenil massmediática) como formas radicalizadas que son igualadoras porque la élite letrada y el gran público se ven obligados a compartir las mismas destrezas. En este sentido, la cultura audiovisual sería un lugar de *encuentro entre diferentes clases sociales*. La cultura de masas explota la persuasiva y halagadora ilusión de que es una cultura para *todos*.

El icono técnico y el simulacro producido por los medios de comunicación de masas compactan la sociedad proyectando la imagen de una escena cultural unificada, un *lugar común* donde las oposiciones (que podrían transformarse en conflicto) se disuelven en un poliglotismo que no produce, por necesidad, polifonía: la cultura massmediática y la política massmediatizada tributan a la imagen de una cultura común que uniría a actores cuyo poder simbólico y material es bien diferente. Si esto asegura la cohesión, no queda en absoluto demostrado que *esa* cohesión sea deseable.

Esta perspectiva pone el acento sobre la difusión y el uso, no sobre el origen ni el contenido de los mensajes; sobre la posición relativa en un proceso de comunicación y no sobre sus materiales; sobre la creatividad y no sobre la manipulación; sobre la *relación entre cultura popular y cultura de los medios* como relación dinámica y no como ocupación del territorio de una por la otra.

En la base, hay una hipótesis hermenéutica sobre la actividad del receptor en la construcción de los sentidos de un mensaje que le es proporcionado por los *mass-media* pero que éstos no pueden controlar en su recepción. La hipótesis contradice la teoría, clásica en los años sesenta, de la manipulación del receptor. Los mensajes de los *mass-media* circulan en un espacio donde se producen procesos de mezcla e hibridación, intercambios, resignificación, desplazamiento en los sentidos, reciclaje y refuncionalización de los temas, géneros y formas. La idea es sugerente, mientras no se la exagere y se la convierta en el inverso simétrico de la manipulación y mientras no se caiga en la prisión de la circularidad que la amenaza. La hermenéutica indica que el sentido se construye en la intersección del horizonte del texto y el horizonte del receptor, pero ¿quién constituye el horizonte del receptor? Por el momento, no una fuerte cultura autónoma, sino la cultura hegemónica en su versión massmediática y de mercado, aunque no todos los contenidos culturales puedan ser reducidos a la cultura de los *mass-media*. Por otra parte, no es necesario recurrir al arsenal argumentativo

de la teoría de la dependencia, para subrayar que el capitalismo se ha movido muy rápidamente para lograr el control y el aprovechamiento económico de las nuevas tecnologías y de sus versiones estéticas, de cuyo desarrollo se convierte en director y obstáculo.

Alrededor de este punto, quisiera considerar muy brevemente dos cuestiones: el impacto que los medios audiovisuales tienen hoy sobre una zona de los medios escritos, y la unificación audiovisual de las diferencias estéticas e ideológicas en algo que podríamos llamar el *continuum mediático*.

Sobre lo primero, prescindo de las revistas semanales cuya materia prima misma es el *jet-set* televisivo (único parnaso social posible en países, como los latinoamericanos, sin aristocracia nobiliaria). Quiero pensar, más bien, en los efectos que la televisión tiene sobre la estética y el modo de construcción de la escritura en los diarios. Casi sin que nos diéramos cuenta el proceso estaba en marcha. En los Estados Unidos, para poner un ejemplo que pertenece a la nación pionera de la revolución audiovisual, un diario como *USA Today* se conforma al estilo televisivo: desde su presentación del pronóstico meteorológico, con el mismo tipo de mapas y el mismo tipo de signos que el «Weather Report» de la TV, hasta su presentación de lo político según fuera construido la noche anterior en los noticieros de las grandes cadenas. *USA Today* no tiene, en verdad, notas ni artículos: todo lo escrito no supera lo que normalmente se considera un copete (entradilla) largo, y esto en una prensa que tradicionalmente trabaja con notas más extensas de las habituales en América Latina. Su presentación a cuatro colores es, más que una posibilidad gráfica, un recuerdo del color televisivo y, como él, es brutal y borroso al mismo tiempo.

Si *USA Today* es el límite máximo de la marca televisiva en la prensa escrita, de todos modos esta marca no se registra sólo en estos casos ejemplares. Los diarios arrevistados son bien conocidos en América Latina, donde la nota firmada, a la manera de la revista, fue impuesta por ellos, agregando transparencia a la opinión periodística. La nota firmada define el lugar de la escritura, arma circuitos de confiabilidad o de desconfianza, produce adicciones y adhesiones que no lo son necesariamente del medio sino del periodista, crea reputaciones y opera en la rejerarquización de prestigios en la esfera pública.

Pero los diarios arrevistados no son sólo el producto de este impulso comunicativo democratizador. También la forma arrevistada se toca con los formatos televisivos y allí encontramos un estilo escrito que construye sus temas y sus personajes, sus modos narrativos y su sistema de metáforas en relación con los medios audiovisuales. Se produce un pacto de mimesis entre estilos audiovisuales y estilos de la letra, entre tono audiovi-