

## **EL ENCUENTRO DE LA CULTURA Y LA COMUNICACIÓN EN EL CONSUMO CULTURAL -una perspectiva de comprensión-**

**Marcelino Bisbal**

"La integración potencial de texto, imágenes y sonido en el mismo sistema, interactuando desde puntos múltiples, en un tiempo elegido (real o demorado) a lo largo de una red global, con un acceso abierto y asequible, cambia de forma fundamental el carácter de la comunicación. Y ésta determina decisivamente la cultura, porque, como escribió Postman, 'no vemos (...) la realidad (...) como es, sino como son nuestros lenguajes. Y nuestros lenguajes son nuestros medios de comunicación. Nuestros medios de comunicación son nuestras metáforas. Nuestras metáforas crean el contenido de nuestra cultura'. Puesto que la comunicación mediatiza y difunde la cultura, las mismas culturas, esto es, nuestros sistemas de creencias y códigos producidos a lo largo de la historia, son profundamente transformadas, y lo serán más con el tiempo, por el nuevo sistema tecnológico."

**Manuel Castells**

"Al repensar la ciudadanía en conexión con el consumo y como estrategia política, buscamos un marco conceptual en el que puedan considerarse conjuntamente las actividades del consumo cultural que configuran una dimensión de la ciudadanía, y trascender el tratamiento atomizado con que ahora se renueva su análisis. La insatisfacción con el sentido jurídico-político de la ciudadanía está llevando a defender la existencia, como dijimos, de una ciudadanía cultural, y también de una ciudadanía racial, otra de género, otra ecológica, y así podemos seguir despedazando la ciudadanía en una multiplicidad infinita de reivindicaciones."

**Néstor García Canclini**

"(...) las casas y las cosas del consumo son, sobre todo, signos que interpretan otros signos del consumo."

**A. Vidler**

### **I-LA CONSTRUCCION DE NUESTROS IMAGINARIOS-HOY**

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

**Umberto Eco**

La historia del presente se construye, reconstruye diría alguien, en las pantallas de la televisión y el cine, en las páginas de los diarios y revistas, incluso en la de los libros como "artefactos" mediáticos que ellos son, en las pantallas del computador personal y en fin, en todo el complejo sistema de comunicación que hoy constituyen las industrias culturales, las telecomunicaciones y la telemática. La idea de una "historia única" y los puntos de vista centrales han declinado, así

como los grandes relatos han dado paso a las pequeñas historias. Hoy los medios conforman no una, variadas imágenes del mundo, diversas concepciones y representaciones del mundo. Teniendo en cuenta esta idea núcleo, desde la cual se define a la sociedad del presente, el autor italiano G. Vattimo nos dice que la expresión "sociedad transparente" trata de definir lo siguiente: " a) que en el nacimiento de una sociedad posmoderna [Nota de la redacción: la sociedad del presente, la de ahora, la sociedad en la que estamos inmersos no se trata de una sociedad del futuro. Ni siquiera estas visiones son "visiones del futuro"] desempeñan un papel determinante los medios de comunicación; b) que esos medios caracterizan a esta sociedad no como una sociedad más 'transparente', más consciente de sí, más 'ilustrada', sino como una sociedad más compleja, incluso caótica, y, por último, c) que precisamente en este relativo 'caos' residen nuestras esperanzas de emancipación"(1994:123). Por eso afirmamos que en el presente-estamos siendo redundantes a intención-, que de aquí en adelante no podemos seguir concibiendo la historia del mundo bajo un sistema unitario de pensamiento, bajo un único punto de vista.

El individuo de hoy pasa mucho tiempo frente a estos "artefactos" como llama McLuhan a los massmedia. La "ilustración" ya no transcurre más por sobre los aparatos instituidos por la modernidad, ahora hay otras vías para llegar a ser "modernos", lo que no significa "más ilustrados", y que también han sido institucionalizados por la misma modernidad. Los datos nos dicen: "que *asistir a espectáculos de cultura clásica* (ballet, danza contemporánea, música académica, cine de arte y ensayo, etc.) está en un 3 por ciento promediando entre quienes señalan ir semanalmente o mensualmente. Porcentaje que al distribuirlo da 0.3 por ciento para cada área, cifra que es relativamente escandalosa, pero reveladora de la tendencia. Asimismo, de las tendencias 'elitescas', la que más demanda presenta dentro del estudio es la desarrollada por *visitas a bibliotecas y librerías* (6.2 por ciento), seguida de *visitas a museos y galerías* (4.5 por ciento) e *ir al teatro* (2.5 por ciento). Cifras estas que resultan casi insignificantes, frente al 92 por ciento que manifiestan estar *frente al televisor* todos los días, 71 por

ciento *escuchando radio*, 62 por ciento *oyendo música popular en CD o cassette*, 49 por ciento *leyendo periódicos y/o revistas o estar ante un computador* 15 por ciento, todos los días o casi todos los días, durante todo el año" (Bisbal y Otros, 1998).

Hoy por hoy todos los estudios sobre *consumo cultural* (VARIOS AUTORES: 1999, xxi y ss.) arrojan algunas tendencias que resulta, en este marco, interesante de destacar. Primero, la centralidad que han adquirido los medios electrónicos en las poblaciones urbanas. Segundo, el carácter fuertemente segmentado del consumo de los eventos de alta cultura. Los estudios, muestran que los niveles de asistencia a eventos de la alta cultura (música clásica, teatro, ballet y ópera) era muy bajo; en términos de perfil las personas se concentraban en los segmentos de mayor escolaridad e ingresos, así como entre el público de mayor edad. Tercero, los estudios revelan también niveles relativamente mínimos de asistencia a centros comunes de consumo (cines, recitales de música popular, eventos deportivos), todo lo cual nos está indicando una clara tendencia hacia la atomización de las prácticas de consumo y un cierto repliegue al espacio privado. Cuarto, la masificación de los consumos de bienes de la industria cultural no implica la homogeneización de los públicos, sino más bien una estructura de consumo altamente segmentada donde coexisten grupos, preferencias y hábitos dispares. Por último, los estudios revelan que el consumo de alta cultura y cultura popular se ve afectado por un proceso de mediatización que implica su incorporación y transformación de acuerdo con la lógica de los medios.

Así se produce que lo que se ha dado en llamar el "des-ordenamiento cultural" que nos remite al papel que hoy, aquí y ahora, están jugando los medios y su cultura. Así como también a las nuevas *sensibilidades* (*sensorium* en terminología benjaminiana) que emergen en este *tiempo-ahora*. De acuerdo a Anthony Giddens "En la modernidad superior, la influencia de acontecimientos distantes sobre eventos cercanos y sobre las intimidades del sí-mismo se convierten en un lugar común. Los mass-media, impresos y electrónicos,

obviamente juegan un papel central a este respecto. Se trata de una experiencia mediada que ha influido profundamente en la autoidentidad y en la organización básica de las relaciones sociales. Con el desarrollo de los medios de comunicación, particularmente la comunicación electrónica, la interpenetración del autodesarrollo y de los sistemas sociales, incluyendo sistemas globales, se hace más pronunciada. El 'mundo' en el que vivimos hoy es, por eso, muy distinto del que habitaron los seres humanos en anteriores períodos de la historia. Es un mundo único, que posee un marco unitario de experiencia (por ejemplo, respecto a los ejes de tiempo y espacio) y, al mismo tiempo, es otro encargado de crear nuevas formas de fragmentación y dispersión. Un universo de actividad social en el que los medios electrónicos tienen un rol central y constitutivo, sin embargo no se trata de un mundo de la 'hiperrealidad' en el sentido que da Baudrillard a este término. Una tal idea confunde el omnipresente impacto de la experiencia mediada con la referencialidad interna de los sistemas sociales de la modernidad - el hecho de que estos sistemas devienen, a todos los efectos, autónomos y determinados por sus propias influencias constitutivas-"(1995: 37 y 38).

En este sentido, *la sociedad-hoy* no puede ser pensada más sin la comunicación. Hemos visto que estamos en presencia de un ecosistema cultural al que podemos llamar con toda propiedad *ecosistema comunicativo*, porque la comunicación de los grandes medios y todo el uso múltiple que de ellos podemos hacer se está convirtiendo en un espacio estratégico. Los medios no sólo constituyen un poder real, sino que desde ellos estamos pensando y viendo las contradicciones que se dan y desenvuelven en nuestras sociedades."En el transcurso de los últimos años, la historia del mundo se ha disparado, los acontecimientos se suceden deconstruyendo aquel orden que surgiera de la última guerra mundial. Las cámaras se hallan presentes por doquier, las pantallas de televisión ofrecen a domicilio las imágenes que permiten comprender -como se dice ahora- lo que pasa. La capacidad técnica es tan extraordinaria como lo pueda ser la historia que queda por hacer; brinda los medios de construir el acontecimiento, de orientar sus significaciones y de atribuirle a su representación

universal una autoridad que obtiene de por sí gracias a su cualidad espectacular" (Balandier, 1994: 160 y 161).

En fin, la *realidad* depende cada vez más no de la propia realidad, sino de la comunicación massmediática que construye/reconstruye la misma realidad. A través de los medios y sus contenidos la realidad social se hace presente por intermedio de la información, de los discursos/relatos que nos ofrecen lectores diversos del acontecer diario. Ya lo decía Alain Touraine en su *¿Podremos vivir juntos?*: "Las informaciones como lo capitales y las mercancías, atraviesan fronteras. Lo que estaba alejado se acerca y el pasado se convierte en presente. El desarrollo ya no es la serie de etapas a través de las cuales una sociedad sale del subdesarrollo, y la modernidad ya no sucede a la tradición; todo se mezcla; el espacio y el tiempo se comprimen. En vastos sectores del mundo se debilitan los controles sociales y culturales establecidos por lo estados, las iglesias, las familias o las escuelas, y la frontera entre lo normal y lo patológico, lo permitido y lo prohibido, pierde su nitidez. ¿No vivimos en una sociedad mundializada, globalizada, que invade en todas partes la vida privada y pública de la mayor cantidad de personas? Por lo tanto, la pregunta planteada, '¿podemos vivir juntos?', parece exigir en primer lugar una respuesta simple y formulada en presente: ya vivimos juntos. Miles de millones de individuos ven los mismos programas de televisión, toman las mismas bebidas, usan la misma ropa y hasta emplean, para comunicarse de un país al otro, el mismo idioma" (1997: 9).

Es así. Hoy nuestras representaciones sociales, eso que llaman los *imaginarios* colectivos son producto, en gran parte, de la representación mediática. Vivimos entonces en un mundo de *realidad virtual*, pero real. Como diría Balandier, "el acontecimiento que los medios de masas procesan se convierte en la matriz en que se labran los mitos del presente, y la escena efímera en que el drama representado deviene portador de una lección" (1994: 166). Es decir, que seguir empleando desde América Latina, como ha sido nuestra tradición desde comienzos de la década de los sesenta, un

pensamiento que ubica a los medios y sus contenidos culturales en un sentido negativo y pesimista a la vez, sería caer en conclusiones y apreciaciones sobre esos propios medios y las sociedades modernas actuales que nos llevan a equívocos que nada tienen que ver con las realidades de la gente y sus contextos sociales.

Esa idea, y así habrá que leer nuestras líneas, significa según John B. Thompson que "Debemos ver, en vez de ello, que el uso de los medios de comunicación implica la creación de nuevas formas de acción e interacción en la sociedad, nuevos tipos de relaciones sociales y nuevas maneras de relacionarse con los otros y con uno mismo"(1998:17). Y sigue diciendo el autor británico: "Cuando los individuos utilizan los medios de comunicación, se introducen en formas de interacción que difieren en ciertos aspectos del tipo de interacción cara-a-cara que caracteriza la mayoría de los encuentros de la vida cotidiana(..)De manera fundamental, el uso de los medios de comunicación transforma la organización espacial y temporal de la vida social, creando nuevas formas de acción e interacción, y nuevos medios de ejercer el poder, disociados del hecho de compartir un lugar común"(1998:17). Así pues, la tesis principal de este texto sostiene que en estos momentos, y mucho más en el tiempo que se nos abre a partir del nuevo milenio, no considerar la reflexión sería, objetiva y desprejuiciada, pero al mismo tiempo la mirada transdisciplinar y multidisciplinar de los media es dejar de lado un componente que está siendo decisivo en la vida, al menos en las nuevas generaciones. No entender esa realidad es no entender el tiempo presente. Es lo que ha dicho en algún lado J. Habermas al expresar que "asistimos a los dolores de parto de un modo de socialización completamente nuevo".

## **II -NOMBRANDO LA CULTURA**

"Cuando me preguntan por mi nacionalidad o identidad nunca lo puedo responder con una palabra, pues mi identidad posee repertorios distintos."  
**Habitante anónimo de Tijuana**

El tema de la *cultura*, y no digamos el tema del *consumo*, tiene connotaciones y acepciones muy amplias y a la vez ambiguas. Hay amplitud y ambigüedad en el tratamiento y consideración de esos dos vocablos como realidades, pero con todo el riesgo que implica hay que empezar por el principio y esto significa asumir un concepto desde el cual asirnos y seguir hacia adelante. Esto es válido tanto para la idea de *cultura*, como para el término *consumo*.

Empecemos por el primero. Georges Balandier en la década de los años sesenta se dio a la tarea de intentar levantar un censo sobre el término y conocer así las diversas conceptualizaciones que se habían formulado. Ya antes, en 1952, los autores Clyde Kluckhohn y Alfred Kroeber habían recopilado unas 164 definiciones distintas de cultura. Ante esa dispersión conceptual, más allá de la misma vaguedad semántica, el propio Balandier explicitó: "Todavía no existe ni definición ni teoría de la cultura a la que se pueda adherir sin ninguna clase de reticencias" (Duvignaud, 1972: 19) ¿Por qué dice esto? Llegó a encontrar más de 250 definiciones de cultura. ¿Tiene entonces sentido hoy día hablar todavía de *cultura* desde una única significación y práctica? Pareciera que no. De todas formas, más como elemento ilustrativo y de guía, sabemos que existen variados caminos teóricos (epistemológicos) para clarificar la palabra.

a) En su acepción antropológica podemos afirmar, citando a Tyler, que el término abarca "(...) un todo complejo que incluye los conocimientos, las creencias, el arte, la moral, las leyes, las costumbres y todas las demás disposiciones y hábitos adquiridos por el hombre en tanto que miembro de una sociedad" (Duvignaud, 1972: 140).

b) Desde una óptica más próxima a la semiótica o semiología podemos decir que la cultura es una unidad de varios sistemas organizados jerárquicamente. De tal forma que esta concepción de la cultura nos está apuntando que ella es organizada, sistemática y portadora de información que contiene tanto los elementos simbólicos como los materiales del quehacer humano.

c) En perspectiva más sociológica se dirá que la cultura es el proceso, o todo proceso de producción simbólica. Al respecto, un autor como Edgar Morin nos entra al detalle afirmando que "Lo que hoy llamamos cultura no es más que la totalización de procesos de diferentes estadios, de diferentes categorías, de diferentes niveles, que todos adquieren en efecto cada vez más un sentido muy subjetivo, e incluso estético, e incluso imaginario" (Duvignaud, 1972: 144).

d) Para la UNESCO, "(...) la cultura, en su sentido más amplio, puede considerarse hoy como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o a un grupo social. Engloba no sólo las artes y las letras, sino también los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. La cultura da al hombre la capacidad de reflexión sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. Por ella es como discernimos los valores y realizamos nuestras opciones. Por ella es como el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevos significados y crea obras que lo trascienden" (UNESCO, 1982).

e) A efectos económicos, Ramón Zallo desde una visión de "economía de la comunicación y la cultura" entenderá a la cultura "(...) como la producción, conservación y distribución de contenidos culturales vinculados a prácticas sociales" (1992: 9). Y en otro texto el mismo autor expresará que "El concepto de

cultura se ha extendido en los últimos años hasta el punto de que las antes consideradas subculturas –comic, rock, cultura popular- o técnicas –infografía...- o la comunicación masiva, constituyen ya una parte de la cultura moderna. Insensiblemente, la mercantilización de la cultura revaloriza los parámetros económicos en las decisiones culturales públicas y privadas. La internacionalización de las manifestaciones culturales más homologables incide en la desaparición de las fronteras culturales" (1993: 31).

f) Y finalmente, en sentido literario y cercano a la llamada "sociología de lo vivido" o de lo "cotidiano", el escritor Aldoux Huxley nos "(...) comparaba la cultura a un álbum de familia donde sólo los miembros de la familia reconocen de una ojeada los retratos del tío Víctor o del primo Honorato, evocan implícitamente sus manías, sus anécdotas, incluso algunas de sus palabras más características. Los extraños son excluidos de este diálogo silencioso: *no tienen la cultura del grupo*" (cursivas nuestras) (Escarpit, 1977: 252).

En suma, son demasiadas las referencias que podemos encontrar y presentar sobre el tema de la cultura y sus acepciones. Múltiples visiones que encaran situaciones y contextos sociales desde los cuales se asoma una idea de cultura. Porque las palabras no son neutras y mucho menos la combinatoria que hacemos con ellas para lanzar una definición. Los conceptos, como diría Renato Ortiz, enfatizan la especificidad del momento histórico. Y particularmente "Los conceptos nunca son puros, están marcados por la historicidad que se suma a su existencia categorial. Por eso es importante la reflexión acerca de su génesis y sus implicaciones. Permite aclarar un conjunto de significaciones implícitas en su interior, y nos ayuda a entender ciertas cuestiones aún presentes en el debate contemporáneo" (Ortiz, 1998: 69) Nos gusta y convence la forma como lo expresa Angel Rama al decirnos que en "(...) ese tejido de palabras y de estratégicas ordenaciones de la narración para transmitir un determinado significado, que sean cuales fueren sus fuentes, no es otra cosa que una invención del escritor. En el mejor de los casos, *una lectura* de la realidad; en el más común, *una*

*interpretación; en el más afinado, una invención a la manera de la realidad, que vale tanto como decir, un artificio(...)*" (cursivas de la fuente) (Rama, 1985: xxi).

Por tal razón es imposible hablar de cultura como un concepto acabado, es más preciso hacerlo en términos de *collage* o de fragmentación porque en cada momento o realidad social se van añadiendo nuevos elementos, "(...)donde cada parte, pieza o retazo remite a los otros, todos moviéndose en una continua danza de signos"(Brünner, 1992: 37). La idea de cultura se está moviendo todavía en dos tiempos. Uno, que corresponde a la concepción que de ella hizo la modernidad ilustrada. En ese tiempo, la descripción que nos hace Angel Rama acerca de la forma cultural que emergió de la modernidad, y que tuvo su asiento en el espacio de la ciudad, será la que remede el poder y le otorgue exclusivismo para designar, discernir, reconocerse e identificarse. "A través del orden de los signos, cuya propiedad es organizarse estableciendo leyes, clasificaciones, distribuciones jerárquicas, la ciudad letrada articuló su relación con el poder, al que sirvió mediante leyes, reglamentos, proclamas, células, propaganda y mediante la ideologización destinada a sustentarlo y justificarlo. Fue evidente que la ciudad letrada remedó la majestad del poder, aunque también puede decirse que éste rigió las operaciones letradas, inspirando sus principios de concentración, elitismo, jerarquización. Por encima de todo, inspiró la distancia respecto al común de la sociedad. Fue la distancia entre la letra rígida y la fluida palabra hablada, que hizo de la ciudad letrada una ciudad escrituraria, reservada a una estricta minoría" (Rama, 1985: 3). Allí se formó la *cultura elitista* o aristocrática, la "alta cultura" que representa un tiempo: modernidad e inicio de un "nuevo tiempo" que no atinamos a designar con un término estable.

El otro tiempo es el que emerge con signos culturales que insubordinan, como diría Nelly Richard, a los anteriores. En este tiempo-ahora se produce una "insubordinación de los signos" en donde las *cosas* no están en donde nos dijeron que estaban. Hay un mapa cultural distinto tanto a nivel local, así como en lo regional y qué decir con el ámbito global/mundial. Estamos en presencia de un

"otro territorio" en donde la globalización de nuestras vidas y la mundialización de la cultura están determinando muchas de las formas que estamos asumiendo por encima de la escuela, la familia, la iglesia y todos los "aparatos" institucionalizados para la transmisión y preservación/conservación de objetos de la "alta cultura". El contenido fundamental de esta época nos los ofrece una investigación reciente de Manuel Castells que dará origen al excelente texto de *La era de la información* y allí podemos constatar, a través de las propias palabras del autor (2000:549 y ss.), lo siguiente:

-Estamos ante una sociedad que puede llamarse con toda propiedad la sociedad red, caracterizada por la preeminencia de la morfología social sobre la acción social.

-Entonces, como tendencia histórica, las funciones y los procesos dominantes en la era de la información se organizan más en torno a redes. Estas constituyen la nueva morfología social de nuestras sociedades y la difusión de su lógica de enlace modifica de forma sustancial la operación y los resultados de los procesos de producción, la experiencia, el poder y la cultura.

-Las relaciones entre las redes, facilitada por las tecnologías de la información que operan a la velocidad de la luz, configuran los procesos y funciones dominantes en nuestras sociedades.

-La redes son los instrumentos apropiados para una economía capitalista basada en la innovación, la globalización y la concentración descentralizada.

-La convergencia de la evolución social y las tecnologías de la información ha creado una nueva base material para la realización de actividades por toda la estructura social. Esta base material, compuesta por redes, marca los procesos sociales dominantes, con lo cual organiza la misma estructura social.

-Estamos en presencia de una nueva economía. Esta nueva economía se organiza en torno a las redes globales de capital, gestión e información, cuyo acceso al conocimiento tecnológico constituye la base de la productividad y la competencia.

-En consecuencia, el proceso de trabajo cada vez se individualiza más, se desagrega la realización del trabajo y se reintegra su resultado mediante una multiplicidad de tareas interconectadas en emplazamientos diferentes, lo que inaugura una nueva división del trabajo, basado en los atributos/capacidades de cada trabajador más que en la organización de las tareas.

-La sociedad red, en sus diversas expresiones institucionales, es, por ahora, una sociedad capitalista. Pero el tipo de capitalismo es diferente, ya que el capital funciona a escala global como una unidad en tiempo real; y se realiza, invierte y acumula principalmente en la esfera de la circulación, esto es, como capital financiero.

-La acumulación de capital se efectúa y su creación de valor se genera, cada vez más, en los mercados financieros globales establecidos por las redes de información en el espacio atemporal de los flujos financieros.

-El capital financiero, para operar y competir, necesita basarse en el conocimiento generado y procesado por la tecnología de la información. Este es el significado concreto de la articulación existente entre el modo capitalista de producción y el modo informacional de desarrollo.

-La tecnología y la información son herramientas decisivas para generar beneficios y para conseguir cuotas de mercado. Así pues, el capital financiero y el capital industrial son cada vez más interdependientes, aun cuando sus modos de operación sean específicos para cada industria.

-Las relaciones sociales entre el capital y el trabajo se han transformado en profundidad. El capital es global, el trabajo es local. Así pues el capital se coordina globalmente; el trabajo se individualiza.

-El informacionalismo, en su realidad histórica, lleva a la concentración y globalización del capital, precisamente mediante la utilización del poder descentralizador de las redes. Las redes convergen hacia una metarred de capital que integra los intereses capitalistas a escala global y a través de sectores y ámbitos de actividad.

-El trabajo pierde su identidad colectiva, individualiza cada vez más sus capacidades, sus condiciones laborales, y sus intereses y proyectos.

-El capital y el trabajo tienden a existir cada vez más en espacios y tiempos diferentes: el espacio de los flujos y el espacio de los lugares, el tiempo inmediato de las redes informáticas frente al tiempo de reloj de la vida cotidiana.

-En la sociedad red los procesos de transformación social también afectan a la cultura y al poder. Las expresiones culturales se abstraen de la historia y la geografía, y quedan bajo la mediación predominante de las redes electrónicas de comunicación, que interactúan con la audiencia en una diversidad de códigos y valores, subsumidos en última instancia en un hipertexto audiovisual digitalizado.

-El hecho de que la política tenga que enmarcarse en el lenguaje de los medios basados en la electrónica tiene consecuencias profundas sobre las características, la organización y las metas de los procesos políticos, los actores políticos y las instituciones políticas. Los poderes que existen en las redes de los medios ocupan un segundo lugar ante el poder de los flujos incorporados a la estructura y el lenguaje de estas redes.

-Los cimientos materiales de la sociedad, el espacio y el tiempo, se están transformando y organizando en torno al espacio de los flujos y el tiempo atemporal.

-Cada vez mayor número de personas considera un desorden metasocial el nuevo orden social, la sociedad red. Pero la sociedad red representa un cambio cualitativo en la experiencia humana.

¿Serán ciertas esas evidencias a las que llega el autor? Creemos que sí. Si nos entra la duda, tengamos presente las palabras de José Saramago en su última novela *La caverna*: "(...) Me apuesto la cabeza a que ha pasado esto, murmuró el alfarero, y entonces se sintió muy cansado, no por haber forzado demasiado la mente, sino por comprobar que el mundo es así, que las mentiras son muchas y las verdades ninguna, o alguna, sí, deberá de andar por ahí, pero en cambio continuo, tanto que nos da tiempo a pensar en ella en cuanto verdad posible porque tendremos que averiguar primero si no se tratará de una mentira probable"(2000: 119). De ahí, que "(...)el esfuerzo analítico se debe orientar hacia la comprensión de objetos que connoten esta realidad mundializada. Guerra del Golfo, FMI, publicidad global, auto mundial, MacDonal´d´s, televisores Mitsubishi, son expresiones heurísticas de su movimiento. Lo mismo se puede decir de los aeropuertos, los supermercados, los shopping-centers. Se trata de lugares, de sitios, que revelan la desterritorialización del espacio, condición necesaria para la constitución de un mundo-mundo(...)Esos lugares denotan el orden interno de la misma sociedad global, al exponer su faz mundializada. Hablar, por tanto, de una cultura mundializada significa situarnos en la médula de este proceso abarcador"(Ortiz, 1998: xix y xx).

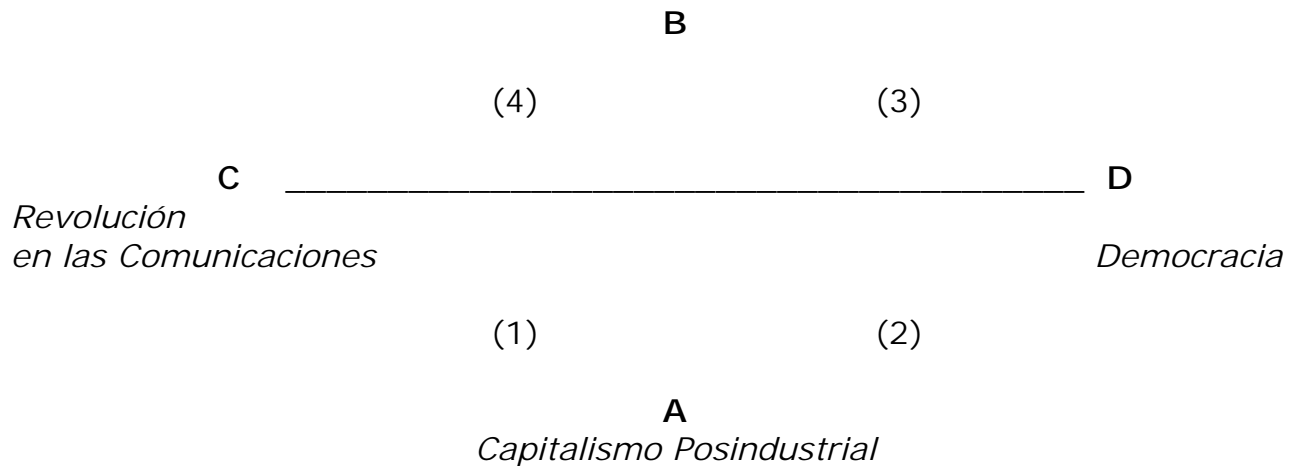
Esta concepción, en la que muchos estudiosos coinciden por la fuerza de la realidad que a veces va más acelerada que el conocimiento, ha sido ilustrada y

explicada gráficamente por José Joaquín Brünner(1998: 29 y ss.) de la siguiente forma:

1) *Preámbulo*: "El surgimiento de un clima de época o nueva sensibilidad, usualmente denominados posmodernos, constituye un resultado de los tres fenómenos anteriores (es decir: universalización de los mercados, la revolución de las comunicaciones y la difusión del modelo democrático. *Nota de la redacción*); su expresión espiritual, intelectual, estética y ética en diversos ámbitos de la vida contemporánea. A través de ellos se manifiesta una ruptura o transformación del proyecto y los ideales de la modernidad. Es en esta esfera donde se expresa la conciencia de la globalización, sea a nivel individual o como experiencia colectiva".

2) *Consecuencias*: "(...)la globalización de la cultura es la manifestación de las contradicciones, tensiones, desajustes y cambios a que dan lugar las interrelaciones e interacciones entre los cuatro macro-fenómenos indicados más arriba ( economía, cultura, comunicación y política. *Nota de la redacción*). Estos últimos pueden representarse gráficamente en torno a dos ejes, según se observa en el siguiente diagrama. En torno al eje vertical (A/B) se desenvuelven las relaciones entre la economía y la cultura, en ambas direcciones. Por su lado, el eje horizontal (C/D) vincula la comunicación y la política, también en los dos sentidos".

3) *Análisis*: Veamos el "Diagrama de la Globalización Cultural":



"Las principales dinámicas de globalización cultural –dice Brünner- tienen lugar dentro de los cuadrantes de nuestro diagrama, numerados del (1) al (4). Así, en el cuadrante (1), cabe la ligazón entre economía industrial, mercado y comunicaciones; por ende, los fenómenos propios de la industria de los media. En el cuadrante (2), las relaciones -objeto hoy de intensos estudios y debates- entre el capitalismo, en sus diversas fases de desarrollo, y la democracia. El cuadrante (3), por su parte, corresponde al ámbito de conformación de la democracia de públicos y a la transformación de la política bajo el influjo de la posmodernidad. Finalmente, en el cuadrante (4), caben las múltiples relaciones entre la revolución de las comunicaciones y el clima de la posmodernidad".

Hoy hay otros lugares para la concreción y disfrute de la cultura. "La cultura se organiza en un sistema de máquinas productoras de realidades simbólicas que son transmitidas a los públicos consumidores de bienes simbólicos"(Brünner, 1992: 25). Y que, como bien dice Walter Benjamin, desde el momento mismo en que en el proceso de producción cultural aparece la posibilidad real de "reproductibilidad técnica" del producto cultural u obra de arte, según refiere el autor, estamos entonces en presencia de una relación distinta de la gente con el objeto cultural, así como también un paso o intercambio de los llamados valores del producto cultural: del *valor cultural* llegamos entonces al *valor exhibitivo*. Enfatiza al respecto Benjamin: "La época de su reproductibilidad

técnica desligó al arte de su fundamento cultural: y el halo de su autonomía se extinguió para siempre. Se produjo entonces una modificación en la función artística que cayó fuera del campo de visión del siglo. E incluso se le ha escapado durante tiempo al siglo veinte, que es el que ha vivido el desarrollo del cine""(Benjamin,1973:32).

Será el mismo Walter Benjamin, y la lectura benjaminiana, el que nos permita entender ahora las transformaciones y reorientaciones que ha sufrido el hecho cultural. Transformaciones que van desde la producción, la recepción, el disfrute e incluso el acto mismo de entender el signo de lo cultural en este tiempo de desmemoria y discontinuidad.

Paul Valéry, en epígrafe fijado por Benjamin como guía de inspiración para su ensayo "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica", nos apunta que "En un tiempo muy distinto del nuestro, y por hombres cuyo poder de acción sobre las cosas era insignificante comparado con el que nosotros poseemos, fueron instituidas nuestras Bellas Artes y fijados sus tipos y usos. Pero el acrecentamiento sorprendente de nuestros medios, la flexibilidad y la precisión que éstos alcanzan, las ideas y costumbres que introducen, nos aseguran respecto de cambios próximos y profundos en la antigua industria de lo Bello. En todas las artes hay una parte física que no puede ser tratada como antaño, que no puede sustraerse a la acometividad del conocimiento y la fuerza modernos. Ni la materia, ni el espacio, ni el tiempo son, desde hace veinte años, lo que han venido siendo desde siempre. Es preciso contar con que novedades tan grandes transformen toda la técnica de las artes y operen por tanto sobre la inventiva, llegando quizás hasta a modificar de una manera maravillosa la noción misma del arte"(en Benjamin,1973:17). Fue el paso de una cultura a otra, mejor la irrupción de un campo cultural nuevo que hace de la "masa", de la multitud, un objeto a considerar y de ahí el término "cultura de masas". Aunque se nos indique en estos momentos que esta conceptualización nos diga poco como categoría de análisis para entender a los medios de comunicación en cuanto "máquinas" que

hegemonizan una manera de producir y de entender la cultura de masas. "La importancia de los medios de comunicación no deriva del hecho de ser de 'masa'. Debemos percibirlos como intrínsecos de la modernidad que se tornó mundo; conectan las partes dispersas en la sociedad global, y las articulan en un mismo proceso. Lo mismo puede ser dicho respecto de la cultura" (Ortiz, 1998: 101-102).

### III -UN ENCUENTRO

"El mundo era tan reciente, que muchas cosas carecían de nombre, y para mencionarlas había que señalarlas con el dedo. Todos los años, por el mes de marzo, una familia de gitanos desarrapados plantaba su carpa cerca de la aldea, y con un gran alboroto de pitas y timbales daban a conocer los últimos inventos."  
**Gabriel García Márquez**

Eso sucedía en Macondo, aquella aldea inventada o ficcionada desde la realidad por la fantasía de Gabriel García Márquez en su *Cien años de soledad*, en donde apenas convivían-si es que se podía llamar convivencia a aquella manera de ser y de existir-veinte casas de barro y cañabrava. Pero la historia de Macondo y sus personajes/habitantes continuó desarrollándose como conciencia colectiva de un pueblo "que se negaba a morir", a pesar de todas las cosas que existían por nombrar y hacerlas nombrables, porque la historia no tiene vuelta hacia atrás y como llegara a decir el chileno José Joaquín Brünner: "Macondo es también una movida sobre el tablero de ajedrez donde se juega la partida del desarrollo"(1992: 52 y ss.). Porque, y la idea es del mismo Brünner, hablamos de moral y religión y literatura, todo mezclado, bajo la inefable metáfora "macondiana". Al final "Macondo-es el cierre del texto de García Márquez-era ya un pavoroso remolino de polvo y escombros centrifugado por la cólera del huracán bíblico, cuando Aureliano saltó once páginas para no perder el tiempo en

hechos demasiados conocidos, y empezó a descifrar el instante que estaba viviendo, descifrándolo a medida que lo vivía, profetizándose a sí mismo en el acto de descifrar las últimas páginas de los pergaminos, como si se estuviera viendo en un espejo hablado"(1978:325).

La imagen del espejo es para vernos tal cual somos, tal cual era Macondo y uno de sus habitantes más nombrados en la fantasía de *Cien años de soledad*. La mirada que arrojemos sobre el espejo de nuestra historia humana no puede ser, de ninguna manera, una mirada para ver solamente cómo se dieron los acontecimientos, los inventos, las ideologías y las religiones, la técnica, las guerras y las masacres, la paz y el orden, las artes y las ciencias, las ideas y principios filosóficos, el desorden y otra vez la tranquilidad y el orden y el sosiego que arroja la paz; sino que más bien debe ser una mirada que se voltee a sí misma sobre el tiempo, que no aplique una postura única de análisis (sería "autoritarismo intelectual" o académico) y que sepa ver de forma analítica cómo todos esos acontecimientos fueron reanudando la historia en términos de conformación de redes culturales. Al principio desordenadas y más tarde (¡bastante más tarde!) bajo la forma de una gran red cultural que se ha hecho llamar con el concepto de *cultura mundializada* que atraviesa la visión del presente y que atravesará las visiones, de aquí en adelante, que tengamos sobre el futuro.

Parece mentira, pero ya Karl Marx en su *Manifiesto Comunista*, aunque se refería al mercado y su racionalidad mercantil, describía con destreza como se daría la mundialización de las economías, en definitiva mundialización de símbolos/signos compartidos por ciudadanos del mundo. Marx escribió en el *Manifiesto*: "La burguesía ha dado a través de la explotación del mercado mundial, un carácter cosmopolita a la producción y al consumo en todos los países(...) En lugar de la vieja exclusión autosuficiente local y nacional, tenemos relaciones en todas las direcciones, y una interdependencia universal entre las naciones"(en Bell, 1999: 19). ¿Qué tal? La globalización de la economía, pero también la mundialización de la cultura: "Un conjunto de objetos-signos, jeans,

imágenes de estrellas de cine, MacDonald´s, productos de supermercado, dejan de ser vistos como imposiciones exógenas para ser entendidos como elementos de una memoria colectiva"(Ortiz,1998: xix).

Se ha dicho que todo se inició en plena Edad Media, mejor y para ser precisos a finales del siglo XV, es decir los finales de la Edad Media. La técnica empezó cuando los aparatos y las máquinas fueron imaginados y luego, no importa ya cuando, hechos realidad. En diálogo de Adso de Melk y fray Guillermo de Baskerville en esa preciosa "novela" de Umberto Eco, *El nombre de la rosa*, se describe el hecho: "Roger Bacon, a quien venero como maestro, nos ha enseñado que algún día el plan divino pasará por la ciencia de las máquinas, que es magia natural y santa. Y un día por la fuerza de la naturaleza se podrán fabricar instrumentos de navegación mediante los cuales los barcos navegarán único homine regente(...); y habrá carros 'ut sine animalis moveantur cum impetu inestimabili, et instrumenta volandi et homo sedens in medio instrumenti revolvens aliquod ingenium per quod alae artificialiter compositae aerem verberent, ad modum avis volantis'. E instrumentos pequeñísimos capaces de levantar pesos inmensos, y vehículos para viajar al fondo del mar(...)No debes inquietarte porque aún no existan, pues eso no significa que no existirán. Y yo te digo que Dios quiere que existan, y existen ya sin duda en su mente, aunque mi amigo de Occam niegue que las ideas existan de ese modo, y no porque podamos decidir acerca de la naturaleza divina, sino, precisamente, porque no podemos fijarle límite alguno"(1986: 25).

¡Así fue! Primero las sociedades se fueron transformando económicamente, luego esos cambios harían lo suyo en lo político y con todo eso el *sustrato cultural* como motor de los cambios fue dando origen y sentido a todo ese conjunto de sistemáticas transformaciones en perspectiva de *dominio cultural*. Cuestión de tejido, de red, de malla que daría advenimiento a distintas maneras de concretar el paso de una sociedad a otra, de un tiempo a otro distinto. Hoy es evidente, con los matices que le imprime cada estudioso, que la llegada a la sociedad moderna

o quizás posmoderna fuera el producto de una profunda transformación cultural sistemática que arrancó con las primeras formas de impresión, con la circulación electrónica de signos de información y la puesta en circulación de un vasto mundo de formas simbólicas dentro de esta gran "aldea global" convertida hoy en un pequeño Macondo, pero un poco mejor ordenado por la voluntad de los hombres y la ayuda de los desarrollos tecnológicos.

Daniel Bell hace una acotación interesante de resaltar, y se refiere a que la palabra *tecnología* implica fundamentalmente *tecnología intelectual*, es decir que los cambios y las transformaciones son del orden del *conocimiento*: "La fuente del cambio y la invención tecnológica moderna es la *codificación del conocimiento técnico*. Toda sociedad humana se fundamenta en la transmisión del conocimiento. Lo que nos vuelve únicos y nos distingue de todas las otras especies es el desarrollo del lenguaje y de los códigos que lo organizan en recurrencias comprensibles, vamos del lenguaje a los conceptos" (Bell, 2000: 57). Se trata de una "revolución cultural" tramada a través del tiempo, de una cultura conformada a retazos, a trozos de mosaico en donde las distintas piezas han sido ajustadas por el hombre en su transitar por el mundo. Pero todas esas piezas se han unido en una gran red que configura un proyecto de vida y de ahí que *todos* hoy nos reconocemos en él.

La cultura es también comunicación. Siempre lo fue. Son dos aspectos de la realidad social, aunque hoy esta idea tiene más vigencia que antes, y no sólo porque la cultura se constituye a partir de comunicaciones repetidas, sino porque la extensa red de la industria mediática acapara la circulación y consumo de las más variadas formas simbólicas de la cultura. Y como dijimos antes, en el transcurrir de los siglos XV, XVI y XVII se darán en su desarrollo las primeras redes de cultura y comunicación.

Los siglos siguientes, pero especialmente el XIX será la conformación de una *otra modernidad* producto de la aparición de los medios masivos de comunicación

y su entronque con la irrupción de nuevos códigos en la cultura. Este hecho modificará fundamentalmente la red de culturas y comunicaciones que se había iniciado en Europa desde la aparición de la imprenta. Si con la imprenta se van creando nuevos códigos, cómo maneras o formas de entender la vida en sociedad; con la comunicación masiva pasamos a conformar otros códigos para ver, practicar y entender esa misma vida en cuanto a una estructuración del sistema social, de un nuevo sistema social. Ambos procesos, como pasos en la historia de la humanidad, han implicado dos visiones de la modernidad. Anthony Giddens, como apuntamos antes, ha utilizado la expresión, para caracterizar a esta forma de modernidad (¡seguramente no la última!), de *modernidad superior*.

Surgen inmediatamente algunas interrogantes: ¿Cuál es el valor de esas transformaciones y la forma de asumirlas en óptica de cultura? ¿Cómo se encarnan en nuestras vidas a lo largo de la historia? ¿Cómo es posible considerar por separado la *historia* de la cultura y la *historia* de las distintas formas tecnológicas que se dio y se da el hombre para comunicar/transmitir la cultura? ¿En qué términos, ahora, tendremos que definir la cultura y sus redes y la comunicación y sus redes? ¿Habrá que hablar de una *única* red de cultura?

Los inicios de la Ilustración, como sinónimo de modernidad, configuró una red cultural *letrada, escrituraria* escribe Angel Rama o *textual* dirán otros. Pero esa madeja de signos escriturarios sirvió por un tiempo, hoy el tiempo es otro, estamos en un "otro territorio" en donde la cultura letrada y su sensibilidad se quedó desbordada por el complejo massmediático de la información, la entretención, las telecomunicaciones y la informática. José Joaquín Brünner llega a decir que ese complejo cultural, que además se mezcla con el letrado conformando otras sensibilidades y otro mapa cultural del presente, está en tren de convertirse en el eje de una nueva estructuración de la conciencia del mundo. Es decir, que la configuración actual de la cultura y la vida que forma parte de ella pasa necesariamente por la llamada *cultura de masas*. En ese

sentido, se hace necesario clarificar la llamada cultura de masas desde una serie de preguntas o propuestas de reflexión que son necesarias de encarar:

1. Estudiar hoy día el tema de la cultura y su relación con la comunicación comparte el punto en común de lo que se denomina "la mirada comunicacional" de lo masivo industrial. De no hacer esa interrelación, de seguro entraremos en respuestas que no corresponden con la realidad de la modernidad no sólo en América Latina, sino en el mundo. Decimos esto por el "lugar estratégico" que están ocupando hoy día los procesos comunicativos masivos y los mismos medios que sirven de conducto a una gran parte de esos procesos comunicacionales. Héctor Schmucler y Patricia Terrero llegan a decir que la cultura urbana, paradigmática de la civilización contemporánea, remite a la cultura mediática: "Por más de una razón —dicen textualmente— podríamos sugerir que el mundo urbano actual tiene, a su vez, un núcleo central de significación en la llamada comunicación masiva. Más precisamente, en los medios masivos de comunicación cuya presencia es tan determinante que caracteriza al conjunto de la vigente. No resultaría demasiado caprichoso pensar que, hoy, hablar de la cultura urbana —es decir, de la cultura que cubre buena parte del planeta— es referirse a la cultura mediática" (1993:27) .

2. Pero asumir esa interrelación, como premisa de arrancada, implica deslastrarse de los juicios valorativos *a priori* que se tengan acerca de la cultura masiva industrial de los grandes medios, o simplemente de la cultura masiva. Esto es de significativa importancia porque, ya sea que se asuma la tendencia culturalista en cualquiera de sus acepciones, o cualquier otra tendencia, si no somos capaces de ver que los medios y sus construcciones mediáticas no son más que mediaciones de diversidad de procesos entre los sujetos sociales y sus realidades, no podremos dar cuenta cabal de lo que realmente los medios están haciendo con la gente y lo que la gente está haciendo con los medios.

3. Dicho está entonces que la cultura masiva de los medios es la *cultura hegemónica* por cuanto ocupa mayoritariamente el espacio del tiempo libre de la gente. Desde ahí habría que preguntarse por los nuevos imaginarios culturales que se están fabricando en términos de relación recíproca entre los medios-emisores-productores y los perceptores, en las dos direcciones, y nunca en una sola.

4. La otra cuestión relevante tiene que ver con el tema de moda en las reflexiones actuales: la modernidad. ¿Cómo entender, desde la vertiente comunicacional masiva de los grandes medios y su cultura de masas, la modernidad desde la periferia que es América Latina? Y volvemos a interrogarnos, junto con Jorge González, al formularnos las siguientes preguntas: "¿Cómo se realiza la gestión pueblerina de la 'modernidad'? ¿Qué pedazo de ella nos estamos refinando cotidianamente? ¿De qué manera hacemos las cuentas con ella? ¿Rechazamos todo para permanecer aislados? ¿Acabamos las fachadas de las casas y llevamos serenata con el radio a todo volumen? ¿Nos soplamos la densidad densa del aburrimiento decantada, de la soledad en compañía? O mejor nos aventamos de clavado en el sueño de la modernidad"(1993: 72).

5. Habría que preguntarse por la confluencia de signos culturales, pero predominantemente masivos, en nuestras cotidianidades, en nuestra "sociología de lo vivido". Es más, las nuevas generaciones se identifican mayormente en términos de identidad con esos signos que con aquellos que le han dicho hasta el cansancio que les pertenecen por herencia patria o de nacimiento. Aquí entramos en el problema de la identidad como discurso cargado de cierta nostalgia, por lo que perdimos, pero hay otra lectura de la identidad que surge de las realidades culturales mezcladas y entremezcladas, mestizadas o hibridadas, semantizadas y resemantizadas en lo cotidiano y en donde los medios nos hacen percibir de otra manera. Si se quiere fragmentada de culturas distintas y de campos culturales distintos, como a retazos.

6. Todas estas ideas fraccionadas, y a lo mejor poco hilvanadas, nos llevan a plantearnos lo que Martín-Barbero afirma acerca de "los nuevos modos de abordar el estudio de la comunicación en América Latina. Los nuevos lugares desde los cuales estamos tratando de interrogar a los procesos de comunicación masiva. La pregunta básica sería ésta: ¿qué origina la fuerza social de los medios de comunicación?, ¿qué es lo que hace la fuerza de los medios? (...)"(1992: 31).

Es la asistencia a una sociedad de medios y de la irradiación, por todas partes, de *un paisaje cultural distinto*. Un paisaje que se construye y reconstruye todos los días a partir de situaciones fluidas, plurales, dispersas e inevitablemente caóticas. Es la presencia de una nueva "cartografía cultural" (Bisbal, Rey, Barbero, 1999) que tiene estos rasgos que la caracterizan:

1) *Las transformaciones de las identidades nacionales hoy desubicadas doblemente: de un lado por el movimiento de globalización que producen la economía y la cultura - mundo, y de otro por el reencuentro y revalorización de las culturas regionales y locales*. Si las naciones son también comunidades imaginadas, las relaciones entre países se construyen alrededor de la afirmación de identidades como también de mezclas, combinaciones y desencuentros especialmente frente a los vecinos. Las percepciones y los imaginarios tienen que ver con estas identidades que se afirman, que se identifican en la diferencia con los otros, que se construyen lentamente con mayores o menores grados de interacción. Fenómenos como la migración pueden ser analizados precisamente desde este encuentro conflictivo de identidades, así como las industrias culturales aportan posibilidades relativamente masivas de reconocimiento social. Lo local y lo regional cobran una importancia central para pensar las relaciones culturales que las políticas internacionales focalizan exageradamente en los centros, y que las comunidades de frontera, por el contrario, intensifican a diario a través del comercio, las fiestas, los intercambios educativos o los conflictos comunes.

2) *La fragmentación de las hasta ahora unificadas historias nacionales por el surgimiento de movimientos socioculturales - étnicos, raciales, regionales, de género - que reclaman el derecho a su propia memoria y a la construcción de su propia imagen.* Algunos de estos movimientos establecen redes que atraviesan los países y encuentran puntos comunes en ocasiones mucho más flexibles y dinámicos que los que nuclean las relaciones formales entre Estados. Historias de negritudes, memorias de mujeres, modos de vida caribe, relaciones fuertes de los habitantes de los llanos pueden ser algunos ejemplos.

3) *La constitución de las industrias culturales sometidas a fuertes procesos de comercialización, renovación técnica y propuesta de géneros.* Industrias fonográficas y musicales, producción y circulación de programas de televisión, coproducción cinematográfica y circuitos de exhibición de películas, flujo radial, de prensa y de la industria editorial, expansión de la multimedia y la *internet* conforman una de las dimensiones más importantes de las relaciones culturales y en general de las relaciones bilaterales. Por la inversión económica que suponen, pero sobre todo por la circulación de imaginarios, modos de vida, universos simbólicos que están a la base de cualquier proceso de integración. Y por el rediseño de las soberanías nacionales que están siendo presionadas por las industrias comunicacionales e informáticas, para quienes las fronteras físicas ya no son ningún problema.

4) Unidos fuertemente aunque no únicamente a las industrias culturales están *los procesos de consumo cultural que se refieren a la apropiación por parte de las audiencias de los productos y los equipamientos culturales, las relaciones que establecen con ellos, las resignificaciones y las nuevas asignaciones de sentido a los que los someten, los motivos de su selección.* Aquí están involucrados desde el uso social de las salas de baile hasta las fusiones musicales, la recepción de las telenovelas hasta la construcción de la información sobre los países.

5) *La reconfiguración de las culturas tradicionales (campesinas, indígenas, negras) por su puesta en comunicación, interacción e hibridación con las culturas de otros países y del mundo.* El valor recobrado por las culturas tradicionales en su capacidad de hacer de filtro que impide el transplante puramente mecánico de otras culturas, y en el potencial que representa su diversidad no sólo por la alteridad que ellas constituyen sino por su capacidad de aportarnos elementos de distanciamiento y crítica de la pretendida universalidad deshistorizada del progreso y de la homogenización que impone la modernización.

6) *La conservación pero sobre todo la presencia actualizada de un patrimonio cultural que debe rebasar la preservación museográfica o su exhibición para inscribirse en las prácticas culturales cotidianas y en la imaginación presente y futura de nuestros países.*

7) *La irrupción de estéticas que se diversifican en numerosas manifestaciones artísticas desde la pintura a la música, desde la literatura y el teatro a las combinaciones entre arte y tecnologías.*

8) *Los nuevos modos de estar juntos y de habitar la ciudad hoy descentrada y estallada por acelerados procesos de urbanización, estrechamente ligados a los imaginarios de una modernización ahora asociada a la velocidad y la fragmentariedad de los lenguajes informáticos y los regímenes de la virtualidad.*

9) *El surgimiento de culturas desterritorializadas,* especialmente entre las generaciones más jóvenes, por el movimiento globalizante y deslocalizador que producen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, del saber y del juego.

10) *La conformación de un ecosistema comunicativo configurado por nuevos modos de aprendizaje y nuevos campos de experiencia abiertos por las*

hibridaciones de ciencia y arte, literaturas escritas y audiovisuales, saberes formales y redes informales de circulación del conocimiento.

11) *La conformación de culturas de frontera* que van generando sus propias formas de intercambio y de vida comunitaria.

Todo lo que hemos descrito es una tendencia irreversible. Yo no se a dónde nos va a conducir y tampoco se, es más no creo, que exista otra alternativa por mucho tiempo. "Hay que aceptar la realidad de una cultura desocializada, globalizada e individualizada. Hay que aceptar el mundo de una cultura de masas, que también es una cultura de la intimidad; de una cultura llena de problemas mundiales y llena de sexualidad, de erotismo -todo eso es muy positivo-, pero con la condición que se hace a partir de la aceptación de una experiencia común, común en el sentido de básica" (Touraine, 1996: 29).

#### IV-LO CULTURAL Y LO COMUNICACIONAL EN EL CONSUMO CULTURAL

"Ha cambiado el objeto de estudio,  
ya no es el signo, sino el proceso de significación. Más que  
la cosa nominada, estática, interesa el procedimiento con el que la dotamos  
de sentido."  
**Paolo Fabbri**

El tema del *consumo* nos convoca inmediatamente al del *mercado*. Dos palabras, que para el mundo de la cultura, valga decir que para el ámbito de las producciones del espíritu, son problemáticas. El sólo hecho de que allí esté una *racionalidad mercantil* u económica hace que el tema haya sido poco considerado desde una cierta orilla, es decir desde la visión de los "hombres de la cultura" ya

se hable de gestores o productores. Sin embargo, hoy se hace necesario considerarlo y asumirlo con la densidad teórica respectiva.

Se habla de "el mercado de la cultura" porque hay "consumidores de cultura". Es lo que dice Ramón Zallo: "La cultura ya no es fundamentalmente el espontáneo encuentro entre el talento de los creadores, el diagnóstico de los críticos y la demanda social. La cultura de nuestro tiempo, para serlo o parecerlo, es ante todo una oferta que acude a los mercados a través de unos complejos mecanismos de decisión y mediación"(Zallo,1992: reverso de contraportada). Sin embargo, ante lo que el autor vasco nos está afirmando, otra vez Benjamin establece un marco estupendo de reflexión en torno al tema, cuando discurrendo sobre los diversos métodos de reproductibilidad técnica al que se somete el objeto/obra artística parece generarse un fuerte corrimiento de las posibilidades de exhibición de la obra de arte. Apunta: "A saber, en los tiempos primitivos, y a causa de la preponderancia absoluta de su valor cultural, fue en primera línea un instrumento de magia que sólo más tarde se reconoció en cierto modo como obra artística; y hoy la preponderancia absoluta de su valor exhibitivo hace de ella una hechura con funciones por entero nuevas(...)" (Benjamin,1973:30).

Llegados hasta aquí, Walter Benjamin nos cita a Bertolt Brecht sobre el mismo asunto. Se trata de una referencia extraordinaria para entender, en estos tiempos, asuntos como la relación obra de arte-mercancía, mercado-consumidor, producción cultural-recepción cultural, formas culturales nuevas-irrupción de capital en los espacios de creación,...Nos dice Brecht: "Cuando una obra artística se transforma en mercancía, el concepto de obra de arte no resulta ya sostenible en cuanto a la cosa que surge. Tenemos entonces cuidadosa y prudentemente, pero sin ningún miedo, que dejar de lado dicho concepto, si es que no queremos liquidar esa cosa. Hay que atravesar esa fase y sin reticencias. *No se trata de una desviación gratuita del camino recto, sino que lo que en este caso ocurre con la cosa la modifica fundamentalmente y borra su pasado hasta tal punto que, si se aceptase de nuevo el antiguo concepto ( y se le aceptará, ¿por qué no?), ya no*

*provocaría ningún recuerdo de aquella cosa que antaño designara*" (cursivas nuestras) (Benjamin, 1973: 30).

Desde ahí podemos entender la idea del mercado cultural y del consumo cultural dentro del mismo mercado. Es "un fenómeno nada coyuntural de simbolización creciente de la producción para el consumo". Nos explicará Renato Ortiz, citando a E. Durkheim, que los *objetos* son portadores de un valor socializado por el consumidor, por la gente, y que ellos *simbolizan* identidades, comportamientos, distinciones de todo tipo. "El mercado es, por tanto, una instancia de socialización. Al lado de la familia, la religión y las naciones, modela la personalidad de los hombres. Su influencia es planetaria, y se desdobra en la marcha de la modernidad-mundo(...) El espacio del mercado y del consumo se tornan así lugares en los cuales se engendran, y comparten, patrones de cultura"(Ortiz, 1998: 101). Pero hay ambivalencias en la consideración del hecho. El problema está, a nuestra manera de entender, en la intromisión del término *valor* y concretamente el del *valor económico*. ¿Puede haber alguna relación entre el signo (información, imágenes, ideas, formas, símbolos,...) de la codificación artística-creativa y el asunto del valor económico? La idea expresada por el semiólogo Roland Barthes en su clásico ensayo "Elementos de semiología", quizás nos sirva para entender esa relación que de ninguna manera es inocente y que no debe resultar traumática sino todo lo contrario. Citamos en extenso:

"(...)es preciso enfocar el signo, no ya desde el punto de vista de su 'composición', sino del de su 'entorno': es el problema de el *valor*. Saussure no percibió de entrada la importancia de esta noción, pero a partir del segundo Curso de Lingüística general, le dedicó una reflexión cada vez más aguda, y el valor se convirtió en él en un concepto esencial, más importante en último término que el de significación (al que no recubre). El valor tiene una estrecha relación con la noción de lengua (opuesta a habla); lleva a des-psicologizar la lingüística y a acercarla a la economía; es pues un concepto central en lingüística estructural. Saussure observa que en la mayoría de las ciencias no hay dualidad entre la

diacronía y la sincronía: la astronomía es una ciencia sincrónica (aunque los astros cambian); la geología es una ciencia diacrónica (aunque puede estudiar estados fijos); la historia es principalmente diacrónica (sucesión de acontecimientos), aunque puede detenerse frente a ciertos 'cuadros'. Hay sin embargo una ciencia donde esta dualidad se impone por partes iguales: la economía (la economía política se distingue de la historia económica); sucede lo mismo, prosigue Saussure, con la lingüística. En los dos casos estamos frente a un sistema de equivalencia entre dos cosas diferentes: un trabajo y un salario, un significante y un significado (fenómeno que hasta ahora llamamos *significación*); sin embargo, tanto en lingüística como en economía esta equivalencia no es solitaria, pues si se cambia uno de sus términos, todo el sistema va cambiando progresivamente. Para que haya signo (o 'valor' económico) es preciso por una parte poder intercambiar cosas desemejantes (un trabajo y un salario, un significante y un significado), y por otra, *comparar* entre sí cosas similares: puede cambiarse un billete de 5 francos por pan, jabón o cine, pero también puede compararse este billete con billetes de 10 francos, de 50 francos, etc.; del mismo modo, una 'palabra' puede 'cambiarse' por una idea (es decir algo desemejante), pero puede compararse con otras 'palabras' (es decir cosas similares)(...) el valor no es pues la significación; proviene, dice Saussure, '*de la situación recíproca de las piezas de la lengua*'; es aún más importante que la significación: '*lo que hay de idea o de materia fónica en un signo importa menos que lo que hay alrededor de él en los otros signos*' (...)" (Barthes, 1970: 42 y ss.).

Ese planteamiento debe ser llevado hasta sus últimas consecuencias. Es decir, que la idea del consumo no debe ser asumida solamente en perspectiva de *racionalidad económica*, sino y sobre todo, tal como nos apunta García Canclini, en referencia *sociocultural* que no es más que decir que en el consumo se construye parte de *la racionalidad integrativa y comunicativa de una sociedad*. O que en los tiempos que corren, la única manera de "apropiarnos" de los objetos "en la más próxima de las cercanías, en la imagen, más bien en la copia, en la reproducción" (Benjamin, 1973: 25) es a través del acto de la representación pública en el

mercado como espacio público para el consumo. De ahí entonces que el *consumo cultural* deba ser considerado como "(...)la apropiación por parte de las audiencias de los productos y los equipamientos culturales, las relaciones que establecen con ellos, las resignificaciones y las nuevas asignaciones de sentido a los que los someten, los motivos de su selección"(Rey y Barbero,1999: 16).

En síntesis, en el consumo cultural están involucrados no sólo el hecho de la apropiación o del *adueñarse*, sino también las variables de los *usos sociales*, la percepción/recepción, el reconocimiento cultural, así como la "construcción" de ciudadanía en sentido de pluralidad, por tanto de concepción democrática de la vida.

*Cultura, Comunicación y Consumo Cultural* variables que constituyen hoy una pieza clave de la complejidad que caracteriza e identifica al tiempo-ahora. Un tiempo hecho a retazos, de desterritorializaciones culturales, de hibridaciones, de nuevas formas de sentir la vida y vivirla... Requerimos demostrar la necesidad de asumir reflexiones, investigaciones y políticas que las consideren como un tejido inseparable en nuestras relaciones, pero investigaciones, reflexiones y políticas culturales que tengan un enfoque amplio, abierto a los nuevos signos y nuevas maneras de encarar socialmente la relación cultural y comunicacional. Requerimos también una consideración seria sobre el proceso de integración simbólica y de constitución de la memoria que nuestras gentes han tejido desde las vertientes y los cauces que han abierto las mediaciones comunicacionales impuestas, pero asumidas, por las grandes industrias culturales de la música, del CD, de la radio, del cine, de la televisión... *¡Intelectualmente el desafío es mayúsculo!*

## Referencias bibliográficas

BALANDIER, Georges(1994): *El poder en escenas*. Editorial Paidós. Serie Studio. Barcelona.

BARTHES, Roland(1970): "Elementos de semiología", en *La semiología*. Editorial Tiempo Contemporáneo. España.

BELL, Daniel(1999): "Las muchas facetas del siglo XX", en la revista *Letras Libres*, año I, N° 10, octubre 1999. México..

BELL, Daniel(2000): "Internet y la nueva ecnología", en la revista *Letras Libres*, año II, N° 13, enero 2000. México.

BENJAMIN, Walter(1973): "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica", en *Discursos interrumpidos I*. Editorial Taurus. España.

BISBAL, Marcelino; REY, German y BARBERO, Jesús Martín(1999): *Colombia Venezuela. Agenda para el siglo XXI*. Ediciones TM. Colombia.

BISBAL, Marcelino y Otros(1998): *El sonsumo cultural del venezolano*. Editado por la Fundación Centro Gumilla y el Consejo Nacional de la Cultura (CONAC). Venezuela.

BRUNNER, José Joaquín(1992): *América Latina: cultura y modernidad*. Editorial Grijalbo y Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. México.

BRUNNER, José Joaquín(1998): *Globalización cultural y posmodernidad*. Fondo de Cultura Económica. Colección Breviarios, N° 531. México.

CANCLINI, Néstor (1991): "El consumo sirve para pensar", en la revista *Diálogos de la Comunicación*, N° 30, junio de 1991. Editada por FELAFACS. Perú.

CASTELLS, Manuel (2000): *La era de la información. Vol 1. La sociedad red*. Alianza Editorial. España.

DUVIGNAUD, Jean (1972): *La sociología. Guía alfabética*. Editorial Anagrama. España.

ECO, Umberto (1986): *El nombre de la rosa*. Editorial Lumen. España.

ESCARPIT, Robert (1977): *Teoría general de la información y la comunicación*. ICARIA Editorial, S.A. España.

GIDDENS, Anthony (1995): "Modernidad y autoidentidad", en el texto de VARIOS AUTORES. *Las consecuencias perversas de la modernidad*. Editorial Anthropos. España.

GONZÁLEZ, Jorge A. (1993): "Video-tecnología y modernidad", en revista *Diálogos*, N° 36. Editada por FELAFACS. Perú.

MÁRQUEZ, Gabriel García (1978): *Cien años de soledad*. Editorial Oveja Negra. Colombia.

MARTIN-BARBERO, Jesús (1987a): *Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*. Editorial Gustavo Gili, S.A. México.

MARTIN-BARBERO, Jesús (1987b): *De los medios a las mediaciones*. Editorial Gustavo Gili S.A. España.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (1998): "Tipología cultural", en *Tipologías municipales y regiones en Colombia*. Editado por la Fundación Social. Colombia.

MARTÍN-BARBERO, Jesús(1992): "Culturas populares e identidades políticas", en Varios Autores(1992). *Entre públicos y ciudadanos*. Calandria, Asociación de Comunicadores Sociales. Perú..

MORIN, Edgar(1971): "De la culturanalyse à la politique culturelle", en la revista *Communications*, N° 14. Francia.

ORTIZ, Renato(1998): *Otro territorio*. Convenio Andrés Bello. Colombia.

RAMA, Angel(1985): *La crítica de la cultura en América Latina*. Fundación Biblioteca Ayacucho. Venezuela.

REY, Germán,MARTIN-BARBERO, Jesús (1999): "Otros lugares para la cultura en las relaciones Colombia-Venezuela", texto mimeografiado. Colombia.

SARAMAGO, José(2000): *La caverna*. Editorial Alfaguara. España.

SCHMUCLER, Héctor y TERRERO, Patricia(1993): "Nuevas tecnologías y transformaciones del espacio urbano. Buenos Aires 1970-1990", en revista *Telos*, N° 32. Fundesco. España.

THOMPSON, John B.(1998): *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Paidós Comunicación ,N° 101-Teoría. España.

TOURAINE, Alain(1996): *Los Massmedia: ¿Nuevo foro político o destrucción de la opinión pública?*. Editado por la Generalitat de Catalunya. España.

TOURAINE, Alain(1997): *¿Podremos vivir juntos? La discusión pendiente: el destino del hombre en la aldea global*. Fondo de Cultura Económica (FCE). México.

TYLOR, Edward Burnett(1976): *Cultura primitiva (Tomo I)*. Editorial Ayuso. España.

UNESCO(1982): *Mexico Declaration Final Report*. Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales, julio 20. Document UNESCO CLT/MD/1. Francia.

VARIOS AUTORES(1999): *El consumo cultural en América Latina*. T.M editores y Convenio Andrés Bello. Colombia.

VATTIMO,,Gianni(1994): "Posmodernidad: ¿una sociedad transparente?", en el texto de Varios Autores *En torno a la posmodernidad*. Editorial Anthropos. España.

ZALLO, Ramón(1992): *El mercado de la cultura. Estructura económica y políticas de la comunicación*. Tercera Pensa. Irugarren prentsa.