

# La cultura en la aldea global

## Universalización, regionalismo y nuevas tecnologías

### **Raúl Osvaldo, Moneta**

Decano de la Facultad de Bellas Artes  
U.N.L.P.

Rector Organizador del Instituto  
Universitario Nacional de Arte I.U.N.A.  
Profesor Titular Ordinario de Lenguaje  
Visual F.B.A.- U.N.L.P.  
Docente Investigador Categorizado 1  
U.N.L.P.

El proceso de universalización puede ser considerado como un avance de la humanidad, pero simultáneamente constituye una especie de destrucción sutil, no sólo de las culturas tradicionales, sino del núcleo creativo de las grandes culturas, sobre cuya base interpretamos la vida, el núcleo ético de la humanidad.

2. Uno de los efectos de la masificación de la cultura es lo que actualmente suele llamarse "globalización", un sistema mundial interconectado mediante redes telemáticas. Como paradoja necesaria, contradicción motora para que el funcionamiento del sistema resista de forma flexible y que las grietas internas no lo hagan estallar; nos encontramos con el regionalismo, al que para definirlo de alguna manera podemos llamarlo subjetivización de la cultura global.

3. El alto desarrollo tecnológico (informática, genética, robótica) ha generado un fuerte impacto en un mundo globalizado por sistemas de comunicación que hoy, como nunca antes en la historia, ha condensado los tiempos y los espacios permitiendo una circulación de una densa masa de información en tiempo real. Un nuevo escenario surge con de-

safíos para las diversas naciones y culturas que pugnan por sostener y resignificar sus identidades particulares, a través de sus singularidades históricas y regionales. Desafío que enfrenta una suerte de purificación étnica que arrasa nuestros valores, a partir del protagonismo de los medios de comunicación globalizadores que, muy lejos de establecer nuevos vasos comunicantes entre los pueblos, persisten en una retórica de acumulación de información unidireccional.

### **Arte, comunicación e informática**

Las transformaciones en el marco de la cultura se configuran a través de aspectos diferentes, articulados en una totalidad compleja. En este sentido las nuevas tecnologías juegan un papel doblemente significativo. Por un lado constituyen un nuevo modo de representación cultural que incide, más allá de su rol de herramienta, en el imaginario social, como registro de la percepción y condicionante de los modos de producir y comprender la realidad.

Asimismo, el acceso a estos recursos vehiculiza la producción de conocimiento y la concreción de po-

líticas de gestión y planificación estratégicas, a partir de sus cualidades de registro, acumulación, velocidad, centralización de fuentes diversas, confiabilidad, etc.

Desde esta mirada, la nueva tecnología constituye un modo de representación del mundo y simultáneamente una herramienta de poder.

La presencia en la vida cotidiana de nuevos circuitos comunicacionales y herramientas tecnológicas promueve respuestas antagónicas de similar intensidad: o la adhesión que es depositaria una vez más de la fantasía del progreso basada sólo en el avance científico tecnológico o el rechazo, también frecuente ante lo nuevo, que tiende a desvalorizar sus aportes.

La simple utilización de un video cassette en manos de un niño pequeño, en sus operaciones más elementales (detener la imagen, retrocederla, acelerarla) supone algo más que la adquisición de habilidades operatorias. Implica una modificación estructural del concepto de tiempo que hubiera problematizado a un adulto promedio hace un par de décadas.

Si se entiende la cultura como una tensión entre tradición e innovación, es sin duda un deber de toda política cultural optimizar la aplicación de los recursos tecnológicos para mejorar la calidad de su oferta y recíprocamente preguntarse acerca de la significatividad y las consecuencias de estos cambios.

La capacidad de repetir y reproducir al infinito, la modificación de los conceptos de tiempo y espacio en la vida cotidiana, el acceso a circuitos de comunicación complejos, el impacto de la adquisición de tecnologías de punta en la desocupación y el mercado laboral, la compulsión por construir sistemas de se-

guridad ante el temor a que se borre la memoria, aparecen como metáfora epistemológica de los nuevos modos de organización social que acompañan las transformaciones.

La cultura participa de esta tensión. Es necesario entonces conocer, manejar y desarrollar programas de actualización y capacitación en el empleo de las nuevas tecnologías, en sus múltiples y diversas facetas y aplicaciones. Y paralelamente construir espacios de debate y consenso que permitan comprender su significación y límites.

4. Una posición regionalista deberá estar marcada por una postura de resistencia al proceso de destrucción; que la mayoría de las veces funciona con estrategias sutiles, corrosivas y constantes, que lleva consigo el proceso de universalización. Desgaste de las culturas menos poderosas que pone en peligro de desaparición a la producción de subjetividad: la cultura masificada del consumo básico.

El peligro de uniformidad y repetición no creativa que el concepto de globalización trae consigo, puede ser resistido desde un regionalismo crítico que comunique y produzca subjetividad desde determinado espacio, o para señalarlo de manera más prudente, desde determinada localización: la producción de la diferencia en una situación global. Sabiendo que el horizonte específico de la propia cultura es tan solo eso, un horizonte más, pero es nuestra construcción y la forma particular de mirar al mundo. Ya Goodman había remarcado que tanto la ciencia, el arte y la política (y otras formas culturales) son "modos de hacer mundos".

Hoy la cultura sólo puede mantenerse como una práctica crítica si adopta una posición que se distancie del mito de progreso de la illus-

tración y de un impulso irreal a regresar a las formas del pasado preindustrial.

## **Preservación de la Identidad Cultural y globalización**

Hasta hace relativamente poco tiempo resultaba habitual escuchar predicciones acerca de la configuración de un mundo enfáticamente visual en las comunicaciones como paisaje del fin del discurso guttembergiano, el fin del libro. Sin embargo Internet ha vuelto a poner en muy primer plano el relato lineal, el relato escrito. Con otras herramientas (electrónicas) está cambiando el soporte que paulatinamente abandona el papel. Sin embargo la estructura del libro, el concepto de libro, de narración, es reflotado y renace de lo que parecían sus estertores.

La infocultura en un mundo interrelacionado por redes con un altísimo grado de interactividad en la información y comunicación desarrollada, plantea interrogantes. ¿Cómo afectará al individuo en la medida que se masifique este tipo de tecnocultura? Esa acción sobre el individuo ¿qué cambios generará en las conductas sociales?. Pautas históricamente validadas como la idea de Nación, soberanía, sufrirán cambios, indudablemente, en una cultura globalizada. La relación globalización-regionalismos sugiere por el momento más preguntas que respuestas.

Por otro lado la gran cantidad de acumulación y almacenaje de la información, y por tanto de la memoria, implica una recuperación del patrimonio cultural e histórico. El problema está en que una cultura hipertextual, con un interrelacionamiento en el texto, no ya en forma

lineal, sino de una tridimensionalidad de acceso a la información, genera un relacionamiento espacial con esa información de una manera muy diferente y novedosa cuyo abordaje científico se encuentra en un Estado preliminar. La tecnología avanza como una resonancia de la modernidad, a una velocidad mayor que la capacidad del conjunto social para comprenderla. Mientras el individuo accede a lo global resigna cierta referencia de su punto regional y local. Cobra importancia desde una política cultural la recuperación y conservación de lo cotidiano, de lo que tiene un inmediato acceso y opone al universal abstracto un universal situado: la identidad histórica, la consolidación de los tejidos sociales, el contacto directo entre sujetos, la afectividad, el lenguaje propio, la interpretación como competencia para comprender el mundo desde un lugar. Respuestas posibles frente a la brutal hiperproducción de valores culturales transnacionales, globalizados, cuyo signo es que, ante un mismo esfuerzo la realización de manufactura de una imagen comunicacional, se obtenga la mayor cantidad de usuarios, clientes o compradores posibles. El mercado reemplazando al Estado.

De todos modos, las grandes corporaciones de producción de mensajes están obligadas a dejar grandes áreas temáticas de lado para abarcar el mayor grado de universalización en su producción. En este descarte se producen fisuras en las que se pueden fortalecer productoras pequeñas y locales, con el apoyo de profesionales que responden a un nuevo perfil, formados en los conocimientos multimediales. Las Instituciones Culturales y Educativas son parte sustancial de este desafío.

La aparente democratización

de acceso a los medios de comunicación y a las fuentes de información, se esteriliza cuando es sólo accesible a ciertos sectores que tienen la capacidad de ingresar, dejando marginados de estas tecnologías a un alto grado de la población.

Algunos autores plantean enfáticamente la pérdida del aura de la obra de arte ante su reproducción masiva. Y asocian a los medios como protagonistas de la degradación de la obra de arte. Es momento de preguntarse si esta reproductividad técnica acaso no es generadora de nuevas formas de arte.

En gran medida las realizaciones "artísticas" en los nuevos medios son producidas actualmente por operadores técnicos con una formación asistemática, atomizada y autodidacta. Cabría preguntarse por tanto si son los Medios en sí mismos, o quién produce en ellos, los verdaderos ejecutores de las modificaciones y transcripciones del arte en sus formas más tradicionales. O si en todo caso, es la ausencia de especialistas lo que ha permitido embestir sobre este vacío.

Esta generación de espacios, para las modalidades que se están manifestando en un incipiente arte virtual, será posible rescatando códigos tradicionales enhebrados en los nuevos lenguajes de expresión. Y paralelamente inventando su propia comunidad virtual. Valiéndose para ello de la escritura, las representaciones visuales y nuevas formas de producir música e imágenes.

## **5. Cultura y Juventud**

En este escenario es necesaria una dirigencia consciente capaz de facilitarle novedosos espacios sociales para construir nuevos modos organizativos propios, lejos de los espacios cautivos y caducos.

Espacios que les permitan generar proyectos culturales colectivos procreadores de las utopías que toda nación necesita.

Por ejemplo, hoy nos encontramos frente a una juventud que está deseosa de confrontar ideas y que da la espalda a las viejas dirigencias, responsabilizándolas de haber sustituido la sana confrontación "por la negociación"; una juventud que ante la ausencia de espacios propios corre el riesgo de caer en el escepticismo del "todo está bien" que no significa otra cosa que el refugio en un individualismo que se desentiende de la palabra solidaridad.

Uno de sus aspectos centrales consiste en promover la formación de sujetos críticos capaces de seleccionar, procesar y otorgarle sentido al desborde de información circulante, reduciendo la infinitud de caminos posibles a las variables sustantivas capaces de generar vías de profundización y desarrollos comprensivos complejos.

Felix Guattari remarcaba en su libro «Las Tres Ecologías» que así como había una ecología del medio ambiente, lo tendría que haber de la subjetividad y las relaciones humanas. Si consideramos al sujeto y a su subjetividad como algo en constante creación, sujetos en proceso, la alienación al discurso del Otro puede ser algo peligrosísimo; la alienación como proceso terminal que en un montaje irreversible transporta al sujeto hacia la disolución. Más aún si aquel Otro sólo es capaz de producir discursos de poder unidireccionales como lo son las pantallas telemáticas y la globalización, más allá de la semblanza de participación que no es otra cosa que simulacros destinados al consumo de nuevos productos: vendedores sonrientes, semi dioses del marketing, armados de speeches desti-

nados a generar la angustiada demanda de los potenciales clientes, como lo es la finisecular fantasía de no existir si no se está conectado a la infinita red telemática. Slogan publicitario, argumento de venta. El marketing destruyendo al pensamiento y la subjetividad. Consumir no es crear. Es en la producción, en la creación, que el sujeto aparece, no navegando en lo programado o clickeando en el site de Star Trek. De manera opuesta, comprometidos

esencialmente con el proceso creativo, proponemos una herramienta para debilitar las duras defensas que obstruyen el proceso de subjetivación y la relación entre el individuo, sus grupos de pertenencia y la sociedad; desde una posición que revalorice una producción cultural federal que priorice los rasgos regionales, pero teniendo en cuenta la necesidad de tener que circular en los espacios virtuales de la globalización.

---