

## SIETE TESIS SOBRE LA CULTURA DE LA IMAGEN

[Siete tesis sobre la cultura de la imagen”, en VV. AA. *La tecnología de la información y sus desafíos*, Sociedad estatal nuevo milenio, pp. 309-316, ISBN 84-95486-41-5, Madrid 2002]

Nada nos impide prever un período de cierta duración en que no habrá cultura alguna.

T. S. Eliot, *Notas para la definición de la cultura*.

Como tantas palabras, *cultura* es, por lo pronto, el nombre de un equívoco, una de esas palabras que ya no se sabe bien qué significa a fuerza de haberse empleado de mil maneras distintas y, no siempre, lógicamente compatibles. Y, sin embargo hemos de hablar -eso sí, brevemente- de ella y con ella. Los filósofos estamos acostumbrados a esta clase de tareas, lo que, por supuesto, no garantiza que las cumplamos con un mínimo de éxito.

Usaré unas líneas para explicar en qué sentido se empleará en las siete tesis que se enunciarán a continuación con el fin de acotar algunas de las cuestiones inevitables en el debate que se nos ha propuesto sobre el futuro de la cultura. Hablaremos, en adelante, de la cultura en su sentido objetivo y no en el sentido sociológico: de las ideas y valores que configuran la concepción del hombre en el seno de nuestra tradición, de aquello que comprende en un abrazo muy peculiar al saber, al sentir y al desear del hombre o, dicho de otro modo, a la ciencia, a la religión, a la filosofía, al arte, a la tecnología, a la literatura etc. En el segundo sentido (esto es, cuando nos ocupamos del conjunto de prácticas sociales a las que se supone un valor simbólico, de los productos, los vehículos, los soportes etc. de la cultura en su sentido primero) es obvio que existe una cultura audiovisual como existe, por ejemplo, una cultura del rock o una cultura de los maleantes (que, como se sabe, suele variar dependiendo del barrio y de la especialidad que se practique).

La cuestión que hay que plantear puede enunciarse del siguiente modo: cómo está influyendo el mundo de la *cultura audiovisual* (el conjunto de medios de este tipo que nuestra sociedad emplea para afectar a nuestros sentimientos, valores y deseos) en la cultura en su conjunto, cuáles son los cambios que se han de atribuir a influencias de nuestra cultura audiovisual. Así someramente descrito, el panorama sería, con todo, excesivamente amplio. De aquí la decisión de fijar un cierto número de afirmaciones sin mayores pretensiones ni de exhaustividad ni de coherencia: hablaremos de algo que no se deja reducir a clichés con facilidad, ni siquiera, a los más comunes entre gentes de cultura como lo son, sin duda alguna, las descalificaciones en las que es tan usual incurrir cuando, fuera de focos o bajo ellos, se maneja, sobre todo, letra impresa.

### **1. La valoración predominantemente negativa del conjunto de la producción audiovisual no es inevitable.**

Será bueno comenzar siendo optimista y sustrayéndose al exquisito coro de las lamentaciones que proclama de manera persistente una forma de desprecio indisimulado por las artes cinematográficas y las modernas creaciones visuales. Se trata, en efecto, de gentes numerosas e ilustres y que se apoyan en razones poderosas y, sobre todo, muy antiguas. En ellas resuena la vieja prevención de Platón (el padre y modelo de todos los autoritarios y antiliberales que en el mundo han sido) contra la escritura misma. Es una

vieja tradición en la que, desde Saavedra Fajardo hasta Borges, han incurrido muchos autores y que se apoya en la confusión de las doctrinas con los medios en que se exponen. Es claro que sin medios no hay doctrinas y muchos pensadores exquisitos parecen preferir una competencia escasa (sin que sea necesario pensar mal suponiendo que puedan temer quedarse sin audiencia en mercados de fácil acceso). En el presente, esa especie de reproches se han repetido incluso por pensadores liberales como Popper o Sartori. Es cierto que, como ha dicho Vargas Llosa, “la cultura audiovisual puede deslizarnos a un mundo sin ciudadanos, de espectadores, a una sociedad letárgica”<sup>1</sup>, pero no es menos cierto que esa es una perspectiva, amén de indeseable, perfectamente evitable, al menos en principio y que lamentaciones de ese estilo, si bien pueden ser de utilidad como aviso de caminantes, no indican de ningún modo qué tipo de solución cabe para esa clase de problemas. La posición optimista deberá consistir en ver los males, que indudablemente existen, en otra fuente. Para apuntar por dónde puede buscarse una salida acudiré a las palabras de un físico eminente que, sin tiquismiquis de erudito, identifica con gran nitidez las fuentes de salud de nuestra cultura: “La civilización occidental, a mi modo de ver, se mantiene sobre dos grandes herencias. Una es el espíritu científico de aventura: la aventura de lo desconocido, que debe ser reconocido como desconocido para ser explorado; la exigencia de los misterios irresolubles del universo que siguen sin respuesta; la actitud de que todo es incierto; en resumen: la humildad del intelecto. La otra gran herencia es la ética cristiana: la acción basada en el amor, la hermandad de todos los hombres, el valor del individuo, la humildad del espíritu”<sup>2</sup>. Hay que preguntarse hasta que punto pueda decirse que la producción audiovisual se ha colocado en la senda de esas fuentes de humanidad y de dignidad intelectual. De no ser así, de nada servirán los denuestos contra la pantalla. Es más allá donde podrá encontrarse, o al menos intentarlo, una respuesta intelectual adecuada, lejos de una condena bastante maniquea.

## **2. Los efectos indeseables son evidentes y pueden llegar a ser graves.**

No caer en la tentación de descalificar la cultura audiovisual, o en la de no ver en ella sino lo negativo, no implica cerrar los ojos a las múltiples debilidades de la producción audiovisual y a los efectos nocivos que estas formas de comunicación ejercen, de hecho, sobre la cultura contemporánea. La abundancia de fuentes de información y la escasez y dificultad de los sistemas de verificación son tanto o más culpables de cualquiera de los fenómenos que a continuación mencionaremos que el mero carácter audiovisual de determinados productos. Lyotard ha hablado de la *ideología de la transparencia*, de la impresión de verismo y de inmediatez que, por oposición a ciertas formas de opacidad de la cultura tradicional, produce la producción cultural mediada por las tecnologías informatizadas. Se trata de un problema real y sus efectos pueden ejercer una larga influencia sobre nuestro espíritu. Así se puede ver cómo las imágenes ocupan el lugar de las cosas mismas, como se extiende una *cultura de la irrealidad*<sup>3</sup> (una situación en la que las referencias y los fundamentos parecen importar muy poco), o de las amenazas específicas que se derivan del modo habitual de lectura de las imágenes para la democracia misma. Se trata de fenómenos que no se pueden pasar por alto, de amenazas efectivas a la extensión de un ideal de libertad y de dignidad basado en la ilustración y en el aprecio por la ciencia. En tanto que la cultura audiovisual ocupa un lugar

---

1 Discurso en Francfort con motivo de la concesión del Premio de Honor de los libreros alemanes, 6-X-1996.

<sup>2</sup> Richard Feynman, *El placer de descubrir*, Crítica, Barcelona, 2000, p. 203.

<sup>3</sup> Vid. J. L. González Quirós, *El porvenir de la razón en la era digital*, Síntesis, Madrid, 1998, pp. 153 y ss.

preeminente en cuanto medio de socialización y de comunicación entre los hombres no se puede dejar de señalar sus limitaciones de hecho, cosa muy distinta, cabe insistir, a una condena basada en el menosprecio de la tecnología, en un elitismo que sería necio o en un desdén enfermizo por aquello que ni se conoce ni se domina.

### **3. La abundancia de medios es independiente de la oferta de mensajes.**

La información es una mercancía y los productos culturales lo son también. Ello conlleva servidumbres evidentes (menores en todo caso que las que supondría el intento de un control autoritario) y riesgos ciertos. En particular, hay que subrayar que la tecnología proporciona una oportunidad a la proliferación de productos de valor nulo: sucede que se ha invertido la condición instrumental del medio (como aún los seguimos llamando) y que nuestra sociedad está a la caza de los contenidos aunque estos sean completamente vacíos o insignificantes. Hoy hay un mercado tan amplio y ávido de mercancías audiovisuales que sería imposible colmar únicamente con productos de calidad: hacen falta contenidos en cantidades industriales y no tenemos la capacidad de producirlos, en tantas ocasiones, con un mínimo de rigor y de valor. ¿Qué habría pasado si a la invención del papel (o, luego, de la imprenta) hubiera seguido una demanda desbocada de nuevos textos, de más invenciones? Por fortuna, no ha sido así y hemos podido gozar de una tradición literaria basada en procesos de selección muy sofisticados y en criterios aquilatados a lo largo de centenares de años. Nada similar ha ocurrido desde la explosión del cine como medio de cultura popular y tras la aparición de las televisiones. Se da hoy, en efecto, una desproporción evidente entre capacidad de difusión y capacidad de creación, entre otras cosas, porque casi cualquier argumento posible ha sido ya expuesto una y otra vez (casi siempre con éxito desigual, por supuesto). Cabalgamos sobre una paradoja de los medios: tenemos más capacidades de las que podemos imaginar y, con frecuencia, la potencia de las tecnologías disponibles ahoga, en cierto modo, la creatividad.

### **4. La cultura audiovisual explota un narcisismo de lo vulgar.**

Una consecuencia notable de todo ello es la tendencia de los espectáculos audiovisuales a alejarse de la exposición de situaciones ricas en tensión dramática, de las peripecias excepcionales (que son escasas, que no pueden multiplicarse a placer, que comportan un ejercicio artístico que nunca es fácil) para fijarse de una manera narcisista en lo cotidiano, en lo vulgar, en lo que, de suyo, carece completamente de interés pero comporta un potencial de identificación con las audiencias literalmente infinito. La gente quiere verse, gusta de sí, no resiste fácilmente la continua comparación con el héroe, con las complejidades de un protagonista ejemplar, y se abandona a la consagración de lo vulgar como categoría espectacular. Se trata de un nuevo morbo que hay que esperar sea pasajero. El antecedente de todo ello está, desde luego, en el cine, particularmente en el cine francés, en la exaltación de lo cotidiano y de lo *ordinario* como tal (que no sólo es patrimonio de los cineastas galos), continúa en los concursos y en la presencia de ese falso público de los programas en directo (ese “antipúblico” que ha recibido las invectivas de Sánchez Ferlosio<sup>4</sup>) y que se puede ver cómo culmina, al menos de momento, en ese producto que se ha bautizado con un *homenaje* freudiano a una magnífica obra de Orwell (y que seguramente sería un ejemplo que el inglés incorporaría a una edición contemporánea de su ejemplar utopía negativa). Como ha escrito Daniel Innerarity, “la cultura comienza cuando se tiene algo que ocultar” y,

---

<sup>4</sup> Rafael Sánchez Ferlosio, *El alma y la vergüenza*, Destino, Barcelona, 2000, p. 366.

podríamos decir, parece en el momento mismo en que pensamos que todo, que cualquier necesidad, merece mostrarse.

## **5. La disponibilidad de un tiempo mostrenco consolida la cultura audiovisual.**

La cultura audiovisual ha explotado a fondo una veta de mercado de la que otras formas de cultura no han podido disponer: el enorme caudal de tiempo libre que produce una sociedad en la que los aumentos de seguridad y de productividad han reducido en gran manera el tiempo empleado en necesidades de supervivencia. No se trata, simplemente, de que leer un libro suponga, en general, más esfuerzo que ver un programa de televisión (cosa discutible, sobre todo, en el caso de lectores avezados) sino de que la existencia de largos períodos de tiempo sin vinculación necesaria a ninguna actividad favorecen una clase de ocio pasivo que está bien atendida por la oferta cultural universal. El intelectual emplea su tiempo en su supervivencia: necesita información, necesita pensar, leer; precisa de argumentos y de tiempo para asimilarlos, criticarlos etc. No es ese el caso del espectador más común, del sujeto que se constituye en audiencia tipo de los productos audiovisuales: aquí predomina lo que se ha llamado el “entretenimiento”, algo profundamente humano, pero en el que necesariamente ha de estar ausente la tensión intelectual que supone el trabajo del pensador, la ocupación del hombre de cultura. Es muy difícil que las cosas puedan ser de otro modo, y si se juzga la cultura audiovisual (una serie de productos destinados a no afectar, sino, a lo sumo, a mantener una cierta curiosidad) por el rasero de los intereses y criterios de calidad de intelectuales y de pensadores de oficio el resultado no puede ser otro que el que es. La cuestión que hay que plantear, dado que la servidumbre funcional del entretenimiento parece inevitable, es la de cómo es posible llevar a cabo realizaciones de un nivel mínimo de dignidad sin renunciar a la explotación de ese mercado de tiempo mostrenco. Está claro, por otro lado, que cuando un producto audiovisual, por ejemplo una película de Bergmann o de Kieslowski, se atiene a los cánones de seriedad y al rigor propio de cualesquiera otro tipo de bienes culturales el resultado es la inadecuación al canal. Salvo casos realmente raros como los de Ford o Hitchcock, es casi imposible por definición hacer cierta clase de precisión mientras se entretiene uno con ese tipo de literatura, pero callarse es una alternativa que no está al alcance de todas las fortunas.

## **6. La dialéctica entre tecnología y drama se ha vencido del lado de la primera.**

En la cultura audiovisual el instrumento se ha desarrollado mucho más eficientemente que el drama. No sabemos superar a Shakespeare o a Calderón cuando sus directores de escena estarían en el paro más riguroso. La situación es absolutamente característica de la sociedad tecnológica: no haremos un viaje a Pénjamo porque previamente hayamos deseado ir, sino que iremos a Pénjamo, o a cualquier otro lugar más o menos mitificado por la distancia, porque podemos hacerlo, porque nuestra tecnología nos proporciona posibilidades que nunca habríamos reclamado pero que, una vez que existen no estamos dispuestos a no explorar. La sociedad tecnológica vive en el cambio por el cambio, mientras que la cultura se rige por criterios de excelencia que tienden a presentarse como inamovibles. Está luego la cuestión de la complejidad de manejo de los nuevos instrumentos, de su enorme inercia expresiva. Suele decirse que el papel lo aguanta todo: por el contrario, podría decirse que muy pocas ideas resisten impertérritas su tratamiento en una sala de postproducción digital. Desde el punto de vista de la creatividad, el desafío que representa el enorme vigor de los medios de expresión es de los que asustan. No se puede ignorar, por otro lado, que la novedad vende en todas partes y que estas

cuestiones no constituyen excepción. Mucha gente se considera hoy incapaz de aguantar una película en blanco y negro, por ejemplo. De manera que a la creciente capacidad tecnológica se suele unir la demanda de novedades dinámicas por un público acostumbrado a que la música suene cada vez más alta.

Puede plantearse la cuestión de si los resultados de esta dialéctica podrían invertirse o, al menos, equilibrarse, tratando de averiguar si existe alguna clase de límites al poder tecnológico en las realizaciones de la cultura audiovisual. Responder afirmativamente supondría negar la relación inversa entre ampliación y calidad, la suposición habitual de que lo exquisito exige un consumo minoritario<sup>5</sup>. La tecnología y los intereses económicos presionan hacia la expansión de la oferta y no sería muy sensato augurar esperanzas respecto a que el crecimiento se haga en exclusiva incrementando los productos más sofisticados.

## **7. La relevancia del medio tenderá a ser sustituida por un predominio de la demanda.**

Los ingleses gustan repetir aquello de Bacon de que la esperanza es un buen desayuno pero una mala cena. Menos aún, puesto que la jornada ha sido breve, convendría terminar con un plato que anunciase pesadillas. Cumple, pues, renovar el optimismo inicial. Creo que el optimismo puede apoyarse con cierta solidez en dos consideraciones: en primer lugar, no solo hay progreso tecnológico sino progreso cultural; discutir esto con cierta acuidad nos llevaría muy lejos, pero estamos apostando por la esperanza. En segundo lugar, el rapidísimo desarrollo de las industrias culturales ha debido buscar la expansión por encima de todo: cabe esperar que a ello suceda una política fundada sobre la segmentación de audiencias y la consolidación de líneas específicas de oferta. La calidad, en cualquiera de los sentidos de este término, es una de las pocas señas de diferenciación que aún están disponibles y, a medio plazo y más todavía a la larga, se podrá ver que una demanda más cultivada impone ciertas restricciones a la oferta.

El progreso en la calidad es, por lo demás evidente, en cuestiones formales, en riqueza de imagen y procedimientos expresivos como deberá reconocer cualquiera que compare, por ejemplo, cualquier anuncio televisivo de hace veinte años con casi cualquiera de los que ahora se pergeñan. Además, y después de todo, muchos de los best-sellers del momento no son peores que la mayoría de los libros de caballería, son, solamente, mucho más abundantes e infinitamente más leídos por el público. De manera que podemos esperar que tanto en cuestiones de escritura visual cuanto en cuestiones de argumento e interés podremos disponer cada vez de más de obras que no desmerezcan en nada de las glorias culturales del pasado. Hay cosas que han de cambiar, sin duda. Daniel Bell, por ejemplo, ha dicho que el postmodernismo ha sustituido completamente la justificación estética de la vida por el instinto<sup>6</sup>: con independencia de la precisión del diagnóstico, la enfermedad es cierta y uno de sus síntomas es la vulgaridad y el desaliño, el feísmo y la mera provocación como ingredientes básicos de ciertas propuestas. Ese tipo de incitaciones siempre existirá (como subsisten, por ejemplo, las ofertas de porno) pero más pronto que tarde dejará de ser garantía de amplias audiencias. Solo hace falta que los creadores de fuste aprendan bien su oficio y que, lejos del mero escándalo, comprendan que saber ganarse al público siendo honestos consigo mismos es un camino seguro hacia la gloria.

---

<sup>5</sup> Por ejemplo, Santayana (*Life of Reason*, II, III): “la cultura está entre los cuernos de este dilema: si debe ser profunda y exquisita, ha de quedar reducida a pocos hombres; si debe hacerse popular, tendrá que ser mezquina”

<sup>6</sup> Daniel Bell, *Las contradicciones culturales del capitalismo*, Alianza, Madrid 1986, p 61.

