

Los avatares de la cultura como mercancía

Miguel Amorós

La palabra “cultura” deriva del latín *colere*, que significa cultivar, cuidar, preservar. El primero en referirse a ella en el sentido de cultivar el espíritu, mejorar las facultades intelectuales y morales, fue Cicerón. Se ha sugerido que quizás los romanos inventaran el concepto para traducir la palabra griega *paideia*. Según Hannah Arendt los romanos concibieron la cultura en relación con la naturaleza y la asociaron al homenaje y respeto a las obras pasadas. “Culto” comparte raíz con cultura. Todavía hoy, cuando hablamos de cultura nos vienen a la mente esas ideas de naturaleza trabajada y monumento del pasado, aun cuando la realidad haga mucho que no tiene nada que ver.

La cultura como esfera separada de la sociedad donde se ejercita la creación libremente, como actividad justificable en sí y por sí misma, es una imagen idealizada. Su autonomía tiene un momento falso. La cultura pasó por las cortes de los reyes, se alojó en los monasterios e iglesias, fue protegida por los mecenas de los palacios y los salones. Cuando éstos la abandonaron la compró el burgués. El goce de la cultura ha sido el privilegio de la clase ociosa, liberada de la obligación de trabajar. Hasta el siglo XVIII la cultura fue patrimonio de la aristocracia; después, ha formado parte del acervo de la burguesía. Los escritores y artistas han tratado de preservar su libertad manteniendo independiente el proceso de creación, viviendo ellos mismos al margen de las convenciones sociales, pero a fin de cuentas es el burgués quien paga por el resultado final, es decir, por la obra. El burgués le pone precio, tanto si le complace como si le provoca y da pavor. Tanto si sirve para algo como si es perfectamente inútil. Para el burgués la cultura es objeto de prestigio; quien la posee asciende en la escala social. La demanda de la clase dominante determina pues la formación de un mercado de la cultura. Para el burgués la cultura es un valor como los otros, un valor de cambio, una mercancía. Incluso las obras que rechazan la condición de mercancías, cuestionan la cultura mercantilizada e imponen sus reglas son también mercancías. Su valor consiste precisamente en ser rupturistas, ya que impulsan la renovación, esencial para el mercado. La cultura en conflicto con la burguesía es la cultura burguesa del futuro.

Por haberse atrincherado aparte en tanto que producción especial del espíritu humano, por no haberse involucrado en la transformación de la sociedad, es por lo que la cultura bajo el dominio burgués ha fracasado. Las vanguardias de comienzos del siglo XX -futuristas, dadaístas, constructivistas, expresionistas, surrealistas- trataron de corregir ese error ideando y difundiendo nuevos valores subversivos, nuevos comportamientos disolventes, pero la burguesía los supo trivializar y expropiar. El secreto consistió en impedir la formación de un punto de vista general. Los mejores descubrimientos eran esterilizados al separarse de la investigación global y de la crítica total. Los mecanismos comerciales y la especialización conseguían levantar una barrera entre el creador y el movimiento obrero revolucionario, el que le podría servir de base para acentuar todos los aspectos subversivos contenidos en su obra. Así renunció a cambiar el mundo y aceptó su trabajo como disciplina fragmentada, productora de obras degradadas e inofensivas.

Resulta significativo que cuando el pueblo llano se proletariza, desaparezca la cultura popular. El sistema capitalista somete al pueblo a la esclavitud asalariada y la burguesía culta descubre y se apropia de su folklore. La primera cultura específicamente burguesa es la cultura romántica. Como corresponde a un periodo revolucionario, es al mismo tiempo apologética y crítica; ensalza los valores burgueses y los cuestiona. Ese aspecto crítico influirá en la clase obrera. Cuando el proletariado concibe el proyecto de apropiarse de la riqueza social para ponerla al servicio de todos se percata de su aislamiento cultural y reivindica la cultura -principalmente en su vertiente romántica- como instrumento imprescindible de emancipación. Las bibliotecas, los ateneos, las escuelas racionalistas, las publicaciones formativas revelan la voluntad de los obreros por tener una cultura propia, arrebatada a la burguesía y puesta fuera del mercado en provecho de todos. Dependía de la vanguardia cultural, movimiento que hace tabla rasa con el pasado, que ese *detournement* obrero de la cultura burguesa no introdujese sus taras ideológicas en el medio proletario y desembocara en valores realmente nuevos y revolucionarios.

Entonces hubiera podido hablarse de una auténtica cultura proletaria. No fue así. Las propias victorias obreras, especialmente las que acarrearán una disminución del tiempo de trabajo, fueron usadas en contra de los trabajadores. El ocio se volvía de alguna manera proletario y la vida cotidiana de millones de trabajadores se abría al capitalismo. La dominación dispuso de dos poderosas armas creadas por la racionalización del proceso productivo: el sistema educativo estatal y los medios de comunicación de masas, el cine, la radio y la televisión. Por un lado teníamos una cultura burocrática, destinada a transmitir las ideas de la clase dominante, por el otro, una expansión sin precedentes del mercado cultural, determinando la aparición de una industria de la cultura. El creador y el intelectual podían escoger entre la poltrona del funcionario o el camerino del animador. “Para conferir a los trabajadores el estatuto de productores y consumidores “libres” del tiempo-mercancía, la condición previa fue la expropiación violenta de su tiempo” (Debord). El espectáculo empezó a hacerse realidad con esa desposesión llevada a cabo por la industria cultural. Por una astucia técnica de la dominación la abolición del privilegio burgués no introdujo a las masas trabajadoras en la cultura, las introdujo en el espectáculo. El ocio no las liberó sino que culminó su esclavitud.

El tiempo “libre” es tal sólo de nombre. Nadie puede emplear su tiempo libremente si no posee los instrumentos adecuados para construir su vida cotidiana. El tiempo llamado libre existe en condiciones sociales de falta de libertad. Las relaciones de producción determinan absolutamente la existencia de los individuos y el grado de libertad que han de poseer. Esta libertad se ejerce dentro del mercado. En su tiempo de ocio el individuo desea lo que la oferta le impone. A más libertad, mayor imposición, o sea, más esclavitud. El tiempo libre es ocupación constante; es pues una prolongación del tiempo de trabajo y adopta las características del trabajo: la rutina, la fatiga, el hastío, el embrutecimiento. Al individuo la diversión le viene impuesta no ya para reparar las fuerzas gastadas en el trabajo sino emplearlas de nuevo en

el consumo. “La diversión es la prolongación del trabajo en el capitalismo tardío” (Adorno).

La cultura entra en el campo del ocio y se convierte en cultura de masas. Si la sociedad burguesa clasista utilizaba los productos culturales como mercancías, la sociedad de masas los consume. Ya no sirven para perfeccionarse o para mejorar la posición social; su función es la de divertir y pasar el rato. La nueva cultura es entretenimiento y el entretenimiento es ahora la cultura. Se trata de distraer, de matar el tiempo, no de educar y menos liberar el espíritu. Divertirse es evadirse, no pensar, por consiguiente, estar de acuerdo. Así se hace soportable la miseria de la vida cotidiana. La cultura industrial y burocrática no enfrenta al individuo con la sociedad que reprime sus deseos, sino que doma el instinto, embota la iniciativa y acrecienta la pobreza intelectual. Busca estandarizar cambiando al individuo por un estereotipo, el que se corresponde con el súbdito de la dominación, a saber, el espectador. La cultura industrial convierte a todo el mundo en “público”. El público por definición es pasivo, procede por identificación psicológica con el héroe televisivo, con la vedette, con el líder. Son los modelos de la falsa realización propios de una vida alienada. La imagen domina sobre cualquier otra forma de expresión. El espectador, no interviene, hace de bulto; tampoco protesta, más bien es el decorado de la protesta. Es más, si las conductas rebeldes se vuelven moda cultural es porque la protesta se ha vuelto mercancía. Sirva de ejemplo reciente la “movida” madrileña o su homóloga, la contracultura barcelonesa de los setenta. La verdadera función del espectáculo contestatario es integrar la revuelta, revelando el grado de docilidad o el nivel de idiotez de los participantes. El espectáculo extiende al máximo los momentos vulgares de la vida disfrazándolos de heroicos y únicos. En plena derrota de las ideas de igualitarias y libertarias, el espectáculo es el único que construye situaciones, aquellas en que los individuos ignoran todo lo que no divierte. Así se incuba el espectador, ser disperso a quien el régimen cotidiano de imágenes “ha privado de mundo, cortado de toda relación y vuelto incapaz de fijar la atención” (Anders).

Además de frívolos los productos de la cultura industrial son efímeros, pues la oferta ha de renovarse constantemente ya que el dominio sobre la vida cotidiana sigue las pautas de la moda, y en la moda la inconstancia es la regla. La moda siempre vive en presente. Incluso el pasado parece actual: el marketing consigue presentar a El Quijote como un libro acabado de escribir y a Goya como un pintor de la jet. El diluvio informativo que soporta el espectador está descontextualizado, privado de perspectiva histórica, dirigido a mentes preparadas para recibirlo, maleables, sin memoria y, por lo tanto, indiferentes a la historia. Los espectadores no viven más que en el instante. Sumergidos en un perpetuo presente son seres infantiles, incapaces de distinguir entre distracción banal y actividad pública. No quieren madurar, quieren pararse eternamente en la edad del pavo. Creen que la farsa lúdica es la conducta pública más apropiada, la única que surge espontáneamente de su existencia pueril. Esa valoración espectacular de la parodia juguetona hace del mundo de los niños un absoluto, donde han de ser confinados los adultos. La infantilización separa definitivamente al público espectador de los verdaderos actores, los dirigentes. El hecho es más que perverso; difícilmente la protesta puede sobrevivir a las maniobras de los recuperadores infiltrados, pero nunca sobrevivirá a una versión cómic. La ideología ludista es la buena conciencia de las mentes infantilizadas bajo el espectáculo.

El espectáculo integrado reina donde la cultura estatal y la cultura industrial se han fusionado. Las mismas normas rigen las dos. La creciente importancia del ocio en la producción moderna ha sido una de las causas que han impulsado el proceso de terciarización económica característico de la globalización. La cultura, en tanto que objeto de consumo en tiempo ocioso, se ha desarrollado como fuerza productiva. Crea empleos, estimula el consumo, atrae visitantes. El turismo cultural es mayoritario ya que la oferta cultural es prioritaria en las ciudades. La industria cultural se ha diversificado y ahora el mercado de la cultura es global. Se exporta y se importa cultura, como se importan y se exportan pollos. Los adelantos técnicos en el transporte favorecen esa mundialización; la basura, como los medios de comunicación nos muestran, es igual para todos. En las cuatro esquinas del mundo se oye “Macarena”.

Los nuevos sistemas técnicos -internet, video, DVD, fibra óptica, televisión por cable, telefonía móvil- han acelerado el proceso globalizador de la cultura burocraticoindustrial; también le han proporcionado un nuevo territorio: el espacio virtual. En esa nueva dimensión el espectáculo efectúa un salto cualitativo. Todas las características de la susodicha cultura, a saber, banalización, unidimensionalidad, frivolidad, superficialidad, ludismo, eclecticismo, fragmentación, etc., se hallan realizadas a niveles insuperables. La cultura del monitor culmina a la carta la colonización de la vida cotidiana proyectando en la nada virtual la realización de los deseos. La “interactividad” que permiten las nuevas tecnologías rompe en el éter electromagnético alguna de las reglas del espectáculo, como la pasividad o la unilateralidad, y gracias a eso el espectador puede comunicarse con otros y participar activamente, pero sólo en tanto que fantasma. El alter ego virtual puede ser dentro de la matriz tecnológica todo lo que quiera, especialmente todo lo que el ser real no será jamás en el espacio real, de forma que a través de ese desdoblamiento del ser, el individuo contribuye a su propia imbecilidad y por lo tanto, a su aniquilamiento. La alienación moderna se descubre a través de los nuevos mecanismos de evasión como una modalidad de esquizofrenia.

En la actual fase histórica y en la medida en que un proyecto contra el sistema dominante es concebible, recobrar la cultura como cultura animi ciceroniana no significa dedicarse a una paciente erudición, o a una habilidosa cultura artesanal, o a una restitución militante de la memoria. Es ante todo práctica del sabotaje cultural inseparable de una crítica total de la dominación. La cultura murió hace tiempo y la sustituyó un sucedáneo burocrático e industrial. Por eso todo aquél que hable de cultura -o de arte, o de recuperación de la memoria histórica- sin referirse a la transformación revolucionaria de la vida social tiene en la boca un cadáver. Toda actividad en ese campo ha de inscribirse en un plan unitario de subversión total; por consiguiente toda creación será fundamentalmente destructiva. No ha de rehuir el conflicto, ha de plantearlo y permanecer en él.

fuelle: <http://caosmosis.acracia.net/?p=63>