¿Saber o industrias culturales?

POR **JUAN BENAVIDES DELGADO**

Editorial Ariel. A. Rodríguez Morató (coord.). *La sociedad de la cultura*
176 p. ISBN: 978-84-344-5221
Barcelona, 2007

La pregunta con la que inicio este comentario sobre el libro colectivo editado por A. Rodríguez Morató y titulado *La sociedad de la cultura* es casi una cuestión de obligación académica. Porque, en efecto, no es lo mismo entender la cultura como aquellos "valores de identidad", aquellos "contenidos de saber" que una sociedad posee o un individuo tiene para definirse y explicar la organización y sentido de su vida, que entender la cultura como una "actividad institucional", derivada de las propias estrategias políticas o económicas propiciadas por la tecnología, el mercado y los grupos de poder. Así lo indica el editor de este libro cuando considera la cultura como una actividad relacionada con las artes (p. 8) y entiende que debe ser extendida dicha actividad a muchas de las reflexiones que actualmente se plantean los investigadores interesados en el estudio de la cultura. Pero esta pregunta afecta todavía más al hecho de muchas de las críticas "no siempre conservadoras como puede derivarse de la reflexión de Rodríguez Morató a los postulados de Ortega y Gasset (pp. 15-16)" que la reflexión sobre la cultura mediática sigue postulando en la actualidad.

El texto que comento aporta muy interesantes puntos de vista a este respecto. Concretamente los que se relacionan con tres grandes ámbitos de preocupación. El primer tema tiene que ver con el "ecosistema" de la cultura (pp. 55-104), es decir, con lo que afecta al tiempo del consumo y al patrimonio cultural. La segunda cuestión tratada en este libro se refiere a lo que el mismo editor define como el "territorio" de la cultura (pp. 107-153) y que afecta al hecho de la presencia de la cultura en la organización de la vida de las personas; y, por último, la tercera parte se centra en problemas más relacionados con la sociología y los fundamentos epistemológicos de cualquier reflexión sobre la cultura que, desde las disciplinas científicas, se esté en condiciones de hacer (pp. 157-196). En una buena introducción, Rodríguez Morató distingue con claridad lo que significa culturalmente la revolución postindustrial, su pugna con la cultura de masas y lo que posteriormente han supuesto los planteamientos de la llamada "teoría de la modernidad artística" de Bourdieu,

Fundación Telefónica
Telefónica

así como algunas de las más destacadas posiciones y críticas a este último planteamiento. Estas páginas constituyen un buen marco para la reflexión y de ellas quiero destacar, entre otras, dos ideas fundamentales que pueden ayudar al lector a una mejor comprensión de toda la obra.

Cultura en la vida cotidiana

La primera cuestión se refiere a las reglas que P. Bourdieu introduce para explicar el funcionamiento del arte, cuestión muy directamente relacionada con la industria y la cultura en general. Y la segunda idea se relaciona con la propia sociedad donde se ha desarrollado una gran clase media ligada a la mutación posindustrial: la generación de los *baby boomers,* centrada en un valor globalizado de la cultura y una pérdida de los valores locales y tradicionales (p. 29) más allá de la familia y más instalada en lo global.

Primera: En el espacio artístico existen dos sectores básicos que expresan dos formas de funcionamiento relacionadas con la producción y la circulación e intermediación de las obras de arte con los diversos públicos. Este marco deriva en tres posiciones básicas que definen el campo de la producción artística: la vanguardia consagrada por críticos, autores e instituciones educativas, la vanguardia bohemia (más progresiva) y la producción comercial (más conservadora) cuyos referentes sociales residen en los medios, donde lógicamente se incluye el *marketing* y la publicidad.

Segunda: Sin embargo, a partir de los años ochenta yo diría que incluso un poco antes, la cultura no se sitúa ya en una élite social. En efecto, deja de ser un protocolo lineal, formalista y exclusivo, para extenderse a todas las facetas de la vida cotidiana de los ciudadanos. El ciclo económico viene determinado por una gran clase media que determina todo un proceso que se inicia con la producción cultural (cada vez más centrada en el diseño); continúa con la comercialización (cada vez más centrada en el *marketing* y la publicidad) y termina en un consumo (cada vez más fragmentado e individualizado). Los criterios de identidad cultural abandonan sus diferencias y la cultura penetra en la economía y la política, difuminándose dentro de ella todas las fronteras y todos los contrastes (p. 36).

Estas dos grandes cuestiones explican en buena medida la situación que actualmente vive la llamada sociedad de la cultura; y, por ello, Rodríguez Morató (p. 38 y ss.) entiende con razón que debe tipificarse a partir de líneas metodológicas y analíticas lo más claras posibles. Porque, en efecto, aunque probablemente no son muy nuevas las reflexiones que puedan hacerse, sí debe superarse, con mayor precisión, todo el conjunto de equívocos y contradicciones que conviven en la investigación. Para este autor parece claro que el orden cultural no esta regido por la ética puritana racionalista de donde derivan los valores hedonistas tradicionales, que se han trasladado al tiempo desde el consumo a la producción. Asimismo, entiende que la reflexión sobre la cultura, cada vez más directamente relacionada con los valores de lo urbano, debe estar directamente relacionada con la estructura y el funcionamiento social. Reflexión que inevitablemente conduce a la crítica epistemológica, entre otras, que Salvador Giner hace de los postulados de J. Baudrillard (pp. 169-194) y a la necesidad de superar los peligros y equívocos de la ambigüedad institucional de una idea

Fundación Telefónica
Telefónica

especializada de la cultura (p. 40).

El papel de los medios en la concepción de la cultura

No quiero acabar estos comentarios sin una última observación sobre el papel que los medios de comunicación han ejercido y ejercen en el ámbito de la cultura. Unos artilugios como los medios, que han dejado de ser soportes de información para transformarse en herramientas de construcción social de la propia realidad cultural (cada vez más fragmentada y localista) proporcionan una reflexión sobre todo esto. Porque, a mi modo de ver, son los medios los que también han contribuido de forma decisiva a la percepción y definición de los referentes que la generación de los *baby boomers* ha generado. Y es que los medios, más como industria que como cultura, ejercen una notable influencia sobre cualquier posible concepción de la cultura y, por ende, sobre el propio concepto del arte y la creación. Incluso cabe preguntarse: ¿no sustituyen los medios a la propia cultura y la recrean? Yo creo que la pregunta que Rodríguez Morató se hace al principio tiene que ver con esto: ¿hasta qué punto cabe pensar que la estructura del arte planteada por Bordieau está en condiciones de subsistir? (p. 26).

Y con estas últimas reflexiones vuelvo a mi pregunta inicial, que se relaciona con el saber; porque con todo este galimatías de la cultura, ¿dónde queda el saber, aquello que en la antigüedad se llamaba sabiduría?; o, mejor: ¿es que en las industrias culturales o, si se quiere, en la cultura que circula por los escenarios mediáticos no cabe hablar desde ninguna perspectiva de saber o sabiduría? Y si es así, ¿qué cabe pensar del futuro educativo y cultural de las nuevas generaciones una vez que se jubilen y desaparezcan los *baby boomers*?

BY NC ND