

La cultura como industria

Por Arturo Uslar Pietri*

Uno de los rasgos más importantes y significativos del mundo actual es el desarrollo creciente y avasallante de una poderosa y casi incontrastable industria cultural. El desarrollo de los modernos medios de comunicación (radio, televisión, disco, cinta magnetofónica, cine) ha permitido y provocado la formación de inmensas empresas productoras de bienes culturales que tienen por mercado al mundo entero.

Puede decirse que hasta el siglo XIX, en la buena tradición del Renacimiento y de la Ilustración, la cultura tuvo un carácter local, artesanal e individualista predominante. Cuando puede comenzar a hablarse tímidamente del inicio de una industria cultural es en el siglo XIX, con la poderosa expansión de la revolución industrial y los adelantos de la reproducción gráfica. Los grandes autores comenzaron a publicar novelas en forma de folletón, que pudieron de este modo alcanzar un vasto público de nuevos lectores, creando así un mercado importante para la literatura de ficción. El espectacular desarrollo de la novela como género literario en el siglo XIX tiene mucho que ver con su nueva y eficaz distribución a los lectores de periódicos, lo que a su vez provoca una expansión notable de la industria del libro y hace aparecer los primeros grandes editores nacionales e internacionales.

Todo esto, sin embargo, resulta pálido y casi anecdótico frente a la inmensa dimensión y poderío que la industria cultural ha llegado a alcanzar en este final del siglo XX. La televisión, la radio, el cine, los discos y la reproducción gráfica se han convertido en el campo de lucha de grandes gigantes industriales en escala mundial. Son grandes firmas transnacionales que se cuentan entre las más ricas y poderosas del mundo las que pueden llevar, por medio de los métodos más

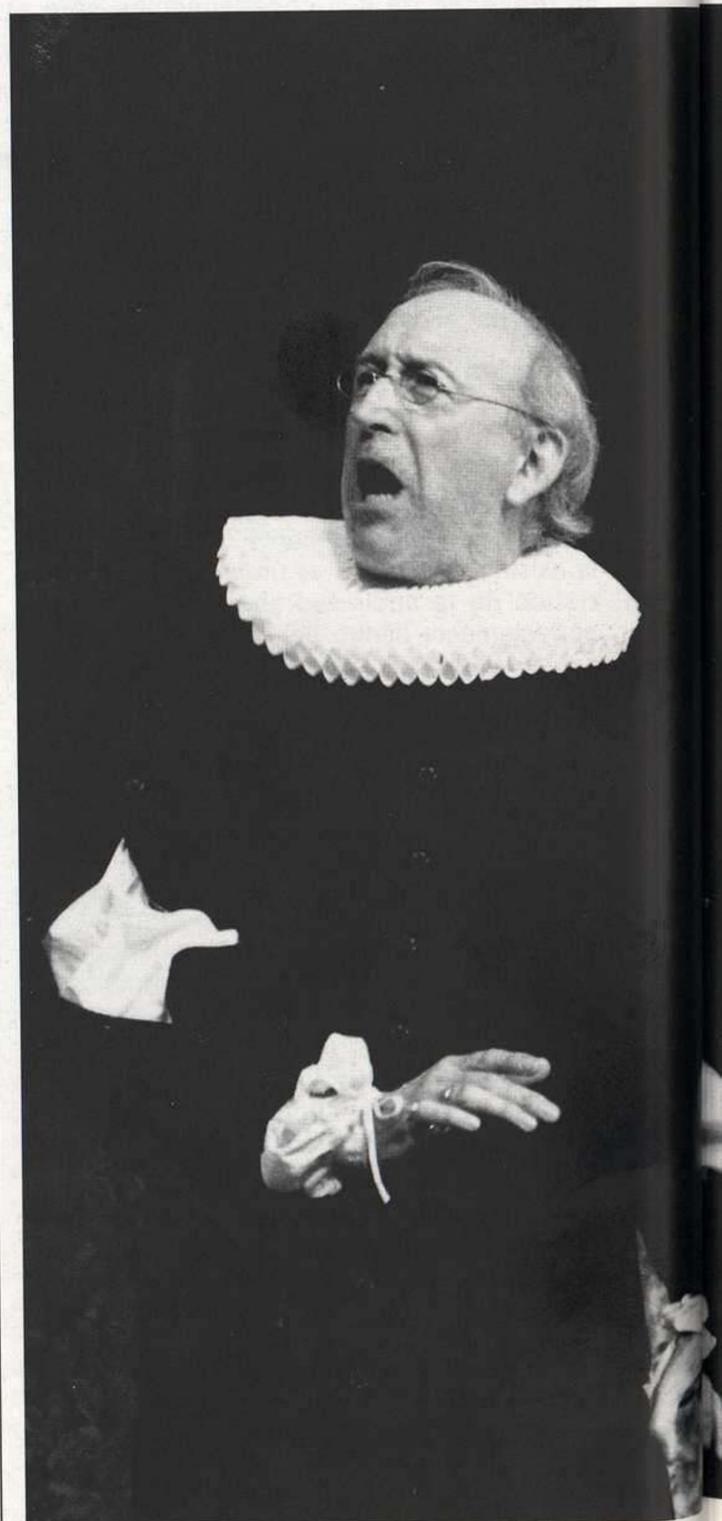
agresivos de difusión y competitividad, sus productos culturales a toda la redondez de la Tierra.

Esto tiene serias y religiosas implicaciones para lo que, hasta muy entrado el siglo, pudo considerarse como la característica esencial de la creación literaria y artística. Esas grandes firmas transnacionales tienen el poder efectivo de decidir, y hasta de imponer modos, modelos, gustos y aficiones a un público universal, con fabulosas posibilidades.

Lo que estamos presenciando es nada más ni nada menos que la rápida transformación de la creación cultural en actividad económica importante. Junto a la producción de alimentos, de bienes de consumo de maquinarias y aparatos, de instrumentos y útiles de toda clase aparece, cada vez con más evidente presencia, la producción de bienes culturales para un mercado masivo. Las consecuencias previsibles son inmensas y atemorizantes. Se tenderá, fatalmente, cada vez más, a mantener un cierto nivel de calidad media, muy influido y al mismo tiempo muy condicionante de los gustos de la masa más amplia de la sociedad de consumo. El largo predominio de la música «pop» y de sus derivados y variantes no tienen posiblemente otra explicación más válida que la de haberse convertido casi totalmente en uno de los capítulos más rentables de la industria cultural.

Los hombres del siglo XIX, los que, en muchas formas, crearon el mundo moderno y la ciencia económica, pensaban que la actividad económica, las técnicas de producción y las peculiaridades del mercado formaban parte de la actividad cultural de aquella sociedad. Hoy estamos corriendo el grave riesgo de que la creación cultural, salvo pequeños islotes muy limitados, se nos esté convirtiendo irremediabilmente, con todas sus consecuencias, en uno de los capítulos principales de la actividad económica.

"El avaro", de Molière.
Dirección: Juan Antonio Quintana.
(1992).



* Novelista y Ensayista venezolano.