

FÉLIX J. RÍOS

Universidad de La Laguna

El bienestar de la cultura

ABSTRACT: This paper deals with the cultural conflict in Western societies throughout the past few decades. As Vargas Llosa says, present-day culture is reduced to a practice that tends to get rid of our concerns, and that makes us live a kind of fiction or game. We must denounce the complicity of the big names that represent the culture in the postmodern world. Many intellectuals refuse to discuss it, and prefer to live on the revenues generated by the industry. The market has become a cultural expression. The responsibility lies in senders and receivers. Consumption of these pseudo-cultural products no longer causes shame. This conflict is evident in the so-called digital literature (not to be confused with digitized literature) which creates a hybrid product that is based on superficiality, simulation and spectacular sign. Present-day literature responds to the force of the image with the misappropriation of the movie phenomenon. In the same way that the neo-classicists denounced the Baroque excess, today we can, with absolute legitimacy, express our astonishment at the abandonment of literary essence, which is the act of reading, and the empowerment of other elements (visual and auditory) in products which we continue to call “literary”. We must find a way out of the dilemma that occurs and answer the question of whether culture is an idea, a feeling, a brain mechanism for progress, or a new consumer item that serves to hide our grief, our doubts and our questions.

KEY WORDS: Culture, digital world, globalization, literature.

Al hablar de “bienestar” de la cultura, usamos la segunda acepción del vocablo que recoge el DRAE, es decir, una fórmula que busca pasarlo bien y con tranquilidad. Ese estado de las cosas, esa forma de sentir parece ser lo que caracteriza el mundo contemporáneo. Las viejas ideas freudianas acerca de la represión de los instintos, represión que provoca en el hombre el “malestar en la cultura”, han desaparecido en una sociedad hedonista que busca el placer rápido y no problemático. Porque la aspiración del ser humano, su objetivo vital, sigue siendo la búsqueda de la felicidad o, al menos, evitar el sufrimiento (FREUD, S., 1929: IV, 3024—3025).

Un caso muy comentado en los medios de comunicación es la transformación identitaria que se está produciendo en Japón entre las nuevas generaciones

(OTAKE, T., 2009). Estamos hablando de los llamados *soshokukei* (herbívoros), término acuñado en 2007 para denominar a los varones entre veinte y treinta años que se caracterizan por no ser tan competitivos en el trabajo como las generaciones anteriores, por cuidar su cuerpo, por interesarse por el mundo de la moda y por no mantener relaciones sexuales con las mujeres (ni con otros hombres ya que no es una cuestión de homo o heterosexualidad sino de plácido auto-erotismo que sustituye al costoso placer de la carne compartida). El interés mediático se ha centrado en los aspectos sexuales de la noticia y en los problemas de natalidad que acarrearán estas prácticas (los matrimonios han descendido enormemente y se ha incrementado, a su vez, el número de divorcios) pero, para el caso que nos ocupa, el interés mayor está en la razón de estos comportamientos antisociales. Los jóvenes nipones no encuentran ningún sentido al esfuerzo laboral de sus mayores ni a la clásica relación de pareja que comporta muchas responsabilidades. Quieren acercarse a la felicidad sin sacrificios, gracias a la tranquilidad que intentan llevar a sus vidas, a la comodidad. En definitiva, una suerte de bienestar cultural sin compromiso alguno con los demás.

Pero antes de profundizar en todo esto, sería conveniente precisar de qué cultura estamos hablando y a qué momento histórico nos referimos.

Encontramos en los ensayos de Sigmund Freud una primera definición de cultura que se circunscribe al comportamiento de los seres humanos. Para el padre del psicoanálisis, la cultura sería “todo aquello en lo que la vida humana ha superado sus condiciones zoológicas y se distingue de la vida de los animales” (FREUD, S., 1927: 2961). El ser humano se coloca en una posición restrictiva, coercitiva, en la que renuncia a los instintos primarios para superar un estado primitivo elemental en el que se encontraría en el principio de los tiempos y para, de esta manera, evolucionar construyendo una estructura social cada vez más compleja: la civilización. En un ensayo posterior aparece una definición similar algo más precisa en su extensión: “La suma de las producciones e instituciones que distancian nuestra vida de la de nuestros antecesores animales y que sirven a dos fines: proteger al hombre contra la Naturaleza y regular las relaciones de los hombres entre sí” (FREUD, S., 1929: IV, 3034).

La cultura, desde este punto de vista, es todo aquello que se aparta de la Naturaleza. Se establece, pues, una oposición radical entre lo que nos viene dado biológicamente, genéticamente, y lo que es construido, elaborado por el hombre.

Esta definición clásica arrastra una primera falla que sería su reducción, su limitado antropocentrismo. Buscando concepciones más completas podríamos citar la perspectiva *animalista* representada por Jesús Mosterín: “La cultura es la información que se transmite entre cerebros, es decir, la información transmitida por aprendizaje social” (MOSTERÍN, J., 1998: 129).

Esta es una definición precisa y acertada porque incluye a todos los animales sin distinción y porque no se enfrenta a la Naturaleza sino que habla de dos for-

mas de conocimiento, una genética y otra adquirida. De hecho, en muchos casos no estaríamos ante una oposición drástica entre esos dos mundos, el natural y el construido, sino ante una relación en la que se mezclan las dos realidades. Uno de los ejemplos más estudiados es el del lenguaje. Recordemos las teorías de N. CHOMSKY (1965) y sus *universales lingüísticos*. Un acercamiento muy conocido en nuestro ámbito al haberse traducido al castellano es el ensayo de Steven PINKER, *El instinto del lenguaje* (1994), en el que afirma que el lenguaje humano no es una construcción cultural sino una adaptación biológica para comunicar información, una obra maestra de ingeniería de la naturaleza, un instinto más, en definitiva.

El caso del lenguaje muestra bien a las claras que muchos de nuestros comportamientos más importantes no son puramente naturales ni puramente culturales, y no se transmiten de un modo exclusivamente genético o sólo por aprendizaje, sino por una intrincada combinación de ambos, que todavía no estamos en medida de desenredar con precisión.

MOSTERÍN, J., 1998: 141

Pero volvamos a la cultura actual, sea o no fruto del instinto. Hoy se impone en el mundo una cultura global que circula por la *world wide web* mucho más que por los canales de comunicación, escritos y audiovisuales, que predominaron en el pasado siglo XX. Esta “cultura-mundo” (LIPOVETSKY G., SERROY, J., 2008) es el resultado final del triunfo del capitalismo y la economía de mercado a nivel planetario. Más que por la magia de la creación artística o por la profundidad de los discursos sociales (filosóficos, políticos, éticos...) que pudiera generar la nueva dimensión de lo cultural, esta forma particular de cultura desarrollada en el mercado global se caracteriza por ser un producto económico cuyo valor está determinado por la oferta y la demanda. Hace tiempo que los análisis sociológicos han constatado esta situación. De hecho, está presente en nuestras sociedades desde los albores del capitalismo. Lo novedoso ahora es que esa fórmula se ha universalizado; no hay fronteras, no hay aranceles que detengan las relaciones comerciales, las transacciones de capital o los intercambios culturales, el flujo de información.

Desde hace décadas se constata la transformación y desaparición imparable de los modelos que constituían el soporte de la tradición cultural nacida en Europa.

Harold Bloom cree necesario mantener, defender y, sobre todo, conocer la obra de los autores que han constituido el espacio cultural occidental. Junto a ese mandato canónico, el crítico de Yale se lamenta porque en el mundo de hoy se desdeña el trabajo colosal que supone dedicarse de lleno a esa tarea y se prefiere el acceso rápido a la información sin entrar en la “angustia de la influencia” que ya no está presente en los creadores de la posmodernidad. El conocimiento de la cultura puede ser un asunto de las masas pero a la cultura con mayúscula

sólo puede acceder una élite dispuesta al sacrificio. Un sacrificio que debe dirigirse a la resolución de los problemas estéticos que presente el objeto que se vaya a analizar, sin entrar en cuestiones sociales que no son pertinentes. Bloom piensa que no debemos utilizar presupuestos políticos o morales en las ciencias humanas, como no se hace en las ciencias puras.

Estamos destruyendo todos los criterios intelectuales y estéticos de las humanidades y las ciencias sociales en nombre de la justicia social. En este punto, nuestras instituciones demuestran mala fe: no imponen cuotas a los cirujanos cerebrales o a los matemáticos. Lo que se ha devaluado es el aprendizaje como tal, como si la erudición fuera irrelevante en el reino del juicio acertado o erróneo. [...]

El valor estético surge de la memoria, y también (tal como lo vio Nietzsche) del dolor, el dolor de renunciar a placeres más cómodos en favor de otros más difíciles.

BLOOM, H., 1994: 45

George Steiner, con pesimismo irónico, habla en su ensayo *En el castillo de Barba Azul. Aproximación a un nuevo concepto de cultura* (1971), de la crisis de la civilización occidental, tras el holocausto nazi y estalinista, del hundimiento de un modelo cultural que fue considerado superior a otras manifestaciones durante milenios, del fracaso estrepitoso de un modelo que se estimó el más adecuado en la evolución social de la especie humana. Un sistema que, paradójicamente, no desterró la barbarie sino que la convirtió en estandarte del progreso en el siglo XX. Hiroshima y Nagasaki son los ejemplos más terribles de ese trágico devenir de la historia. Estaríamos así en un momento “poscultural” de futuro incierto en el que lo único que está claro es que las formas de la cultura clásica no pueden reconstruirse en ninguna escala general: “Si la apuesta a la trascendencia ya no parece digna de hacerse y si nos estamos moviendo en una utopía de lo inmediato, la estructura de valores de nuestra civilización se alterará (después de por lo menos tres milenios) de maneras casi imprevisibles” (STEINER, G., 1971: 123).

Al profetizar sobre el mañana (nuestro hoy), Steiner afirma que las humanidades han adquirido un nuevo sentido que viene enmarcado en una retirada general de la palabra que ha quedado supeditada a la imagen. Gracias a los modernos sistemas de reproducción de audio ha aparecido una nueva cultura sonora global que busca su esencia en la música popular (el rock y el pop principalmente). Las nuevas generaciones han roto con el discurso del sistema cultural clásico que se rechaza por inoperante.

La contracultura tiene perfecta conciencia de dónde debe comenzar el trabajo de demolición. El violento analfabetismo de las inscripciones que aparecen en las paredes, el obstinado silencio de los adolescentes, los insensatos gritos que parten del escenario del *happening* son resueltamente estratégicos.

El rebelde y el extravagante han roto todo discurso con un sistema cultural que desprecian por considerarlo un fraude cruel y anticuado. No cambiarán palabra con ese sistema.

STEINER, G., 1971: 148

En *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado* (1984), Fredric JAMESON reflexiona sobre la cultura contemporánea, sobre lo que se ha venido en llamar posmodernismo, es decir, la ruptura general, el desmoronamiento, en definitiva, de toda una tradición moderna que comienza con el romanticismo. Esta crisis es el resultado de la canonización e institucionalización académica del movimiento modernista (en su sentido anglosajón), al final de la década de los cincuenta. Esta fractura no se limita a lo cultural, dice Jameson, sino que presupone necesariamente una toma de postura política dentro del nuevo sistema mundial del capitalismo avanzado. Los rasgos constitutivos del posmodernismo serán:

1. *Superficialidad*. Tanto en la teoría contemporánea (el llamado “pensamiento débil”) como en toda una nueva cultura de la imagen o el simulacro.

2. *Debilitamiento de la historicidad*. Tanto en la llamada historia oficial como en las nuevas formas de nuestra temporalidad privada.

3. *Lo sublime histórico*. Apoteosis del capitalismo que se basa en la fascinación de nuestra sociedad por las nuevas tecnologías creando un subsuelo emocional totalmente nuevo.

Quizás lo novedoso en este panorama tan preocupante sea la autocomplacencia de emisores y receptores. Ha desaparecido la figura del intelectual comprometido que denuncia el estado de las cosas. Una figura que fue atractiva durante un tiempo pero que quedó desacreditada tras el fiasco ideológico de la modernidad.

Las últimas manifestaciones sociales que se desarrollaron a lo largo del año 2011 en numerosos puntos del planeta, exigiendo un cambio profundo del sistema global de mercado, no han tenido su correlato en la producción cultural de los intelectuales que, supuestamente, conforman la élite del pensamiento humano en los albores del tercer milenio después de Cristo. Las voces habituales que claman en el desierto se dejaron oír, claro está. Desde Noam Chomsky a Edgar Morin, José Luis Sampedro, Stéphane Hessel o Federico Mayor Zaragoza. Hay muchos más, desde luego, pero no creo que sea casualidad que los nombres que primero le vienen a uno a la memoria sean los de personas maduras, algunos incluso ancianos nonagenarios. Muchos de ellos contemplados con displicencia por las clases dirigentes que critican su idealismo utópico y trasnochado...

Los *popes* de la cultura rehúyen el debate y prefieren vivir de la industria, del mercado en que se ha convertido la expresión cultural. Hoy en día de lo que se trata es de entretener al espectador (*cultura = espectáculo*), de complacerlo, de buscar la satisfacción de unos deseos culturales elementales, deseos o gustos que

han quedado reducidos al mero exhibicionismo del capital. Este consumo cultural degradado, reducido, condensado y muy a menudo infantilizado se justifica porque se considera que es el medio utilizado para su consumo el que hace que parezca superficial un producto que, en el fondo, seguiría siendo “alta” cultura.

Desde los años sesenta del siglo XX, la *cultura de masas* se ha convertido en el motor que mueve a la industria cultural. Frente a la cultura aristocrática, minoritaria, que exige un esfuerzo y una dedicación constante y la competencia necesaria para apreciarla, aparece con fuerza y empuje la cultura popular que mediante soportes atractivos ofrece un producto ligero, fácil de digerir por la masa. Recordemos los tres niveles de los que hablaba Dwight MACDONALD (1962): *lowbrow* (subcultura => facilidad, pragmatismo, manipulación), *middlebrow* (cultura que imita un modelo => se lee lo que la crítica sugiere, esquematismo, consumo vergonzante de literatura *sub*) y *highbrow* (cultura clásica => conciencia de élite e intento de diferenciación). Hoy no se produce un consumo vergonzante de los pseudo productos culturales porque los mismos han adquirido una categorización canónica que no tenían en los años en que reflexionaba el ensayista norteamericano.

En una entrevista en abril de 2011 a *Ñ. Revista de Cultura del Diario Clarín*, el siempre polémico e incómodo Mario Vargas Llosa hurgaba en esta llaga que amenaza con desangrar irremediablemente el cuerpo cultural del ser humano, vaciándolo de contenido y de principios.

Durante muchísimo tiempo consideramos el debate cultural como una forma de conocimiento y de sensibilidad que enriquecía nuestra experiencia del mundo, de las relaciones. Eso ha cambiado, tanto en los países desarrollados como en los que no son. Lo que ahora se llama cultura es una práctica que tiende a librarnos de preocupaciones, que nos hace vivir una especie de ficción o de juego en vez de provocarnos y de abrir nuevas ventanas.

¿Cambia el rol del intelectual en esta nueva noción de cultura?

Enfrentamos algo más grave aún: los intelectuales desaparecen. La idea de un discurso crítico que le permita a la sociedad repensarse suena extraño e indeseable. El intelectual que surge es, cada vez con mayor fuerza, alguien que no genera problemas, que no ofrece orientaciones, que no pone nada en duda. Por eso los nuevos escritores muestran cierto desprecio por ese rol que planteaba incomodidades e intentaba esbozar respuestas. La misma idea de escribir para producir un cambio provoca risas: esta es la manifestación más seria de la sociedad del espectáculo.

Hay que tener en cuenta el cambio que se está produciendo en el mundo globalizado. Habría que analizar los datos que nos proporciona la red acerca de los productos culturales que demandan los usuarios de Internet. Veamos algunas cifras concretas.

En primer lugar hay que resaltar un dato significativo: el producto cultural, por su facilidad para ser digitalizado, es el líder en el intercambio comercial virtual. Porque de eso es de lo que estamos hablando, de intercambio, de movimiento en la red, de flujo continuo de la información. Otra cosa es lo que se ofrezca desde ese inmenso escaparate lleno de ventanas que es la red. Porque no siempre coinciden los gustos y deseos del consumidor con los elementos que exhibe el productor; una cosa es lo que se ofrece y otra lo que se demanda: “La oferta de contenidos aumenta la presencia, pero no el alcance de una cultura, los resultados efectivos, que se pueden medir por otras vías, como los índices de lectura o los efectos económicos” (CUETO, L., NOYA, J., SOLER, Ch., 2006—2007: 826—827).

La música (con una distribución media global del 68%) y el cine (16,8%) son los dos productos culturales más demandados con diferencia, quizás por la juventud de muchos internautas. A continuación, pero ya bastante alejados en el porcentaje estarían las artes (8%) y las letras (7%). Estos son datos del año 2005 recogidos en el Anuario del Instituto Cervantes. Por fortuna, todavía no hay una excesiva homogeneización de los productos culturales y no se puede concretar mucho más ya que la libertad que proporciona la red hace que los iconos culturales estén atomizados, repartidos en millones de consultas que se realizan diariamente desde cualquier rincón del planeta.

La percepción total del mundo, de la sociedad humana en su conjunto espacial y temporal, de la vida en su compleja conformación, parece estar ahora más cerca gracias al formidable avance tecnológico que permite hacer realidad el viejo deseo de la biblioteca universal (*Wikipedia* sería el paradigma). Sin embargo, estamos ante un espejismo en el que caen todos los que se acercan a navegar por el espacio intertextual que proporciona la red mundial. Saltamos de una página a otra, sorteamos los sitios que exigen una lectura detenida y buscamos el dato preciso, la cita ansiada para continuar con nuestro viaje. Hablamos de *surfear* en la red... La fórmula utilizada para adquirir los conocimientos ha cambiado radicalmente. Y en la mayor parte de los casos, no producimos sino consumimos el producto cultural que se regala casi siempre... Las herramientas tecnológicas se hacen cada vez más amigables, más sencillas de usar. El acceso libre a la red se convierte en un acto cotidiano y familiar.

Por tanto, la familiaridad con la cultura es condición indispensable para que pueda mantenerse con éxito la interacción colectiva o individual. Sin embargo, tener simplemente familiaridad con la cultura, aunque imprescindible y beneficioso, equivaldría a ser hábil en el manejo de un artefacto (sin saber cómo está construido o cómo funciona). Se adquiere mejor y más poderoso capital cuando se participa activamente en la configuración de un repertorio de opciones. En otras palabras, la habilidad de un *consumidor*, un intérprete, o la de un *difusor* de un repertorio es, desde el punto de vista de la independencia, del

éxito y de la maestría, indudablemente inferior a la de un *productor* de nuevas opciones, esto es, un innovador.

EVEN-ZOHAR, I., 1999: 75

Un caso claro de conflicto entre el producto cultural y su artefacto es el de la mal llamada “literatura digital”, que no hay que confundir con la literatura digitalizada. La sustantivación produce un híbrido que muestra una suerte de fascinación tecnológica de tintes posmodernos que se apoya en la superficialidad, el simulacro y el signo espectacular, rasgos característicos del virus *neobarroquista* decadente que nos fue inoculado en los inicios de la globalización.

Hablamos de virus neobarroquista para señalar la deriva en la cultura contemporánea del signo barroco convertido en símbolo de la modernidad (Benjamin). Hay abundante bibliografía sobre este asunto. Nos limitaremos a citar uno de los últimos ensayos de Aurora Egido en el que explica con prosa luminosa los aspectos más relevantes de la modernidad neobarroca.

La definición de la cultura contemporánea como Barroca o Neobarroca no es tanto una vuelta al Barroco, sino del Barroco entendido como forma de organización cultural más que como un periodo histórico concreto. [...] En dicho proceso, las artes plásticas y la literatura se unían en un mismo lenguaje, que sintetizaba la carrera emprendida desde sus orígenes artísticos a finales del siglo XIX.

EGIDO, A., 2009: 18

De la misma forma que puede verse a la modernidad a través de elementos estéticos barrocos análogos (fragmentación de la realidad, conciencia de la temporalidad, inestabilidad del sujeto...) podemos acercarnos a la posmodernidad desde una óptica *ultrabarroca*, según la expresión de Egido, o simplemente *neobarroquista*, es decir, equiparando los presupuestos posmodernos a los del decadente movimiento barroquista de fines del siglo XVII que amplificó los rasgos más espectaculares del Barroco volviendo pretenciosa, exagerada y de mal gusto la expresión cultural, en aquel momento y en la actualidad.

La literatura es y será siempre el arte de la palabra, oral o escrita, tanto da, con las modulaciones que el creador estime conveniente darle, con su ritmo particular, con la sonoridad que le corresponda en cada momento. Pero letra, lenguaje verbal siempre.

Entre nuestros objetivos no está la descalificación de los experimentos artísticos y las creativas propuestas que surgen cada día desde distintos sectores del arte. Se trata de un problema de delimitación genérica. Los productos mixtos que aparecen de manera continua merecen nuestro aplauso o nuestra admiración en múltiples ocasiones pero de lo que se trata ahora es de poner a cada uno en su sitio. Un espectáculo multimedia, una exposición en la que aparecen distintas expresiones artísticas apoyadas en los avances tecnológicos son signos culturales pero no son literatura al pie de la letra.

Amparada en el paraguas genérico, la literatura hoy responde a la fuerza de la imagen con la apropiación indebida o con la acentuación inapropiada del fenómeno cinematográfico. Podemos legitimar el séptimo arte si lo integramos en la plural tipología dramática. Pero que se le encuentre acomodo no exige necesariamente que le rindamos pleitesía. Se nos podrá tachar de maximalismo pero creemos que no hay que confundir al receptor sino que se le debe ofrecer en cada momento lo que se le dice que se le está ofreciendo y no otra cosa.

De la misma forma que los neoclásicos denunciaban los excesos barroquistas, hoy podemos, con absoluta legitimidad, manifestar nuestro asombro ante el abandono de la esencia literaria, esto es, la lectura, y la potenciación de otros elementos (visuales, sonoros) en unos productos que insisten en seguir llamando literarios.

Pero vayamos a otro conflicto que entra dentro de lo que hemos llamado literatura, aunque se nos presente en soportes distintos al libro. Parece que hemos abandonado definitivamente la Galaxia Gutenberg para entrar en un universo digital infinito, lleno de posibilidades inimaginables hace apenas unas décadas. En vez de usar esas revolucionarias herramientas para llevar la palabra al último rincón de la Galaxia Digital, muchos son los que han centrado el debate en el *soprote*, en el *canal* por el que trasladamos ahora la comunicación literaria. Es cierto que desde siempre se han estudiado los elementos para-textuales de la obra literaria porque condicionan la recepción y pueden aportar una información semiótica suplementaria que completa o enriquece el signo artístico (véanse las “teorías del diseño editorial”). Pero en este caso lo que se puede advertir es el miedo a lo desconocido, el desasosiego que provoca un futuro impredecible.

César Antonio Molina, escritor polifacético, ministro de Cultura del gobierno español con Rodríguez Zapatero, habla de todo esto en un artículo publicado en el diario *El País* en el que advierte de los peligros de Internet, entre los que se encuentran la pérdida de la capacidad de leer con profundidad o el abandono del espíritu crítico, víctima de una información digital que penaliza el pensamiento lineal y que ofrece una materia cultural resumida, superficial y poco conflictiva. Lo más sorprendente es el canto elegíaco que lanza a favor del libro de papel ya que la cultura por excelencia era la transmitida a través de la imprenta. Hasta ahora. Nos parece excesiva la poca consideración que le merece el libro electrónico.

Libro de papel, libro electrónico, conocemos ya sus ventajas y desventajas. El primero, multisensorial, una obra de arte en sí mismo; el otro, repleto de información, de distracciones, de emboscadas a la textualidad. Me preocupa mucho menos el soporte que el cambio profundo que se está produciendo en la antigua manera de leer, buena, experimentada y sabia.

MOLINA, C.A., 2011

No estamos de acuerdo con su planteamiento inicial en el que se pregunta por qué Internet tiene que obligarnos a dejar la lectura, a dejar de escribir, a dejar de pensar. No creemos que esto sea así. En cualquier caso, no hay vuelta

atrás. No podemos caer en la trampa que supone demonizar el soporte, el artefacto a través del cual nos llega la información cultural, también la literatura en estado puro, sin trampa ni cartón; ni papel. Pero eso qué importa si la letra, la misma que redactó Cervantes, llega a millones de persona en un formato limpio y accesible, sin que se amarilleen las hojas.

Lo que hay que cambiar es la educación, hay que volver a concebir la cultura como un revulsivo de conciencias, sea cual sea el formato que utiliza para comunicar su mensaje, una cultura que hable del hombre y su circunstancia, del hombre y de la Naturaleza, del nuevo mundo que se abre ante nosotros inquietante e impredecible.

En el mundo global la cultura debe buscar una salida al dilema que se le presenta; ser una idea, una sensación, un mecanismo cerebral destinado al progreso del ser humano y del resto de los seres que configuran nuestro hábitat o mantenerse como un objeto de consumo más que sirve para ocultar nuestras angustias, nuestras dudas, nuestras preguntas.

He ahí el gran problema que debe resolver la cultura de mañana, pues ésta será el único contrapeso verdadero que permitirá frenar la influencia del consumidor e idear nuevos objetivos para la existencia. En el mundo desorientado del hipercapitalismo, la cultura debe verse como un instrumento privilegiado que hace posible el progreso y la autosuperación, la apertura a los demás, el acceso a una vida menos unidimensional que la del comprador.

LIPOVETSKY, G., SERROY, J., 2008: 221

Bibliografía

- BLOOM, Harold, [1994] 1995: *El canon occidental*. Traducción de Damián ALOU. Barcelona, Anagrama.
- CUETO, Luis, NOYA, Javier, SOLER, Chimo, 2006—2007: “El valor de los iconos culturales en Internet. Una aproximación al análisis de la oferta, la demanda, la industria y el comercio digital de la cultura”. En: *Enciclopedia del español en el mundo*. Anuario del Instituto Cervantes: 823—843.
- CHOMSKY, Noam, 1965: *Aspectos de la teoría de la sintaxis*. Trad. de Carlos P. OTERO. Barcelona, Gedisa.
- EGIDO, Aurora, 2009: *El barroco de los modernos. Despuntos y Pespuntos*. Valladolid Universidad.
- EVEN-ZOHAR, Itamar, 1999: “Planificación de la cultura y mercado”. Trad. de Montserrat IGLESIAS SANTOS, revisada por el autor. En: *Teoría de los Polisistemas*. Estudio introductorio, compilación de textos y bibliografía por Montserrat IGLESIAS SANTOS. Madrid, Arco: 71—96.
- FREUD, Sigmund, [1927] 2006: *El porvenir de una ilusión*. En: IDEM: *Obras Completas*. T. 4. Trad. de Luis LÓPEZ-BALLESTEROS. Barcelona, RBA.
- FREUD, Sigmund, [1929] 2006: *El malestar en la cultura*. En: IDEM: *Obras Completas*. T. 4. Trad. de Luis LÓPEZ-BALLESTEROS. Barcelona, RBA.

- JAMESON, Fredric, [1984] 1991: *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Trad. de José Luis PARDO. Barcelona, Paidós.
- LIPOVETSKY, Gilles, SERROY, Jean, 2008: *La cultura-mundo. Respuesta a una sociedad desorientada*. Trad. de Antonio-Prometeo MOYA. Barcelona, Anagrama.
- MACDONALD, Dwight, [1962] 1969: "Masscult y Midcult". En: A.A.VV. *La industria de la cultura*. Comunicación 2. Introducción de Valeriano BOZAL. Madrid, Alberto Corazón Editor.
- MOLINA, César Antonio, 2011: "Democratización y odio intelectual". *El País*, 31 de octubre, http://elpais.com/diario/2011/10/31/opinion/1320015613_850215.html [consultado: 19 de diciembre de 2011].
- MOSTERÍN, Jesús, 1998: *¡Vivan los animales!* Madrid, Debate.
- Ñ. *Revista de Cultura del Diario Clarín*. Entrevista a Mario VARGAS LLOSA, 23 de abril de 2011, http://www.revistaenlinea.clarin.com/literatura/entrevista-vargas_llosa-nobel_literatura_0_465553635.html [consultado: 2 de octubre de 2011].
- OTAKE, Tomoko, 2009: "Blurring the boundaries. As the future facing Japan's young people changes fast, so too are traditional gender identities". *The Japan Times*, 21 de mayo de 2009, <http://www.japantimes.co.jp/text/fl20090510x1.html> [consultado: 2 de octubre de 2011].
- PINKER, Steven, 1994: *El instinto del Lenguaje. Cómo crea el lenguaje la mente*. Versión de José Manuel IGOA GONZÁLEZ. Madrid, Alianza.
- STEINER, George, [1971] 1991: *En el castillo de Barba Azul. Aproximación a un nuevo concepto de cultura*. Trad. de Alfredo L. BIXIO. Barcelona, Gedisa.

Síntesis curricular

Félix J. Ríos es Profesor Titular de Universidad. Área de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada. Universidad de La Laguna. Ha sido Director del Departamento de Filología Española de la Universidad de La Laguna. Ha sido Decano de la Facultad de Filología de la Universidad de La Laguna. Responsable Centro DELE Diplomas de Español como Lengua Extranjera de La Laguna. Universidad de La Laguna-Instituto Cervantes, Presidente de la Asociación Española de Semiótica (AES). Miembro del Consejo de Redacción de la *Revista de Filología* de la Universidad de La Laguna. Miembro de la Asociación Española de Teoría de la Literatura (ASETTEL).

Publicaciones recientes:

- "Barthes y el sentido. Análisis estructural y enunciación discursiva". En: PONZIO, A., CALEFATO, P., PETRELLI, S., eds.: *Con Roland Barthes alle sorgenti del senso*. Roma: Meltemi editore 2006: 232—243.
- Interculturalidad, insularidad, globalización*, coord. La Laguna: Universidad de La Laguna, 2007.
- "La atlanticidad como hibridación cultural". En: VELÁZQUEZ, Teresa, coord.: *Fronteras*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones 2009: 116—124.
- "La expresión erótica en la literatura hispánica". *Anuario de Estudios Filológicos*. T. 32. Universidad de Extremadura 2009: 193—206.
- "Iconografías de la modernidad: el guerrillero". En: *Homenaje a Eduardo Camacho*. Universidad de La Laguna 2010: 175—187.
- El mundo narrativo de Luis Berenguer*. Kindle-Amazon 2012.