

Pensando y haciendo Medialab-Prado

Sesión del 8 de julio de 2010

Texto de Carolina del Olmo

Que la producción cultural es una rama más de la producción capitalista de mercancías es algo sobre lo que se reflexiona poco cuando se habla de estética, y sobre lo que tal vez se opina demasiado –y demasiado apresuradamente– cuando se habla de ciudad. El auge de expresiones como “ciudad creativa”, combinado con vagas nociones sobre la sociedad de la información y/o el capitalismo cognitivo, ha llevado a un primer plano la idea de que las industrias culturales constituyen un pilar fundamental de las economías urbanas, un campo privilegiado de actuación para aquellos gobiernos urbanos que quieren que su ciudad escale puestos en la jerarquía interurbana... Esto, a su vez, parece haber provocado una especie de epidemia de mala conciencia entre los productores culturales que aspiraban a llevar a cabo un trabajo independiente y crítico.

En un primer momento se produjo la constatación, y abundante teorización, de la existencia de un escenario de creciente competitividad interurbana que obligaba a los gobiernos urbanos (entendiendo esta expresión de un modo ampliado, como las instituciones públicas pero también las oligarquías locales...) a comportarse como empresarios emprendedores dispuestos a tomar la iniciativa en todos los frentes. Entre los ámbitos sobre los que un gobierno urbano podía actuar para reforzar la posición de su ciudad estaba el del ocio y la cultura, que se suponía que resultaba fundamental para generar un entorno urbano “interesante”, capaz de atraer visitantes y de contrarrestar la huída antiurbana de las clases pudientes, al tiempo que podía, incluso, generar empleo de alto valor añadido. Este nuevo rol que se asigna a la cultura en la ciudad contemporánea provoca dos fenómenos distintos:

- De un lado, una espectacularización de la cultura. En los últimos años hemos asistido a una rápida proliferación tanto de macroeventos –desde expos, bienales y capitalidades culturales hasta otros más modestos, como La Noche en Blanco, el Día del Libro o la Noche de los Teatros–, como de centros culturales y artísticos con edificios representativos y vagos contenidos, todo ello orientado a la caza de visitantes y regido por la dictadura de la aparición de titulares en prensa. Estas políticas han suscitado abundantes críticas de distinta índole: se comen gran parte del presupuesto cultural descuidando el trabajo de los productores culturales locales, son fuegos de artificio que no dejan ningún poso, suelen llevar aparejada una gestión privatizadora de los fondos públicos, a su amparo se han producido remodelaciones urbanísticas discutibles, tienden a poner lo cultural en manos de expertos del marketing...

- De otro lado, los gobiernos urbanos se aprovechan del tejido cultural independiente para promocionar algunos distritos o para reforzar cierta imagen urbana: los artistas y la bohemia cultural pueden dar una patina pintoresca a los centros urbanos deteriorados, etc. Por supuesto, esta paradójica funcionalidad de la crítica cultural –más intensa cuanto más radical y diferencial sea– ha generado muchas tensiones. No son pocos los productores independientes que experimentan una cierta sensación de cooptación y se enfrentan al callejón sin salida de estar sirviendo con particular eficacia al

mantenimiento de la situación que pretendían criticar. El antropólogo Manuel Delgado cuenta con amargura cómo el día de la inauguración del Forum de las Culturas en Barcelona, los activistas contrarios al Forum fueron recibidos por megafonía con un “damos la bienvenida a nuestros amigos antiforum...”

Lo que tienen en común los dos polos –espectáculo y cooptación– de las políticas culturales dominantes es su convivencia con los procesos mercantiles –entusiasta en el primer caso, entre horrorizado y resignado en el segundo–. La gentrificación contemporánea ha sacado a la luz la imposibilidad definitiva de pensar una intervención artística o intelectual cuyos contenidos tengan de suyo la capacidad de subvertir el mercado (la institución estéticamente más radical que jamás se haya imaginado, siempre más allá de cualquier compromiso antropológico). Simétricamente, la crisis económica ha vuelto a poner sobre el tapete una idea que formaba parte del saber común de la izquierda política hasta hace pocas décadas: la importancia de las instituciones públicas entendidas como un cortafuegos para la metástasis económica, como una barrera a la expansión mercantil ilimitada. Por eso las instituciones públicas han desempeñado tradicionalmente un papel tan destacado como refugio de las prácticas culturales, es decir, de un territorio simbólico muy frágil en el que la mercantilización tiene efectos inmediatamente destructivos.

Así que no es trivial subrayar que, en primer lugar y por encima de todo, Medialab-Prado (en adelante MLP) es una institución pública. De hecho, es difícil pensar en una posición crítica más afilada que la que puede proporcionar una conciencia plena de este papel. Esto choca, sin duda, con cierto tipo de crítica antiinstitucional muy popular hoy en día y que posiblemente sea también lúcida y necesaria. A menudo, por ejemplo, se destaca el modo en que se ha llegado a desdibujar la oposición entre el sector público y el privado (con la adopción de criterios de rentabilidad en la sanidad o el transporte público, por ejemplo). Se trata de una tesis correcta. El error es creer que se trata de un fenómeno endógeno y neutro, una consecuencia de la propia naturaleza institucional y no un resultado de, permítaseme la expresión nostálgica, la lucha de clases. Es cierto que la contraposición mercado-Estado resulta poco explicativa cuando se intenta analizar la historia económica de los últimos, a pesar de lo cual la auténtica bestia negra de las corrientes políticas y económicas vigentes en nuestro tiempo son las instituciones públicas útiles y eficaces, es decir, aquellas que gestionan con criterios no mercantiles un aspecto importante de la realidad, susceptible, por tanto, de generar beneficios para la empresa privada. La gran batalla cultural de la última década en España ha sido precisamente un esfuerzo sostenido por dismantelar la universidad tal y como se la conocía desde hace quinientos años para adecuarla a lo que algunos se imaginan que son las necesidades del mercado. Seguramente hay muchas realidades alternativas a la ciudad-espectáculo, pero la más inmediata es la “ciudad pública”: los centros culturales de nueva generación aparecen en las guías turísticas –también los independientes y alternativos–; las bibliotecas académicas no.

Así las cosas, lo que debería tener siempre muy presente el MLP es si su trabajo es diferente o incluso opuesto al que llevaría a cabo el mercado. En otras palabras, ¿qué debe hacer una institución cultural pública para cumplir con su función histórica de barrera frente a la expansión suicida privada-mercantil? Sobre todo, ¿qué debe hacer

una institución pública que se mueve en un terreno –el de los nuevos medios y la tecnología– en el que prácticamente no hay tradición de intervención pública?

- Por un lado, una institución pública que actúa como tal no sólo tiene que preocuparse de generar contenidos ajenos a la producción capitalista de mercancías, sino también de cuestiones concretas de política cultural, financiación y gestión. No debemos caer en la tentación de discutir en términos espectaculares sobre la ciudad-espectáculo. Lo crucial es qué inversiones se están haciendo, si se fomentan los consorcios público-privados y se tiende a beneficiar a las empresas, si se externalizan funciones que antes eran públicas, si se financian actividades independientes y, de ser así, cómo, si se crea empleo y de qué tipo, con qué grado de transparencia se deciden contenidos o se otorga financiación, si hay criterios de rentabilidad o marketing influyendo en las decisiones culturales...

- Por otro lado, es muy importante no incurrir en la confusión del entorno mercantil con lo impersonal, lo frío y lo asocial. Ocurre precisamente al contrario: el mercado se siente extremadamente cómodo en un entorno plural, desterritorializado y extremadamente empático capaz de contrarrestar su propia destructividad social. Así que una buena manera de trazar una línea de demarcación pública es apostar infatigablemente por el rigor y el conocimiento frente a la impaciencia ideológica. Sin duda, en el contexto tecnocientífico se están desarrollando algunas de las grandes cristalizaciones ideológicas de nuestro tiempo: desde el fetichismo del crecimiento económico inmaterial hasta las nuevas formas de subjetividad virtual. En este sentido, MLP dispone de una oportunidad única para convertirse en una plataforma desde la que fomentar el análisis de las realidades sobre las que se erigen estos constructos imaginarios dominantes.