



“¿Por qué aspiramos en absoluto a decir, a escribir, a cantar o a componer algo que antes no existía? ¿De dónde proviene la fe en el valor de la propia innovación cultural?” Quien pregunta así es Boris Groys, el autor que se dio a conocer a principios de la década de los noventa sobre todo por sus ensayos sobre la historia intelectual de la Rusia del siglo xx y la cultura soviética y postsoviética. Entretanto, sus numerosas publicaciones sobre gran parte de los temas centrales de la filosofía y el arte contemporáneos le han convertido en uno de los ensayistas más lúcidos y sugestivos de la actualidad. En este ensayo de “economía cultural” propone una valiosa tesis acerca de un tema “tan intempestivo para nuestro tiempo, así llamado postmoderno, como el de lo nuevo”. Intempestivo porque, en efecto, “la aspiración a lo nuevo suele asociarse a la utopía, a la esperanza en un nuevo comienzo histórico y en la futura transformación radical de las condiciones existenciales del hombre, pero es precisamente esa esperanza la que, hoy, parece haberse perdido casi por completo”.

Para Groys, en cambio, “la producción de lo nuevo es la exigencia a la que todo el mundo debe someterse para encontrar en la cultura el reconocimiento al que aspira: en caso contrario, no tiene ningún sentido ocuparse de los asuntos de la cultura (...) lo nuevo es insoslayable, inevitable, irrenunciable. No hay ningún camino que nos saque de lo nuevo, porque, si lo hubiera, sería un camino nuevo. No hay posibilidad alguna de romper las reglas de lo nuevo, porque esa ruptura es precisamente lo que esas reglas exigen. Y en este sentido, la exigencia de innovación es, si se quiere, la única realidad que resulta expresada en la cultura”.

Abundando en elegantes demostraciones y en brillantes cambios de ritmo en la argumentación —que nos descubren a un verdadero maestro del ensayo—, Boris Groys salta por encima de prematuras “muertes del hombre” y apresurados anuncios del fin de la historia, y muestra a los artistas y a los teóricos entregados, en el más absoluto desamparo, a una lógica cultural-económica cuyas estrategias describe con extrema habilidad. A la luz de esa “economía”, la innovación cultural se nos presenta como la más consecuente manifestación de la misma lógica que actúa —oculta e implacable— en otros ámbitos de la vida.

SOBRE LO NUEVO

una economía cultural

Boris Groys

PRE-TEXTOS

Boris Groys (1947, Berlín Este), estudió filosofía y matemáticas en la Universidad de Leningrado. Trabajó como asistente científico en diversos institutos universitarios entre 1976 y 1981, entre ellos el Instituto de Lingüística Estructural y Aplicada de la Universidad de Moscú. En 1981 emigró a Alemania, donde comenzó a publicar sus trabajos y a impartir clases en la Universidad de Münster, en la que se doctoró en filosofía en 1992.

Desde 1994 es profesor ordinario de Filosofía, Teoría del Arte y de los Medios de Comunicación en la *Hochschule für Gestaltung* del *Zentrum für Kultur und Medien* (ZKM) de Karlsruhe. Miembro de la Asociación Internacional de Críticos de Arte (AICA), fue Rector de la Academia de Bellas Artes de Viena y ha sido profesor visitante en las universidades de Nueva York, Philadelphia, Pennsylvania, y la UCLA, entre otras.

Sobre lo nuevo es la primera de sus obras traducida al español. Entre su producción, ampliamente vertida a otras lenguas, cabe destacar *Gesamtkunstwerk Stalin* (1988), *Zeitgenössische Kunst aus Moskau* (1991), *Die Erfindung Russlands* (1995), *Logik der Sammlung y Kunst-Kommentare* (ambos de 1997), *Unter Verdacht. Eine Phänomenologie der Medien* (2000), *Topologie der Kunst* (2003) y *Die Muse im Pelz* (2004). En 1991 y 1996 publicó, respectivamente, dos libros de conversaciones con Ilya Kabakov (*Die Kunst des Fliehens y Die Kunst der Installation*).

Junto a su actividad como ensayista, crítico de arte, y comisario de exposiciones (entre otras, la reciente "Traumfabrik Kommunismus. Die visuelle Kultur der Stalinzeit", mostrada en 2004 en Frankfurt), Boris Groys ha trabajado también como artista: suyos son ensayos filmicos e instalaciones como *The Art Judgement Show* (2001) o *Iconoclastic Delights* (2002).

SOBRE LO NUEVO

Ensayo de una economía cultural

Boris Groys

Traducción de
MANUEL FONTÁN DEL JUNCO

PRE-TEXTOS

La reproducción total o parcial de este libro, no autorizada por los editores,
viola derechos reservados. Cualquier utilización debe ser
previamente solicitada.

1.ª edición: enero de 2005

Título de la edición original en lengua alemana:
Über das Neue. Versuch einer Kulturökonomie

Diseño cubierta: Pre-Textos (S. G. E.)

© Carl Hanser Verlag (München, Wien) 1992
© de la traducción: Manuel Fontán del Junco, 2005
© de la presente edición:
PRE-TEXTOS, 2005
Luis Santángel, 10
46005 Valencia

IMPRESO EN ESPAÑA / PRINTED IN SPAIN

ISBN: 84-8191-648-X

DEPÓSITO LEGAL: V-396-2005

GUADA IMPRESORES - TEL. 961 519 060 - MONTCABRER 26 - 46960 ALDAYA (VALENCIA)

ÍNDICE

PRÓLOGO	7
INTRODUCCIÓN	11
LO NUEVO EN EL ARCHIVO	29
LO NUEVO, ENTRE EL PASADO Y EL FUTURO	31
LO NUEVO NO ES SIMPLEMENTE "LO OTRO"	39
LO NUEVO NO TIENE SU ORIGEN NI EN EL MERCADO NI EN LA AUTENTICIDAD	45
LO NUEVO NO ES UTÓPICO	53
LO NUEVO ES LO OTRO VALIOSO	57
LO NUEVO Y LA MODA	61
LO NUEVO NO ES UN EFECTO DE LA DIFERENCIA ORIGINARIA	65
LO NUEVO NO ES UN PRODUCTO DE LA LIBERTAD HUMANA	69
ESTRATEGIAS DE LA INNOVACIÓN	73
LA FRONTERA AXIOLÓGICA ENTRE EL ARCHIVO CULTURAL Y EL ESPACIO PROFANO	75
LA INNOVACIÓN COMO TRANSMUTACIÓN DE LOS VALORES	85
INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD	89
El "READY-MADE" DE MARCEL DUCHAMP	99
LA ADAPTACIÓN NEGATIVA	115
El ARGUMENTO ECOLÓGICO, A LA CONTRA	127
REVALORIZACIÓN Y DEVALUACIÓN	149

EL INTERCAMBIO INNOVADOR.	157
LA ECONOMÍA CULTURAL DEL INTERCAMBIO	159
EL INTERCAMBIO INNOVADOR Y EL CRISTIANISMO.	165
INTERPRETACIONES DEL INTERCAMBIO INNOVADOR	171
LAS FRONTERAS CULTURALES DEL VALOR Y LA DESIGUALDAD SOCIAL . .	187
EL PENSAR COMO INTERCAMBIO INNOVADOR.	195
EL AUTOR	207
NOTAS	219

PRÓLOGO

Este libro se gestó en dos etapas. Primero escribí un texto en ruso, y Annelore Nitschke lo tradujo al alemán. Más tarde, revisé a fondo esa primera versión y la redacté directamente en alemán, en la esperanza de que así mis ideas fueran más claras, pero también con un cierto sentimiento de tristeza, porque, en su forma originaria, la hermosa traducción de Annelore Nitschke, que le agradezco mucho, acabó por perderse.

Muchas de las reflexiones de este libro se suscitaron durante conversaciones con mis amigos y conocidos. Sólo puedo nombrar aquí a unos pocos: Eduard Beaucamp, Walter Grasskamp, Aage Hansen-Löve, Jürgen Harten, Ilya Kabakov, Olga Matic, Dimitri Prigov, Igor Smirnov, Renate Döring-Smirnov, Peter Steiner, Alexander Zholkovsky.

Mi agradecimiento más especial va para el profesor Fernando Inciarte, por los valiosos consejos recibidos durante la redacción de este libro.

INTRODUCCIÓN

La reproducción total o parcial de este libro, no autorizada por los editores,
viola derechos reservados. Cualquier utilización debe ser
previamente solicitada.

1.^a edición: enero de 2005

Título de la edición original en lengua alemana:
Über das Neue. Versuch einer Kulturökonomie

Diseño cubierta: Pre-Textos (S. G. E.)

© Carl Hanser Verlag (München, Wien) 1992
© de la traducción: Manuel Fontán del Junco, 2005

© de la presente edición:

PRE-TEXTOS, 2005

Luis Santángel, 10

46005 Valencia

IMPRESO EN ESPAÑA / PRINTED IN SPAIN

ISBN: 84-8191-648-X

DEPÓSITO LEGAL: V-396-2005

GUADA IMPRESORES - TEL. 961 519 060 - MONTCABRER 26 - 46960 ALDAIA (VALENCIA)

ÍNDICE

PRÓLOGO	7
INTRODUCCIÓN	11
LO NUEVO EN EL ARCHIVO	29
LO NUEVO, ENTRE EL PASADO Y EL FUTURO	31
LO NUEVO NO ES SIMPLEMENTE "LO OTRO"	39
LO NUEVO NO TIENE SU ORIGEN NI EN EL MERCADO NI EN LA AUTENTICIDAD	45
LO NUEVO NO ES UTÓPICO	53
LO NUEVO ES LO OTRO VALIOSO	57
LO NUEVO Y LA MODA	61
LO NUEVO NO ES UN EFECTO DE LA DIFERENCIA ORIGINARIA	65
LO NUEVO NO ES UN PRODUCTO DE LA LIBERTAD HUMANA	69
ESTRATEGIAS DE LA INNOVACIÓN	73
LA FRONTERA AXIOLÓGICA ENTRE EL ARCHIVO CULTURAL Y EL ESPACIO PROFANO	75
LA INNOVACIÓN COMO TRANSMUTACIÓN DE LOS VALORES	85
INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD	89
EL "READY-MADE" DE MARCEL DUCHAMP	99
LA ADAPTACIÓN NEGATIVA	115
EL ARGUMENTO ECOLÓGICO, A LA CONTRA	127
REVALORIZACIÓN Y DEVALUACIÓN	149

EL INTERCAMBIO INNOVADOR.	157
LA ECONOMÍA CULTURAL DEL INTERCAMBIO	159
EL INTERCAMBIO INNOVADOR Y EL CRISTIANISMO.	165
INTERPRETACIONES DEL INTERCAMBIO INNOVADOR	171
LAS FRONTERAS CULTURALES DEL VALOR Y LA DESIGUALDAD SOCIAL . .	187
EL PENSAR COMO INTERCAMBIO INNOVADOR.	195
EL AUTOR	207
NOTAS	219

PRÓLOGO

Este libro se gestó en dos etapas. Primero escribí un texto en ruso, y Annelore Nitschke lo tradujo al alemán. Más tarde, revisé a fondo esa primera versión y la redacté directamente en alemán, en la esperanza de que así mis ideas fueran más claras, pero también con un cierto sentimiento de tristeza, porque, en su forma originaria, la hermosa traducción de Annelore Nitschke, que le agradezco mucho, acabó por perderse.

Muchas de las reflexiones de este libro se suscitaron durante conversaciones con mis amigos y conocidos. Sólo puedo nombrar aquí a unos pocos: Eduard Beaucamp, Walter Grasskamp, Aage Hansen-Löve, Jürgen Harten, Ilya Kabakov, Olga Matic, Dimitri Prigov, Igor Smirnov, Renate Döring-Smirnov, Peter Steiner, Alexander Zholkovsky.

Mi agradecimiento más especial va para el profesor Fernando Inciarte, por los valiosos consejos recibidos durante la redacción de este libro.

INTRODUCCIÓN

Al parecer, no hay tema más intempestivo en nuestro tiempo, así llamado postmoderno, que el de lo nuevo: la aspiración a lo nuevo suele asociarse a la utopía, a la esperanza en un nuevo comienzo histórico y en la futura transformación radical de las condiciones existenciales del hombre. Y sin embargo, es precisamente esa esperanza la que parece haberse perdido hoy casi por completo. Al parecer, el futuro ya no promete nada fundamentalmente nuevo; más bien hay que imaginárselo como una interminable variación de lo ya existente. A algunos, esa idea del futuro como una repetición sin fin del pasado y el presente les provoca depresiones; para otros, por el contrario, se ha abierto en la praxis social y artística una nueva época, libre del dictado de lo nuevo y de las diversas ideologías utópicas y totalitarias que se habían orientado al futuro. En todo caso, la mayor parte de los autores de nuestro tiempo sienten que el problema de lo nuevo es algo casi definitivamente superado.¹

Pero incluso si lo nuevo estuviera hoy, efectivamente, tan irremediablemente anticuado, podría ser de todos modos objeto del pensar postmoderno, porque a ese pensamiento le interesa lo anticuado. De hecho, no hay nada más tradicional, en cierto

sentido, que orientarse hacia lo nuevo. Por eso, tanto la renuncia radical a lo nuevo como la proclamación de una nueva era postmoderna —que, con eso, se constituiría en algo nuevo y sin parangón en la historia universal— conservan un aspecto sospechosamente utópico. En esa fe postmoderna, según la cual el entero futuro —empezando por este instante— se las arreglaría para siempre sin lo nuevo, y en el que lo nuevo y la aspiración a lo nuevo serían superados de manera radical y de una vez por todas, se siguen reconociendo, a pesar de todo, hábitos del modo de pensar moderno. Si aquello que ya existía va a seguir existiendo, eso significa, entre otras cosas, que también la aspiración individual a lo nuevo, la orientación social hacia lo nuevo y la continua producción de lo nuevo van a mantenerse. Y por eso, al utopismo moderno, que proclamaba una y otra vez el inmutable dominio de algo decisivamente nuevo en todos los tiempos futuros, no se lo supera simplemente reemplazándolo por la utopía postmoderna de la renuncia a todo lo nuevo en todos los tiempos venideros.

Y es que lo peculiar de la idea de lo nuevo extendida desde la modernidad consiste, precisamente, en la esperanza de que, finalmente, va a comparecer algo tan definitivamente nuevo que, después de ello, no podrá haber nada nuevo, más que el ilimitado dominio de lo definitivamente nuevo sobre el futuro. Así, la Ilustración esperó la llegada de una nueva época, marcada por el progreso ininterrumpido y el imperio de las ciencias naturales; por el contrario, el Romanticismo declaró perdida para siempre la fe en la racionalidad propia de las ciencias naturales; a su vez, el marxismo puso su esperanza en un futuro infinito, socialista o comunista; el nacionalsocialismo contó con el dictado intemporal de la raza aria. En el arte, todas las corrientes modernas, desde la abstracción hasta el surrealismo, se han considerado a sí mismas como el último gesto artístico posible. La actual idea postmoderna del final de la historia sólo

se diferencia de la moderna por la convicción de que ya no hay que esperar más a la llegada definitiva de lo nuevo —pero porque lo nuevo ya está aquí.

En la modernidad, la proclamación de lo nuevo ha estado ideológicamente unida, la mayor parte de las veces, a la esperanza de detener el paso del tiempo —que parece algo sin sentido y omnidestructivo— o, al menos, a la esperanza de imprimir al tiempo una determinada dirección y poder presentarlo como progreso. Pero ya hace mucho tiempo que agudos observadores de la modernidad concluyeron que el desarrollo cultural moderno está sujeto a una obligación hacia la innovación de carácter extraideológico. De un pensador, de un artista o de un literato se exige que produzca lo nuevo, de la misma manera que antes se le exigía que se atuviera a la tradición y se sometiera a los criterios de ésta.² En la modernidad, en cambio, lo nuevo ya no es el resultado de una dependencia pasiva o involuntaria del cambio temporal, sino el producto de una exigencia determinante y de una estrategia consciente, que dominan la cultura moderna. Por eso, la producción de lo nuevo tampoco es una expresión de la libertad, como se piensa con frecuencia. Romper con lo antiguo no es una decisión libre que tenga como condición previa la autonomía del hombre, o que exprese o asegure socialmente esa autonomía, sino que es, exclusivamente, la adaptación a las reglas que determinan el funcionamiento de nuestra cultura.

Lo nuevo tampoco es el descubrimiento o la revelación de la verdad, la esencia, el sentido, la naturaleza o la belleza, como realidades que hubieran estado ocultas por convenciones, prejuicios o tradiciones “muertas”.³ Esta glorificación de lo nuevo como lo verdadero y lo que decide el futuro, tan extendida e incluso aparentemente tan irrenunciable, sigue estando esencialmente ligada a una vieja idea acerca de la cultura: se trata de la idea según la cual el pensamiento y el arte deben des-

cribir adecuadamente o representar miméticamente "el mundo" tal como es, una idea según la cual el criterio de verdad para las correspondientes descripciones y representaciones es la concordancia con la realidad. Esa comprensión de la cultura tiene como condición el supuesto de que el acceso directo e inmediato a la realidad, tal y como ésta es, está asegurado, y que, por tanto, la concordancia o la falta de concordancia con la realidad puede comprobarse en cualquier momento.⁴ Si el arte, por ejemplo, ha dejado de representar el mundo visible, entonces —siguiendo esa lógica— debe representar, para seguir teniendo derecho a existir, una realidad oculta, interior; en otro caso, el arte vendría a ser la expresión, injustificada y moralmente condenable, de la mera búsqueda de lo nuevo por lo nuevo.⁵

Ahora bien: la posibilidad de un acceso inmediato y directo "a las cosas mismas" ha sido, entretanto, cuestionada por muchos.⁶ Aunque, de todos modos, esa idea, en el fondo, resulta irrelevante para la comprensión de lo nuevo y para su funcionamiento, porque la exigencia de lo nuevo, establecida y arraigada culturalmente, basta para explicar su surgimiento en cada caso particular, de modo que invocar referentes ocultos y exteriores a la cultura resulta superfluo:⁷ lo nuevo es nuevo en relación a lo antiguo, a la tradición. Por eso, para entender lo nuevo no es necesario hacer ninguna referencia a algo oculto, esencial o verdadero. La producción de lo nuevo es la exigencia a la que todo el mundo debe someterse para encontrar en la cultura el reconocimiento al que aspira —en caso contrario, no tendría ningún sentido ocuparse de los asuntos de la cultura—. La aspiración a lo nuevo por lo nuevo mismo es una ley que también está vigente en la postmodernidad, cuando todas las esperanzas que se habían puesto en nuevas revelaciones de lo oculto y en el progreso objetivo han sido abandonadas.

Muchos interpretan esa búsqueda de lo nuevo por lo nuevo como un sinsentido y, por tanto, como algo sin valor, pues ella hace apremiante la pregunta por el sentido de lo nuevo: si lo nuevo no trae consigo verdad alguna, ¿no sería mejor quedarse con lo antiguo?

Pero sucede que primar lo antiguo sobre lo nuevo significa, a su vez, hacer un gesto cultural nuevo: quebrar las reglas culturales que exigen la continua producción de lo nuevo, para producir, con ello, lo nuevo radical. Y además, habría que explicar qué es, en sentido propio, lo antiguo. Porque lo antiguo hay que inventarlo de nuevo en cada época, y por eso todos los renacimientos han sido siempre, simultáneamente, grandes restauraciones. Lo nuevo es insoslayable, inevitable, irrenunciable. No hay ningún camino que nos saque de lo nuevo, porque, si lo hubiera, sería un camino nuevo. No hay posibilidad alguna de romper las reglas de lo nuevo, porque esa ruptura es precisamente lo que esas reglas exigen. Y en este sentido, la exigencia de innovación es, si se quiere, la única realidad que la cultura expresa. Porque por realidad entendemos lo insoslayable, aquello de lo que no podemos disponer, lo irrenunciable. En la medida en que la innovación es irrenunciable, es realidad. Lo real no son las cosas mismas, presuntamente ocultas bajo sus descripciones y representaciones culturales, de manera que haya que penetrar en éstas para llegar hasta aquéllas, sino que lo real son las relaciones entre las acciones y los productos culturales, que son las jerarquías y los valores que determinan nuestra cultura. Lo que pone de manifiesto cuál es la realidad de nuestra cultura es, precisamente, la aspiración a lo nuevo, en cuanto se la libera de todas las motivaciones y justificaciones ideológicas y se elimina la distinción entre innovaciones verdaderas y auténticas e innovaciones falsas e inauténticas.⁸

Preguntar por lo nuevo es lo mismo que preguntar por el valor: ¿por qué aspiramos en absoluto a decir algo, a escribir,

a pintar o a componer algo que antes no existía? ¿De dónde proviene la fe en el valor de la propia innovación cultural, si está claro desde el principio que la verdad es inalcanzable? ¿No será el deseo de "creatividad" quizá nada más que la caída en una tentación diabólica, de la que uno debería defenderse para salvaguardar su propia integridad?

Dicho de otra manera: ¿qué sentido tiene lo nuevo?

Esas preguntas tienen como presupuesto una convicción que aún no ha sido cuestionada: la convicción de que el deseo de lo nuevo es deseo de la verdad. Ya Nietzsche se desprendió de la pregunta acerca del valor de la verdad y también de la del valor de la voluntad de verdad. El valor de una obra de la cultura se determina por medio de su relación con otras obras, y no mediante su relación con la realidad exterior a la cultura, o por su verdad o su sentido. El carácter inalcanzable de la verdad, del significante, de la realidad, del ser, del sentido, de la evidencia, de la presencia de lo presente, que el actual pensamiento postmoderno todavía sostiene, no debe tomarse como una devaluación de todo valor y de todo lo nuevo. Antes al contrario: son precisamente el carácter inalcanzable de la verdad y la falta de sentido los que permiten que las preguntas acerca del valor y la verdad puedan comparecer. La aparición de la verdad va siempre acompañada de la destrucción del valor cultural o la obra de la cultura que daba acceso a aquella verdad. Pues la verdad nos sitúa ante la imposible decisión entre sentido absoluto y sinsentido, y ambas posibilidades hacen superflua la cultura. Sólo a partir del orden de la significación recibe una jerarquía o un sistema de valores su vigencia; y sólo en el orden de los significantes puede formularse la pregunta acerca del significante de la presencia, de lo nuevo, de lo actual, de lo verdadero, de lo pleno de sentido, de lo auténtico e inmediato: la pregunta por la manifestación inmediata de lo presente en su presencia metafísica, más allá de toda signifi-

cación, no puede plantearse, a no ser que se esté preguntando por un significante al que se puede y se debe conceder el valor de significar, aquí y ahora, la presencia de lo presente, o la de lo otro respecto a la tradición.

Si lo nuevo no es revelación alguna de lo oculto —es decir, no es ningún descubrimiento, ninguna creación o ningún engendramiento desde la interioridad— entonces todo está, desde el principio, abierto, patente, visible y accesible para la innovación. La innovación no opera con las cosas mismas, sino con las jerarquías culturales y los valores. La innovación no consiste en que comparezca algo que estaba escondido, sino en transmutar el valor de algo visto y conocido desde siempre.

La transmutación de los valores es la forma general de la innovación: en ese acontecimiento, lo verdadero y lo distinguido, que tiene vigencia como valioso, resulta devaluado, y se revaloriza lo que antes se consideraba carente de valor, profano, extraño, primitivo o vulgar. Como transmutación de valores, la innovación es, pues, un proceso económico. Por eso, la exigencia de lo nuevo pertenece al ámbito de las obligaciones económicas que determinan la entera vida de las sociedades. La economía consiste en el tráfico con valores dentro de una determinada jerarquía de valores. Ese tráfico es una exigencia de todos los que quieran tomar parte en la vida social. Y la cultura es una parte de ella. A este respecto, la distinción tan común entre valores ideales y valores materiales es irrelevante: la idea de que un producto cultural tiene un valor ideal que no se corresponde con su valor material solo puede significar que, en realidad, el correspondiente producto está, "materialmente", o bien sobrevalorado o bien infravalorado, e incluye implícitamente la exigencia de acomodar su valor material a su valor ideal.

Por supuesto que la sumisión de la cultura a coerciones económicas ha sido, en el pasado, permanentemente acusada de

traición a la tarea originaria de la cultura, la de aspirar a la verdad y mostrarla. Sin embargo, esa acusación descansa en un malentendido esencial. Y es que nace de la convicción de que el funcionamiento del sistema económico es comprensible, de que las coerciones económicas pueden describirse y sistematizarse; de que la economía, en suma, constituye un sistema cuya estructura puede ser investigada y científicamente definida. Si ese fuera el caso, si toda actividad cultural estuviera sometida a la coerción de la economía, toda ella sería, efectivamente, tautológica y superflua, porque se limitaría a reproducir un sistema cuya estructura interna y sus efectos ya conocemos. Lo nuevo no sería entonces realmente nuevo, sino solamente una confirmación del sistema, del mercado, de las relaciones de producción dominantes.⁹ Sin embargo, la fe en que la economía puede describirse del todo como un sistema es ilusoria.

En efecto: toda descripción de la economía es, antes que nada, una actividad cultural, un producto cultural. Y como tal, también forma parte de la actividad económica y está sometida a la lógica de la economía: toda sistematización de la economía es un comercio, y se comercia con ella. No es posible sustraerse a la economía y describirla o dominarla desde fuera, como un todo. El sueño de la descripción sistemática de la economía y de su dominio ha animado casi todas las utopías de la modernidad, y ha configurado los fundamentos ideológicos de todos los modernos regímenes totalitarios. Hoy, ese sueño está agotado. Con la crítica de la economía se trafica tan económicamente como con su apología, su interpretación o su explicación científica, y afirmar que todos estamos sujetos a las leyes y exigencias de la economía no significa que podamos tener experiencia de esas leyes, por el procedimiento de distanciarnos de sus restricciones y contemplarlas desde fuera: no nos ha sido dada una perspectiva como ésta. La única posibili-

dad de comprender la economía es tomar parte activamente en ella. Sólo cuando procedemos, en el sentido de las exigencias económicas, de modo innovador, adquirimos experiencia de aquello en lo que consisten las exigencias de la economía. Pues frecuentemente resulta innovador algo absolutamente distinto a lo que habíamos pensado inicialmente. Y en este sentido, quizá la innovación cultural sea el mejor instrumento para la investigación de la lógica económica, pues es, generalmente, la innovación más consecuente, la más ponderada y la más explícita.

La cultura es, por su dinámica y capacidad de innovación, el ámbito efectivo por excelencia de la lógica económica. En ese sentido, acogerse a esa lógica no supone interpretación reduccionista alguna de la cultura, porque aquí no se la reduce a una superestructura, a una expresión exterior de las necesidades económicas, cuya verdad oculta debiera describirse científicamente, como sí ocurría en el caso del marxismo. Cualquier comprensión reduccionista de la cultura, como ésta, surge, sobre todo, desde una comprensión reduccionista de la economía. La lógica económica también se manifiesta, y de un modo especial, en la lógica de la cultura. Por eso, la cultura es tan irrenunciable como la propia economía. Y, por ello, la economía de la cultura no consiste en una descripción de la cultura como la representación de determinados procesos económicos exteriores a ella, sino en el intento de comprender la lógica del propio desarrollo cultural como una lógica económica de transmutación de valores.

Por lo demás, la economía, en el sentido expuesto hasta ahora, no es lo mismo que el mercado. Es más antigua y más amplia que el mercado, que es sólo una innovadora acuñación específica de la economía y, por eso, no sirve, sin las necesarias reservas, como la fuente claramente identificable de la innovación. Las economías del sacrificio, del don, de la vio-

lencia, del poder o de la conquista deben ser tan tenidas en cuenta como la economía del intercambio de bienes de consumo.¹⁰ En las páginas siguientes ensayaremos descripciones de algunas de las orientaciones y estrategias de la economía cultural, es decir, de la economía propia de la transmutación de los valores culturales. Esas caracterizaciones no forman un sistema cerrado; al contrario: se enfrentan a esos sistemas cerrados que se sirven, para sus descripciones, de ocultas determinaciones exteriores a la cultura.

Como es obvio, cuando en este ensayo caractericemos a la teoría y al arte sobre todo como formas del comercio con valores culturales, no debe entenderse que el contenido de ambos pueda ser agotado completamente por una determinada lógica económica de la innovación. Todos los teóricos y todos los artistas se ocupan en sus obras de los más diversos problemas de su tiempo, de las condiciones generales de la humanidad y de cuestiones, obsesiones e idiosincrasias muy personales, que dan ocasión a las más diversas interpretaciones de sus creaciones, y nunca permiten un juicio concluyente sobre ellas. No obstante, todos esos aspectos de las obras culturales no son los que fundamentan su valor; esto es, no constituyen la auténtica razón por la que nos ocupamos de ellas. Todas las obras del pensamiento y del arte justifican, sí, investigaciones e interpretaciones, porque todas ellas contienen aspectos relevantes de carácter personal, social o, en general, artístico y teórico. Sin embargo, es un hecho que el interés de la investigación se concentra siempre de modo inevitable en unas pocas obras excepcionales, a pesar de que no parece posible demostrar que sus contenidos concretos sean más significativos que todos los demás. Y en este punto comparece una cuestión central:

¿De dónde le viene a un producto cultural su valor?

Podría decirse, por ejemplo, que una obra de arte es valiosa cuando de manera exitosa continúa una tradición artística con-

sagrada. Según eso, a la nueva obra de arte, para que pueda adquirir vigencia como obra de arte, se la adapta a determinados criterios y se la produce de acuerdo a determinados modelos. Eso vale también para la teoría: una obra teórica, para ser aceptada y consagrada como tal, debe insertarse en una de las tradiciones que proporcionan valor: debe estar construida lógicamente, llevar notas a pie de página y estar escrita en determinado tipo de lenguaje.

Pero, ¿en qué se basa el valor de un producto cultural que rompe con los modelos de la tradición?

La respuesta tradicional a esta pregunta es, a su vez, que esos productos innovadores no guardan relación con la tradición cultural, sino con la realidad exterior a la cultura. Esa respuesta parece, a primera vista, plausible, pues si dividimos el mundo en cultura y realidad, todo aquello que no tenga pinta de cultura debe ser la realidad. Y en este caso, los criterios exteriores como los de la forma, los de la retórica o los de la adaptación normada a la tradición cultural se sustituyen por los criterios de la verdad o del sentido, o sea, por el recurso a una realidad exterior a la cultura que estaría oculta por las convenciones culturales. A la obra de arte o a la obra teórica ya no se la interpela y se la enjuicia por su conformidad a la tradición cultural, sino por su relación con la realidad exterior a la cultura.

De aquí deriva una ambigüedad que, a lo largo de la historia, ha puesto crecientemente en cuestión el concepto de verdad. Pues para que un producto cultural pueda significar, representar, describir y manifestar la realidad exterior a la cultura, ese producto cultural debe, en primer lugar, distinguirse de esa realidad. Esa distancia de la realidad, que señala la pertenencia de ese producto a la cultura, es la condición necesaria de su semejanza a la realidad que está fuera de la cultura, que es la que prueba la verdad de ese producto. O sea, que el valor de un producto cultural original e innovador sigue de-

finiéndose, sobre todo, mediante su relación con la cultura, con la tradición cultural —también en el caso de que se quiera justificar una divergencia respecto de esa tradición aludiendo a su verdad o a su relación con la realidad.

El arte de la modernidad, que, al menos desde el Renacimiento, rompió con la tradición anterior por causa de la representación verdadera, mimética y adecuada de la realidad, también se distanció durante el siglo XX de la imagen fiel de la realidad exterior, después de que ésta se convirtiera, a su vez, en una convención cultural. Después de que el arte de vanguardia fuese interpretado por muchos también como una imagen de la realidad interior, oculta, como una búsqueda más de la verdad, el uso artístico del *Ready-made*, esto es, el procedimiento de la cita directa de la realidad exterior a la cultura, que se practica en el arte desde Marcel Duchamp, supuso el cuestionamiento radical del concepto de verdad. En efecto: en la medida en que la obra de arte cita directamente la propia realidad, se hace verdadera de modo trivial, pues su conformidad con la realidad exterior es obligatoria. En este caso, la relación con la verdad relativiza la diferencia entre una obra de arte que, presuntamente, representa la realidad desde una posición privilegiada, y una simple cosa de la realidad. Con todo, la pregunta acerca del valor de la obra sigue sin respuesta. Puede mostrarse que esa pregunta no puede responderse echando mano de la realidad, y que tampoco la verdad de una obra de arte puede fundamentar su valor. En conclusión: la pregunta acerca del valor de una obra continúa siendo la pregunta por su relación con la tradición y con otros productos de la cultura.

De modo parecido al arte del siglo XX, diversas teorías modernas y postmodernas han hecho del inconsciente su tema principal: con ello, se refieren a algo que está oculto, que no puede ser designado, algo con respecto a lo cual no se está

en una relación veritativa. Mientras que las primeras teorías sobre el inconsciente todavía proclamaban la intención de pensarlo como aquello que aún está inexplorado, las teorías postmodernas actuales hablan de lo impensable, de lo otro radical, de lo inconcebible. Ahora bien: si se declara imposible la descripción teórica adecuada de una realidad inconsciente y exterior a la cultura que se entiende como lo otro radical, porque esa realidad se considera que se sustrae a cada descripción, entonces la diferencia fundamental entre lenguaje teórico y no teórico desaparece, porque lo otro es, para todos los tipos de lenguaje, igualmente inalcanzable.¹¹ De hecho, los textos teóricos postmodernos usan formas lingüísticas que funcionan como *Ready-mades* lingüísticos —o como citas que proceden directamente de la realidad de la vida de la conciencia, que no está configurada ni normada lógicamente—. Y en este punto vuelve a presentarse la pregunta por el valor de textos teóricos como esos que, después de haber desistido de su pretensión de verdad, sólo pueden ser valorados en el contexto de otros textos teóricos. O sea: que ni el arte innovador ni la teoría innovadora pueden describirse y justificarse según su referencia significativa a la realidad o, lo que es lo mismo, según su verdad. Ésa es la razón por la cual la cuestión no consiste en si son verdaderos o falsos, sino en si son, culturalmente, valiosos.

Para responder a esta cuestión es necesario volver a las ideas de las que partimos cuando se planteó la pregunta por la verdad como relación con la realidad exterior a la cultura. La realidad es complementaria a la tradición cultural: real es aquello que no es cultura. Por eso, cuando la tradición cultural es normativa, la realidad es profana y, por eso, a la obra nueva, que no se parece a los modelos culturales, se la reconoce como real. El efecto de verdad o de realidad de una obra cultural surge de su modo específico de relacionarse con la tradición. Así,

la innovación consistiría en un acto de adaptación negativa a la tradición.

La adaptación positiva consistiría en dar a la nueva obra una forma parecida a la de los modelos de la tradición. La negativa, en dar a la nueva obra una forma distinta a la de los modelos de la tradición, en situarla en contraste con aquéllos. En todo caso se sigue estando siempre en una relación determinada con la tradición —y es indiferente que se trate de una relación positiva o negativa—. Lo profano —la realidad exterior a la cultura— es usado en los dos casos exclusivamente como materia. Apartarse de los modelos de la tradición modifica las cosas profanas no menos que lo que las modifica adaptarlas positivamente a esa tradición. Por medio de su uso cultural, esas cosas son purificadas de todo aquello que, “en la realidad”, las asemeja a sus modelos de la tradición: por eso los *Ready-mades* parecen siempre más profanos y más reales que la propia realidad.¹² La cuestión central al enjuiciar el valor de una obra cultural es, por tanto, su relación con la tradición cultural, el éxito de su adaptación positiva o negativa a aquélla. Apuntar a la realidad exterior a la cultura para responder a esa cuestión no es más que una etapa, histórica, de una adaptación negativa que, por su parte, cuenta con precedentes en la propia tradición cultural.

Por todo ello, en adelante nos serviremos del arte como hilo conductor de nuestro tema. Pues el centro de la discusión no lo ocupan las preguntas “qué es” o “qué es verdadero” —con las que se interroga por la relación de la obra de arte con la naturaleza, con la realidad, con lo existente—, sino la cuestión acerca de cómo debe producirse una obra artística o teórica para que pueda tener vigencia como algo culturalmente valioso. Pues hay teorías —y también obras de arte— sobre el carácter ininterpretable e indescriptible del inconsciente que ya no permiten plantear la pregunta sobre la verdad considerándola como

una relación mimética y representativa con la realidad, se interprete a ésta como se quiera —y son teorías y obras de arte que, a pesar de todo, tienen valor cultural—. Y esas obras, por cierto, no pueden desatenderse con la justificación de que no se está de acuerdo con ellas o que no se las acepta como obras de arte o como teorías: su mero existir en la cultura obliga a investigar de nuevo los mecanismos de producción cultural en su conjunto.

Por lo demás, la pregunta por el valor de un producto es también, en un sentido muy preciso, más antigua que la pregunta por la verdad en cuanto relación de la obra con la realidad: la pregunta por la verdad resulta siempre de una revuelta contra la tradición, provocada, desde el principio, por la propia tradición —y sólo esa provocación concede valor cultural a la revuelta—. Sólo cuando un determinado producto obtiene un valor cultural, se hace interesante y relevante para la interpretación —y no al contrario—. Sólo a través de la innovación y del valor cultural que ésta genera consigue un teórico o un artista el derecho de presentar a la sociedad sus demandas personales, profanas y “reales”. La sociedad se interesa bastante menos —o no se interesa en absoluto— por las de otros individuos, aunque puede que no sean menos interesantes o urgentes: y es que en cada producto cultural se consuma una transmutación de valores que dota de valor también a la personalidad profana o real de su autor.¹³ Por eso nos interesaremos, en primer lugar, por la lógica cultural-económica de la transmutación de los valores culturales, que es la única que suministra las premisas exclusivamente a partir de las cuales hay condiciones para una panorámica sobre la realidad, y también sobre la pregunta por la verdad en cuanto relación con la realidad.