



## BIBLIOTECA

### *La cultura-mundo*



LIPOVETSKY, Gilles y  
SERROY, Jean (2010):  
*La cultura-mundo.  
Respuesta a una  
sociedad desorientada*. Barcelona:  
Anagrama.

Gilles Lipovetsky (París, 1944) es considerado, con razón, uno de los más agudos pensadores de la sociedad de consumo contemporánea, caracterizada, según su punto de vista, por el *imperio de lo efímero*, como así lo expusiera hace ya casi treinta años en una de sus principales obras: *La era del vacío* (1983). En España, la editorial Anagrama ha venido publicando buena parte de la producción literaria de este destacado

filósofo y sociólogo francés, profesor en la Universidad de Grenoble.

Por su parte, Jean Serroy es crítico de cine, autor de una obra de referencia sobre el cine de los años 1985-2005: *Entre deux siècles. 20 ans de cinéma contemporain*, además de ser autor de diversas obras sobre literatura y teatro del siglo XVIII. Junto con Lipovetsky ha publicado también *La pantalla global* (Anagrama, 2009).

En *La cultura-mundo*, como indica con claridad el subtítulo, los autores tratan de dar *Respuesta a una sociedad desorientada*. Parafraseando a la principal obra de Arthur Schopenhauer (Danzig, 1788 - Fráncfort del Meno, 1860), *El mundo como voluntad y representación* (1819), los autores exponen sus análisis a través de cuatro capítulos: “La cultura como mundo y mercado”, “El mundo como imagen y comunicación”, “La cultura-mundo como mitos y desafíos” y “La cultura-mundo como civilización”.

En la Introducción los autores comienzan con una frase contundente: “Con el nuevo ciclo de modernidad que

reorganiza el mundo aparece un régimen de cultura desconocido hasta hoy". A partir de aquí nos sitúan ante los rasgos esenciales de la era de la cultura-mundo, "cultura del tecnocapitalismo planetario, de las industrias culturales, del consumismo total, de los medios y de las redes informáticas".

La hipótesis que se plantea en este libro es que en las últimas dos o tres décadas ha aparecido un nuevo régimen cultural, el de la *hipermodernidad*; el cual, según Lipovetsky y Serroy, se ha constituido en el horizonte de las sociedades actuales en la época de la globalización, una cultura en donde ya no tienen sentido las oposiciones entre alta cultura/subcultura, cultura antropológica/cultura estética, cultura material/cultura ideológica, "sino una constelación planetaria en la que se cruzan cultura tecnocientífica, cultura de mercado, cultura del individuo, cultura mediática, cultura de las redes, cultura ecologista: polos que articulan las 'estructuras elementales' de la cultura-mundo".

El universo en el que se desenvuelve este nuevo modelo es el de la hipertrofia del consumismo, en un espacio-tiempo mundial en el que conviven las tendencias homogeneizadoras con la búsqueda activa de diferenciación, donde "uniformización globalitaria y fragmentación cultural van de la mano".

La consecuencia de todo esto, a juicio de los pensadores franceses, es una profunda y extensa desorientación cultural, una inseguridad e inestabilidad estructurales y crónicas, un

mundo "intensamente ansiógeno y depresivo". Este fenómeno es consecuencia, entre otros factores, de la disolución de los referentes colectivos que hasta hace poco tiempo organizaban nuestra visión del porvenir. El desconcierto no surge de la ausencia, sino de lo *hyper*, en un capitalismo absoluto en que todo prolifera y es competitivo, donde "hay que ser cada vez más modernos y reactivos, estar más informados y ser más eficaces".

Sin embargo, la cultura adquiere una importancia y una centralidad inéditas, tanto en la vida económica como en el debate social. Tres fenómenos explican la fortaleza de los problemas culturales en la era hipermoderna: 1) el formidable crecimiento de la dimensión económica de la cultura; 2) la dignificación y la igualación democrática de los contenidos más heterogéneos; y 3) la politización y conflictivización creciente de la cultura, a veces hasta extremos trágicos, como reflejan los fundamentalistas y nacionalismos exacerbados. No se trata ya de "cambiar el mundo" como de *civilizar* la cultura-mundo, implicando en ello los necesarios compromisos políticos, pero también los recursos -"infinitos" dicen, literalmente, los autores- de la sociedad civil.

### **La cultura como mundo y mercado**

Lipovetsky y Serroy escriben acerca de cuatro polos estructuradores que configuran la fisonomía de los nuevos tiempos: "el *hipercapitalismo*, fuerza motriz de la mundialización económica; la *hipertecnificación*, grado superla-

tivo de la universalidad técnica moderna; el *hiperindividualismo*, que materializa la espiral del átomo individual ya liberado de las ataduras comunitarias a la antigua; el *hiperconsumo*, forma hipertrofiada y exponencial del hedonismo comercial”.

El desarrollo del *hipercapitalismo* está estrechamente ligado a las políticas neoliberales que hegemonizan las políticas nacionales desde los años ochenta, desregulando los mercados con la promesa de traer más prosperidad para todos, aunque la sensación a estas alturas sea justo la contraria, esto es, el crecimiento de las desigualdades y la pérdida del ideal democrático de justicia social.

A su vez, este sistema ha desarrollado nuevas formas de organización que, cuestionando la validez de los modelos posfordianos y tayloristas, se concentran “en la autonomía y la responsabilidad individuales, la implicación subjetiva, la polivalencia, la capacidad de reaccionar y la iniciativa”, colocando el éxito y el fracaso bajo responsabilidad exclusiva de individuos sometidos a las presiones del corto plazo, cada vez más temerosos de las constantes evaluaciones a las que son sometidos y con miedo a no estar a la altura de las exigencias del mercado y de las empresas.

Pero es el universo tecnocientífico el que mejor ilustra la idea de cultura-mundo, pues asistimos a un “auténtico universalismo técnico”. La Técnica se impone como estilo de vida, modo de pensar y conjunto de símbolos, recuperando su ímpetu gracias a los

avances de la biotecnología, la bioquímica, la nanotecnología y la microelectrónica.

Esto no quita para que, al mismo tiempo se produzca lo que los autores denominan “desgaste del progreso”, ante los fenómenos que ponen en peligro la vida humana y el ecosistema: radiaciones cancerígenas, contaminación, agotamiento de los recursos naturales..., motivando así el surgimiento de una conciencia mayoritaria favorable al consumo responsable y a la conciliación entre economía y ecología.

Pero ese nuevo equilibrio tendrá que hacer frente al *hiperindividualismo* de marcada tendencia narcisista que emerge de la desintegración de los órdenes colectivos (familia, Iglesia, partidos políticos, moralidad); *neoindividualismo* que a la vez convive con una marcada tendencia al “repliegue comunitario”, étnico, religioso o infranacional, “capaz de recrear el sentimiento de que se pertenece a una colectividad”. Sin embargo, dicen los autores, estas tendencias no son sino la respuesta a una fragilización del individuo “que se despliega sobre el fondo de una creciente soledad”.

### **El mundo como imagen y comunicación**

En el capítulo segundo examinan las industrias culturales y el universo del ciberespacio como piezas fundamentales de la cultura-mundo. Piezas que no son las únicas, pues en el nuevo capitalismo los bienes comerciales contribuyen al nuevo género de cul-

tura: “en la época de la cultura-mundo, la cultura se vuelve mundo de marcas y consumo, y el mundo comercial se vuelve más o menos cultural”.

En un mundo en el que la cultura es producida *por todo el mundo*, sin fronteras de países ni de clases, las industrias culturales no cesan de producir una cultura transformada en artículos de consumo de masas, generalizando la simplicidad, la inmediatez y lo transitorio, en un universo de pantallas, famoseo y *vedettismo*, donde el arte ha sido reducido a una experiencia turística. De ahí que los autores se pregunten: “¿qué mundo se avecina? ¿qué clase de ser humano producirá esta civilización?”; y que respondan apelando a la necesaria elevación de la educación y del nivel cultural de los individuos “para formar espíritus libres en un universo que rebosa información”.

#### **La cultura-mundo como mitos y desafíos**

El proceso globalizador no tiene, sin embargo, un solo rostro. Así, ante la cuestión de si caminamos hacia un mundo *homogeneizado*, explican que, al mismo tiempo que las mismas marcas y productos se difunden por todo el mundo, en cada país se desarrollan variantes adaptadas a las culturas locales y se ponen en valor los fenómenos particularistas e identitarios.

A continuación, se preguntan si nos dirigimos hacia un mundo *americanizado*, y contestan que, si bien los productos estadounidenses se distri-

buyen globalmente, otras naciones también se han convertido en potencias exportadoras de cultura (India, China, Japón, Brasil...), configurando una cultura-mundo diversa, como corresponde a “un mercado plural y diverso, a imagen del mundo”.

Ante el interrogante de si vamos hacia un mundo sin alma, señalan que al mismo tiempo que se abre camino a una dinámica neoneohilista se produce una revitalización de lo religioso y de la espiritualidad, fenómenos orientados, eso sí, hacia el perfeccionamiento personal o la felicidad mundana, más que a la búsqueda de la salvación en el más allá.

Por otro lado, tampoco se puede decir, según ellos, que estemos en el nivel cero de los valores, pues son muchos los signos que hablan de la importancia que la población concede a la democracia, los derechos humanos, la honradez, el respeto por los niños y el rechazo a la violencia y a la crueldad, entre otros valores comunes. Según los autores: “son muchos los fenómenos que revelan que el consumo comercial no ha colonizado toda la vida”.

Finalmente, a la pregunta de si nos dirigimos hacia un mundo infantilizado, responden que, si bien es cierto que la tendencia es “preferir lo simple a lo complejo, lo fácil a lo difícil, lo rápido a lo lento”, se abre camino con fuerza un consumidor más problemático y reflexivo, lejos del consumismo pueril, un individuo que busca información, opciones y compara para elegir lo que cree que más le conviene.

Para los autores, se equivoca quien piense que el hipercapitalismo ha conseguido transformar a las personas en puros consumidores pasivos e infantilizados: “el hiperindividualismo anuncia menos el reino del ciudadano-niño y la muerte de la democracia que nuevas formas de participación de los ciudadanos, nuevas formas de solidaridad colectiva, nuevas formas de interpelar y denunciar al poder (...) una nueva democracia de expresión, observación y participación”.

#### **La cultura-mundo como civilización**

En el capítulo cuarto, Lipovetsky y Serroy exponen sus propuestas para *civilizar* la cultura-mundo, aprovechando las fuerzas positivas que ésta encierra y reduciendo o eliminando si cabe los males que comporta. Para ello, en su opinión, es necesario transformar a fondo la institución escolar y recuperar tanto la autoridad del maestro como la legitimidad del alumno, estimulando al mismo tiempo la participación, el diálogo y la escucha, en una escuela abierta y en contacto con la vida.

En el “doble caos de la abundancia y la inmediatez”, los autores defienden la necesidad de una nueva cultura general, que contribuya a “convertir un montón de datos desordenados en un conjunto de conocimientos y valores comunes”. Incluso, más que una cultura general, habría que hablar a su juicio de una *cultura de la historia*, pero no como una mera cronología plagada de detalles, sino más bien como una historia de grandes temas

y periodizaciones: “que hagan coherente la marcha del mundo, la evolución de fondo de las mentalidades, las artes, las religiones, el derecho, las ciencias y las técnicas, los sentimientos y las costumbres, la vida y la muerte”.

Por otra parte, también la universidad debe ser reformada para alejarla de la desorientación en que se encuentra, oscilando hoy entre impartir una ciencia pura y profesionalizar sus enseñanzas, incapaz de evitar el derroche humano y económico que comporta la frustración que genera en personas que son arrojadas al mundo laboral con títulos que no les serán de utilidad. Para ello lo principal es adaptar la universidad, no tanto para formar en oficios que cambian con rapidez, como para formar a la persona.

Para Lipovetsky y Serroy se necesita invertir en una “política de la creatividad”, que potencie la capacidad de crear, innovar y emprender, ofreciendo a cada cual “la oportunidad de ofrecer lo mejor que tenga y de contribuir a su manera a humanizar la cultura colectiva”. La política cultural debe contribuir a la búsqueda de una buena vida en un marco de solidaridad con el mundo, en lucha contra las discriminaciones y abierta siempre a generar nuevas oportunidades.

En sus conclusiones, exponen tres grandes objetivos sobre los que construir una política cultural que ayude a afrontar la *Gran desorientación*: rehabilitar la cultura del trabajo y del mérito, reforzar la cohesión social e

invertir en capital humano. En palabras de los autores:

“La cultura no es enemiga de la pasión: es por el contrario lo que debe alimentar las pasiones ricas y buenas de las personas. No sólo exaltar la profundidad, sino quizá también algo más importante para la inmensa mayoría: reducir la desorientación y contribuir al respeto por nosotros mismos mediante actividades que estimulen nuestro deseo de superarnos, de ser protagonistas de nuestra vida”.

*La cultura-mundo. Respuesta a una sociedad desorientada* es un lúcido análisis de la sociedad actual, de sus paradojas y sus tendencias, muy *schopenhauriano* en el sentido de concebir la realidad de forma fluida, insustancial e impermanente y un tanto pesimista, si bien Lipovetsky y Serroy se esfuerzan en ser propositivos, señalando un camino entre la niebla, aunque su obra no deja de transmitir un cierto pesimismo.

En mi opinión, es una obra a tener en cuenta en el estudio de las mediaciones sociales, pues señala fenómenos contradictorios que demandan nuevos sistemas (mediadores) cognitivos y estructurales capaces de imprimir una misma racionalidad civilizadora a la evolución científico-técnica, de los mercados, de las relaciones sociales y de las relaciones entre los seres humanos y la naturaleza.

Comparto la importancia que los autores dan a la reforma de los sistemas educativos y de la formación profesional. Me parece muy correcto, pero también insuficiente, incluso

demasiado idealista en ausencia de otras propuestas de mayor calado capaces de afectar a la gobernabilidad de sistema económico y a la reforma de las instituciones políticas.

**Fco. Javier Malagón Terrón**

Profesor Asociado

Universidad Complutense de Madrid

[fjmalagon@ccinf.ucm.es](mailto:fjmalagon@ccinf.ucm.es)

**Otras obras de Lipovetsky  
publicadas por Anagrama**

- *La cultura-mundo: Respuesta a una sociedad desorientada* (2010).
- *La pantalla global: cultura mediática y cine en la era hipermoderna* (2009).
- *La sociedad de la decepción* (2008).
- *La felicidad paradójica: Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo* (2007).
- *Los tiempos hipermodernos* (2006).
- *El crepúsculo del deber* (2005).
- *El imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas* (2004).
- *El lujo eterno: De la era de lo sagrado al tiempo de las marcas* (2004).
- *La era del vacío: Ensayo sobre el individualismo contemporáneo* (2003).
- *Metamorfosis de la cultura liberal: Ética, medios de comunicación, empresa* (2003).
- *La tercera mujer: permanencia y revolución de lo femenino* (2002).