

LA CULTURA EUROPEA EN VENTA<sup>1</sup>

«No todos los libros se venden para ser leídos. Algunos... se venden para consulta.» Situada al final de la página 1.301 de *The culture of the Europeans* de Donald Sassoon, esta frase tiene un efecto fascinante. Dada su longitud –bastante más de 600.000 palabras–, tamaño, peso, tipografía y calidad del papel (casi como el papel de India), parece y se percibe como un libro para consultar en pequeñas dosis, y tiene algunas cualidades específicamente enciclopédicas (junto con un buen índice y una bibliografía muy útil). Pero ni reivindica la cobertura enciclopédica ni la alcanza; es explícitamente un libro de tesis, aunque a veces las tesis se quedan a un lado cuando las descripciones del autor comienzan a asumir detalle y extensión. Deslumbrante logro de resumen y síntesis, también es eminentemente legible.

El gesto inicial de Sassoon nos sitúa en el metro de Londres una mañana de diciembre de 2000. Los pasajeros leen periódicos, revistas y libros, hacen crucigramas, quizá echan una ojeada a los poemas intercalados entre anuncios publicitarios; otros escuchan música con diminutos auriculares. «El metro –comenta Sassoon– bulle de cultura consumista.» El mundo de 1800, por contraste, era de una sombría privación cultural: pocos sabían leer o escribir, y la mayoría sólo experimentaba la música en la iglesia o en ocasiones especiales. ¿Cómo llegamos de aquello a esto? El libro registra dos siglos de la «extraordinaria expansión del consumo cultural» entre la población de los países europeos, siguiendo un orden en general cronológico. Las tesis de Sassoon tal vez puedan resumirse como sigue: la cultura es un negocio que prospera mediante la reproducción rentable de géneros y motivos a lo largo del tiempo y del espacio. Después de 1800, su expansión estuvo guiada principalmente por el libro impreso, y sobre todo la novela, y acompañada por los sonidos de un florecimiento musical paralelo y más profundo en los países de habla alemana y en Italia, que reinaron en la ópera. En las primeras tres décadas del siglo XIX, «empieza a aparecer con cierta consistencia un público lector de libros y, junto con él, gran número de imprentas y editoriales, una red de bibliotecas de

---

<sup>1</sup> Donald Sassoon, *The culture of the Europeans from 1800 to the Present*, Harper Collins, Londres, 2006, 1.617 pp.

préstamo y un mercado bibliográfico propiamente dicho». Lo mismo ocurre con las interpretaciones de conciertos y los instrumentos musicales; desde comienzos del siglo XIX, toda familia de clase media tiene o siente que debería aspirar a poseer un piano. Los años transcurridos entre 1830 y 1880 marcan el «triunfo de la cultura burguesa», a medida que la consolidación del mercado facilita una mayor diversificación de los géneros y una consecuente expansión del mercado.

Hacia finales del siglo XIX, sin embargo, los mercados culturales para los libros y la música se ven alcanzados y quizá superados por el consumo de masas posibilitado por la llegada de las nuevas tecnologías de imagen y sonido, el disco (1889) y la imagen en movimiento (1895). La velocidad fue pasmosa: en 1906 París tenía 10 cines, en 1908 eran 87. En Estados Unidos la expansión de la cultura del cine fue aún más drástica: desde «unas docenas» de salas en 1906 hasta 10.000 en 1910. A partir de ese momento, de acuerdo con Sassoon, la cultura ha sido y es cada vez más estadounidense, gracias al poder económico de las multinacionales de medios de ese país y a los recursos de investigación de mercado específicamente representativos, personificados por su población enormemente diversa y basada en la inmigración. El cine y la música grabada están más plenamente insertos en las prácticas empresariales capitalistas que cualquier medio anterior: son más grandes, trabajan con mayor rapidez y obtienen más dinero que nunca antes. El proceso se rige por un ciclo recurrente en el que los modelos europeos se adaptan al mercado de masas estadounidense y después, con el valor añadido garantizado por una tradición de proteccionismo, son exportados de nuevo a un mercado europeo receptivo. Aunque la consideración de géneros distintos del cine y de la música, tales como las bellas artes, podría hacer la relación menos unidireccional, a partir del periodo de entreguerras hablar de Europa es también hablar de Estados Unidos.

Entre 1920 y 1950, este avance estadounidense se produjo en el contexto de la expansión del control estatal sobre las cadenas de radiodifusión: primero la radio, después la televisión. Pero aproximadamente desde 1980, éstas se han visto cada vez más desplazadas o rebasadas por el dominio de los medios planetarios y por la enorme proliferación de claras opciones. Sassoon no lamenta la aparente desaparición del gran sueño vanguardista de efectuar una experimentación radicalmente efectiva de la alta cultura. Evitando la retórica de los «moralistas resueltos» y adoptando el análisis impasible del historiador, parece contentarse con un futuro gobernado por YouTube, el iPod y los *blogs*: «habrá más fragmentación y diversidad» en este mundo de información democratizada y consumidores con más fuerza, pero «no hay más razón para lamentar dicha diversificación que para lamentar el denominado imperialismo cultural del pasado más rabiosamente reciente». Un mundo sin cultura, acaba diciendo, sería «aún más salvaje que aquel al que nos enfrentamos ahora».

Al intentar confirmar estas conclusiones, Sassoon presenta una enorme gama de datos –algunos bastante recónditos– en un *tour de force* de lo

sublime estadístico. Descubrimos, por ejemplo, que la prensa de Transilvania sólo ofreció doce novelas por fascículos en la década de 1870, dieciocho en la de 1880 y treinta en la de 1890, la mayoría de ellas francesas. Pero aunque su análisis está lleno de estadísticas tanto en forma narrativa como de cuadro, Sassoon es adecuadamente escéptico respecto a las pruebas que aportan: hay dudas sobre cuántas novelas escribió realmente Dumas o sobre qué proporción de ellas eran legibles y de hecho se leían, por ejemplo, en Grecia; las listas de los títulos más vendidos en Italia en la década de 1930 bien podrían estar falseadas; las cifras de los países comunistas siempre son dudosas, al igual que, todavía en 1997, las cifras de ventas enormemente discrepantes del mismo libro que se pueden encontrar en fuentes publicadas en los países de origen neoliberales, léase el Reino Unido. Éstos son algunos de los obstáculos que Sassoon tiene que sortear para reunir sus argumentos, y hace una admirable tarea al señalar los problemas de las pruebas sin rendirse en la idea global de sacar sentido a todas las cifras que posee.

Hay tres preguntas relacionadas que este libro me suscita: qué es Europa, qué es la cultura y qué es un mercado. No las planteo con un espíritu de oposición, sino con la esperanza de exponer los puntos fuertes y las limitaciones del proyecto. En primer lugar, Europa. Sería mezquino quejarse de que Albania, Finlandia y otros países pequeños no reciban la misma cobertura concedida a Reino Unido, Francia, Italia y Alemania, cuando la contribución indudable de Sassoon es que aparezcan de hecho. Y tampoco figuran en el papel de mera información no probada: los datos siempre forman parte de un análisis, por ejemplo de la comparabilidad y la traducibilidad de las diversas formas culturales al pasar de mercados nacionales más grandes a otros más pequeños. Algunos podrían, sin embargo, considerar que el creciente dominio cultural de Estados Unidos sobre Europa a partir de la década de 1920 no es una evolución tan simple ni tan indiscutible como él propone, dada la importancia de las empresas de radiodifusión nacionales en el ascenso de la televisión y la radio.

En segundo lugar, lo que Sassoon considera cultura es un asunto difícil: tal vez un título más apto fuese «Algunos componentes de la historia mercantil de la cultura europea» (por recordar un importante ensayo de hace 40 años). Porque en el análisis de Sassoon, «la historia de la cultura [...] es la historia de la producción para un mercado». Se omiten elementos menos obviamente mercantilizados de la cultura tales como la ciencia, la filosofía y la teoría social, al igual que la influencia, por ejemplo, de las guerras napoleónicas. De manera implícita (porque esto no se discute directamente), la historia política importa poco en este libro. Se nos dice, por ejemplo, que a los fascistas alemanes e italianos no les interesó o no pudieron frenar la marea de películas estadounidenses proyectadas en sus cines; no podían «arriesgarse a privar a su público de la principal forma de entretenimiento». ¿O quizá estaban ansiosos por conservar un foro de comunicación masivo para distribuir metraje que ellos pudieran controlar y controlasen de hecho? En dicho relato, los movimientos de importancia

cultural más amplia desaparecen en general de la vista: mencionar las inclinaciones folclóricas de Yeats, por ejemplo, difícilmente equivale a estudiar el nacionalismo literario irlandés. Declaradamente, figuras de vanguardia como Pound y Godard (ninguno de los cuales se menciona) –que se enorgullecen de *no* vender sus productos– también tienen poca representación; aunque, por supuesto, el hecho de que algunos escritores de menor circulación vendan menos libros que otros no los hace culturalmente insignificantes.

Los lectores de *The culture of the Europeans* encontrarán muchas novelas, bastante cultura popular (cómic, periódicos, música pop, espectáculos escénicos, películas, novelas y relatos de circulación masiva), mucha música (ópera y conciertos) y una atención detallada a los medios más nuevos que son la radio y la televisión. Pero hay muy poca poesía, y la atención a la no ficción es mínima, a pesar de que cualquier número regular de un periódico «de calidad» reseña al menos tantos títulos de no ficción como de narrativa. La religión se desecha, aunque se nos dice que el 14 por 100 de todos los libros publicados en «Alemania» en 1835 eran de naturaleza religiosa. El deporte se pasa casi completamente por alto; y sin embargo, no se puede hacer un cálculo serio de la cultura húngara a comienzos de la década de 1950 sin considerar la trayectoria profesional y la imagen pública del Equipo de Oro. Se nos dice que la cobertura televisada de los partidos de la Premier League se come un tercio del presupuesto de BSkyB, pero es la única mención a una cultura futbolística europea que subsiste llenando estadios a un coste inaudito para los espectadores, y vendiendo camisetas y otros artículos. La omisión de las bellas artes, por su parte, se atribuye a que se basa en mercancías no reproducibles. Pero hoy en día prácticamente no se da ninguna gran exposición de arte sin tazas, camisetas, bolsas, catálogos y carteles; por lo tanto, la importancia de exposiciones tan variadas como Boydell, Belzoni o «Sensation» se olvida casi por completo. Además, si para Sassoon un mercado sólo adquiere interés si está compuesto por mercancías reproducibles, el considerable número de páginas que este libro dedica a la ópera y al teatro parecería fuera de lugar.

El libro afirma centrarse, «sin reparos, en la cultura como negocio», pero nos da poca cuenta de cómo funciona; el relato se basa casi por completo en las cifras de venta y distribución. Una forma de analizar un mercado es observar la oferta de las formas culturales: en el caso de los libros, cuáles fueron las tiradas de imprenta, los costes y los precios, y si el formato supone una diferencia; cómo se ha gestionado la distribución y la publicidad; cuándo y cómo se apoderó la investigación de mercados de las diversas industrias de la cultura, y cuál ha sido su efectividad. Poca información de ese tipo aparece en el libro: las pruebas dadas se refieren principalmente al consumo. Pero es importante saber qué pensaban los investigadores que ocurriría y qué habían planeado. En cine, por ejemplo, *Heaven's Gate [La puerta del cielo]* de Michael Cimino recibió una importante financiación, pero resultó un fracaso, mientras que a James Cameron le costó reunir el dinero suficiente para producir lo que se convertiría

en su gran éxito, *Titanic*. Muchos de los momentos distintivos de la cultura son imprevistos; no se deben a una estrategia de mercado racional. Si observamos sencillamente qué ocurrió, obtenemos una historia escrita principalmente por los ganadores. Sassoon sostiene que la cultura funciona como subconjunto del capitalismo en general, en el aspecto de que «se alimenta de sí misma y es ilimitada», está inevitablemente dirigida hacia la circulación planetaria y «es el mecanismo para su propio crecimiento posterior». ¿Acaso su historia está, pues, como la del capital, llena de cadáveres, desangrados por fuerzas vampíricas y vaciados de toda conexión con el trabajo concreto? Si es así, ¿dónde están? Es difícil escribir sobre el silencio de las formas muertas, desde luego, pero cierto registro de los fracasos nos hablaría en igual medida del negocio de la cultura y de cómo reducen sus pérdidas quienes se benefician de ella.

Toda producción cultural es un riesgo, de acuerdo con Sassoon, y procede siguiendo el método del ensayo y el error. Incluso los Estados fascistas sólo pueden prohibir libros, no pueden obligar a nadie a leer los que ellos permiten. Escribe bien sobre el conservadurismo que resulta de la conciencia de que toda inversión en cultura es un riesgo: éste es uno de los elementos más convincentes del libro, ya que explica cómo se construye el éxito sobre el éxito. Lo que sale nuevo al mercado tiende a ser un pastiche de lo que antes se ha vendido bien, como clásicamente se puede observar en la historia de los relatos de detectives. Un proceso similar se da entre diferentes medios: la película sobre el libro o el libro sobre la película, la conversión de las novelas de Zola en obras teatrales más rentables, las vidas paralelas de las tiras cómicas y el cine y, lo más barato de todo, la redistribución de los discos de vinilo en forma de CD prácticamente sin gastos añadidos. En contraste con el lamento común de que el ascenso de una forma cultural inevitablemente supone el descenso de otras, como si hubiera que compartir una cantidad finita de atención, Sassoon demuestra que, a menudo, la de los diferentes medios es una historia de ayuda mutua. Así, en la década de 1930, los diarios populares británicos ofrecían a sus lectores series baratas de Dickens; el cine y el teatro tienden a emplear a muchos de los mismos actores, y la televisión salva películas proyectándolas en la pequeña pantalla. Sugiere principalmente que esto es bueno, en lugar de considerarlo una prueba del efecto monopolizador que cada medio tiene al hacerse simplemente eco de los protocolos y quizá de los contenidos de los demás.

Contenido: si la palabra *ideología* aparece alguna vez en estos cientos de páginas, yo no la he visto. El término ha sido definido de distintos modos y enormemente discutido; los propios debates son un indicador de la dificultad de defender un solo modelo integral de cómo un objeto cultural refleja o refracta su momento sociohistórico. De ahí la reciente preferencia por el «discurso», que parece prometer un concepto más manejable e independiente de cualquier necesidad de lidiar con caballos de batalla teóricos tales como «base» y «superestructura». Un análisis estadístico puro podría razonablemente sentirse capaz de eludir este campo de minas terminológico

a cambio de simplemente dar cifras. En tal caso, sin embargo, necesitará tener cuidado al hacer conjeturas sobre causas y consecuencias, no vaya a ser que descubra que términos como «mercado» y «negocio» no son unos fundamentos más seguros que aquellos a los que se supone que deben desplazar.

*The culture of the Europeans* realiza una serie de afirmaciones sobre causa y efecto. Verdi, por ejemplo, acaba pareciendo un inversor inteligente que hace el uso más rentable y consciente del análisis de mercado. La ópera italiana se volvió dominante gracias al tamaño y la fuerza de su mercado interior, y después pudo lanzarse al ámbito planetario (o al menos por toda Europa) tomando sus relatos y sus ambientaciones del extranjero en «una activa búsqueda de reconocimiento mundial». ¿Por qué? ¿Es ésta la mano invisible de una empresa capitalista que debe expandirse o perecer? ¿Una respuesta a la saturación del mercado interior? ¿Es lo mismo que la popularidad paneuropea de la novela histórica anticipada por Walter Scott? El patrón de la expansión creciente de los mercados seguramente sea creíble, pero nunca está abierto al debate. Su aplicabilidad, por lo tanto, parece empírica y casuística, y en algunos puntos se sostiene (como en el caso de las comedias de situación televisivas) que el mercado interior es lo que cuenta, porque los artículos no funcionan bien para la exportación. Muchos de los grandes personajes de Julio Verne eran extranjeros, y películas estadounidenses como *Casablanca* estaban interpretadas casi completamente por actores y productores no nativos, aunque financiadas por estadounidenses. ¿Pero qué garantiza el atractivo de los actores y de los personajes extranjeros? Y si no hay tales garantías, ¿cómo y dónde podemos encontrar si dichas elecciones fueron deliberadas?

En otros momentos se dice que los «efectos especiales» de las películas estadounidenses, no su reparto internacional, son la principal fuente de atractivo para un público mundial. ¿Por qué iban los efectos especiales a atraer más, pongamos, que las escenas de amor? A este respecto sería útil un análisis más profundo de si los mercados culturales son racionalmente predecibles y cómo, o si son desesperadamente irracionales. El propio Estados Unidos, en la actualidad fuente de la mayor parte de la cultura mundial, es para Sassoon una prueba perfectamente adecuada de que «los países hegemónicos son provincianos, introvertidos y narcisistas», como evidencian los «datos» de que el 91 por 100 de los libros vendidos allí están escritos por autores estadounidenses y casi ningún programa extranjero aparece en la televisión estadounidense. Habría sido interesante ver algún análisis del procedimiento por el cual las supuestas estrategias de mercado cosmopolitas del cine de Hollywood coinciden o no con este estado deprimente del mercado interior de Estados Unidos.

El grado en que este tipo de análisis es inevitablemente a posteriori provoca cierta tautología en algunas de las conclusiones de Sassoon: las cosas ocurren porque ocurren. Así pues, el dominio de Francia y Gran Bretaña en la producción cultural del siglo XIX dependió de la «capacidad [de ambos países] para producir mercancías culturales de prestigio y popula-

ridad». El éxito del teatro en la era de la televisión se atribuye a que ofrece al público algo que «no podría obtener de la pantalla del televisor en casa», pero si el teatro estuviese muriendo, se podría argumentar exactamente lo contrario, y la televisión tendría la culpa. ¿Qué norma explica el deseo de algo distinto y no más de lo mismo? En un punto se nos dice que «la era del nacionalismo produjo un cosmopolitismo entre las clases medias, que mostraron un creciente interés por otros países», pero podríamos con igual facilidad sostener lo contrario si estuviéramos explicando algún ejemplo de estrechez de miras militante, como la quema de libros fascista. Y tampoco me convenzo de que la introducción de la música grabada hiciese que los compositores serios «se vieran obligados a innovar radicalmente para distinguirse de sus predecesores»: como el libro sostiene en otra parte, la llegada de la grabación debió de maximizar la tentación de copiar, con las mínimas variaciones, las fórmulas probadas y seguras de las grabaciones de mayor éxito. Las cosas ocurren, y nosotros intentamos explicarlas, pero no tenían por qué haber ocurrido.

Pienso que Sassoon aceptaría esto: todo es un riesgo, nada es inevitable. La virtud de hacer números no es que se ofrezca toda la imagen, sino que las tendencias más amplias aparecen relativamente despejadas de las complejidades locales del espacio y el tiempo. Pero los números no bastan para obtener una historia legible; debe haber también conjeturas fértiles. A ningún crítico literario le impresionará que le digan que el éxito de *El Quijote* puede explicarse por su apertura «a una variedad de interpretaciones». Asombrosamente, se dice que la baja estima por las películas alemanas en la Francia de 1944 debe «poco a los sentimientos antifascistas; se trataba sencillamente de que las películas históricas y las operetas ligeras alemanas no eran del gusto francés».

Las afirmaciones de Sassoon se basan en el llamamiento a un mundo de datos. Hay poca afectación teórica o dedicación a quienes han teorizado grandes partes de los materiales cubiertos por el libro. A Franco Moretti lo cita sólo como proveedor de estadísticas útiles y nunca como fuente de polémicos debates sobre la mundialización de la forma novelística; a Braudillard no lo menciona, lo mismo que a Walter Benjamin, Friedrich Kittler, Pascale Casanova y Manuel Castells, entre otros. También faltan las investigaciones más profundamente detalladas de Peter Garside y James Raven, en las cuales, por ejemplo, Moretti se basa muy agradecidamente.

Obviamente tiene que haber errores y omisiones en un proyecto de esta escala, que debe basarse en fuentes secundarias que no pueden comprobarse o reevaluar durante la vida de un solo especialista. Robert Burns no escribía en gaélico como se dice en el libro, y Shakespeare no fue aceptado como *el* escritor inglés a mediados de la década de 1600, sino un siglo después, como el propio Sassoon sugiere en otra parte. Los poetas victorianos y eduardianos difícilmente podían verse «olvidados» cuando se encontraban, como Kipling y Tennyson, incluidos en el programa de estudios escolar y millones de personas los memorizaban. Y aunque los «grandes dic-

tadores del periodo de entreguerras» no se dirigían *con regularidad* al público a través de la radio, lo cual los libró de ser considerados parte del negocio radiofónico, ¿no fueron culturalmente interesantes las ocasiones en las que lo hicieron para enormes cantidades de personas? Un tipo de problema más amplio lo plantea la presteza del autor a la hora de proponer resúmenes generales no demostrados, como cuando afirma que, dado que Estados Unidos no disponía de un «mercado de masas variado» antes de 1880, desde el punto de vista cultural «seguía siendo una colonia». Implícita está la tesis sobre la relación análoga de los movimientos de independencia nacional con la cultura impresa de masas, pero no llega a anunciarla o comprobarla como elemento rector de la esfera de la independencia cultural. No se pueden resumir las identidades culturales de Melville y Whitman observando simplemente que, al ser escritores de herencia «anglosajona», estaban encadenados a los modelos culturales británicos.

Si el análisis que Sassoon hace de los distintos escritores sigue siendo un tanto selectivo, hay estudios atractivos sobre Zola, Scott, Sue, Dickens, Dumas, Hugo, Verne y Ségur, por quedarnos sólo en la esfera de la narrativa. A Zola se le dedica un capítulo entero, hacia la mitad del libro. ¿Fue él quizá el último escritor de alta cultura que gestionó su propia obra como su propio negocio, y, en cuanto tal, el icono de cierta nostalgia por los días en los que el negocio parecía tener nombres y rostros visibles, y en los que lo que traspasaba las fronteras nacionales era de indiscutible sustancia crítica? El veredicto de Sassoon sobre las consecuencias del asunto Dreyfus en la reputación de Zola tiene en conjunto un tinte más contemporáneo: lo «hizo famoso, lo convirtió en un nombre de marca».

*The Culture of the Europeans* analiza una muestra más amplia de subculturas de lo que uno tiene derecho a esperar en un solo libro. La bibliografía y las fuentes deberían proporcionar documentación complementaria indispensable de un área determinada. Sobre todo, debería resaltarse que el análisis histórico de Sassoon nunca desciende a una mera enumeración de datos interesantes. Incluso los detalles de las publicaciones seriales en Transilvania tienen su lugar en un análisis más sostenido. Ya sea sobre la televisión en la Rusia soviética, sobre la música pop en la RDA o sobre la aparente tolerancia de la circulación de películas estadounidenses por parte de los Estados fascistas, no puedo imaginar que haya un lector que no aprenda algo de este libro ambicioso y complejo.