

# 13 RUE DE LA CULTURA

(Y la niebla de lo digital)

La **implantación irreversible de internet** en todos los ámbitos vitales es analizada en un atractivo ensayo, entre la crítica cultural y el cómic.

**JOSE DURÁN RODRÍGUEZ**

Mery Cuesta (Bilbao, 1975) ha querido encontrar respuestas a cómo la innovación tecnológica está cambiando la manera de acercarse a, producir y consumir cultura. Lo ha hecho sin prisa y publicando el resultado de sus intuiciones en una edición impresa –ien papel!, no en Tumblr, ni en un vídeo en Periscope, ni en 140 caracteres–. A contracorriente de lo que mandan los cánones de las últimas semanas, que no tienen por qué ser los que imperen a finales del verano.

*La Rue del Percebe de la cultura* (consonni, 2016), un atractivo híbrido entre el ensayo crítico y el cómic, expone las hipótesis de Cuesta sobre los efectos que lo digital tiene en el consumo cultural y, al fin y al cabo, sobre las

relaciones personales. Su punto de partida es la transformación continua, que identifica como la principal seña de identidad de la cultura digital y que dificulta la teorización con carácter definitivo y académico, algo de lo que Cuesta rehuye.

Ese cambio permanente explica en parte la incomodidad –“ambigüedad de sentimientos”, precisa a *Diagonal* la crítica y comisaria de arte– que despierta el uso cotidiano de tecnología en quienes nacieron antes de la implantación de la cultura digital, un nuevo entorno que ella dibuja como sedante. “Las generaciones anteriores a la brecha digital tenemos una clara tendencia a plantearnos las opciones en clave moral como buenas o malas”, reconoce. Y puesto que no sabemos si

es bueno o es malo, “nos instalamos en el confortable terreno del cambio. Éste es el paradigma del cambio continuo por el que nos regimos hoy, una óptica filosófica que admite que todo es pura transformación, que nada es bueno ni malo, sólo estamos en un flujo suspendido. Este quedarse con la tibieza –no diremos que los *whatsapp* son malos para no parecer carcas evocando formas de comunicación anteriores a la era digital– crea un estereotipo que es el del neopasota, por así decirlo. La cultura digital tiene algo de contexto anestésico”, diagnostica Cuesta.

Para describir esta nueva cultura, la autora recurre a los efectos que provoca su consumo, caracterizados por la bulimia y el completismo, que llevan a un

encuentro epidérmico y a un aprovechamiento superficial. Como otra de sus consecuencias relevantes, señala que la expansión digital ha contribuido a emborronar las diferencias entre alta cultura, oficial, popular y subterránea (*underground*), tirando abajo el edificio establecido. Para explicarlo, Cuesta emplea una imagen poderosa –“la gran protagonista del ensayo”, asegura–, la de la niebla que se introduce por igual en todas las estancias de ese edificio, hasta entonces compartimentado en varias plantas. “En el seno de la cultura digital, todos los contenidos se ofrecen por un mismo canal, la pantalla, y con un mismo lenguaje, que es el audiovisual. Esto hace que estas categorizaciones vayan dejando de tener vigencia y sentido. Las consecuencias son fáciles de ver: es tan fácil como hablar un rato con algún *millennial* y nos daremos cuenta enseguida de esta ausencia de criterios de medición del hecho cultural en base a lo alto y lo bajo, entre otros efectos”, analiza la autora, que también añade otra secuela: la desaparición de la cualidad de secreto que caracterizaba al *underground* como mito cultural. En internet no hay vida subterránea, todo está en la superficie. “Se queda entre nosotros como categoría estética, como un sinónimo de aquello que es espontáneo y precario. Pero, en espíritu, ser *underground* hoy pasa por no aparecer en internet”.

**“El capitalismo encuentra en la cultura digital un acomodo ideal para emprender una nueva fase”**

Este turbulento y neblinoso ambiente cultural no incomoda, ni mucho menos, a quienes tienen la sartén por el mango y no piensan soltarla. En su opinión, “el capitalismo encuentra en las lógicas de la cultura digital un acomodo ideal para emprender una nueva fase, pues en su seno se permite, primero, que se produzcan cristalizaciones como las fusiones entre marca y consumidor propiciadas por él mismo, y segundo, y más importante, se transmite una sensación de libertad para el individuo”.

Cuesta identifica en esa pretendida sensación liberadora la clave de por qué internet representa una fase más avanzada del capitalismo: “Es la famosa ‘democratización’ de la cultura que tanto se jaleó en los 90, y que a día de hoy es obvio que ha resultado ser un camelo, porque ni en internet se puede poner de todo, ni la circulación es libre. Y aún más allá: los pasos del usuario en ese estrecho cerco en el que se puede compartir contenidos son, además, atentamente observados por marcas y corporaciones para rentabilizarlos y sacarles partido. Internet es esa cubeta planetaria que ofrece un seguimiento detallado de los movimientos de los pececillos”. //

**MERY CUESTA**  
dibuja el nuevo ambiente de la cultura.

