

12 15 2011 Last update 10:52:09 PM "¡Despidan a esos desgraciados!", de Jack Green

BUSCAR



PORTADA CRÍTICAS DE CINE ENTREVISTAS CINE CLÁSICO LIBROS OPINIÓN TEATRO DISEÑO CÓMIC  
TELEVISIÓN EXPOSICIONES

## "La conquista de lo cool", de Thomas Frank

MARTES 13 DE DICIEMBRE DE 2011 22:28 GUZMÁN URRERO  
LIBROS

Me gusta

Twitter

0

Qué cosas. Te pasas la vida creyendo que la contracultura es –o fue– una reacción contra el sistema, y resulta que, tal y como hoy la percibimos, también es hija de la publicidad y de otras felices emboscadas de la era del consumo.

Ésa es la historia que nos cuenta este libro extraordinario, *La conquista de lo cool. El negocio de la cultura y la contracultura y el nacimiento del consumismo moderno*, del crítico cultural **Thomas Frank**: un ensayo fundamental, en el que descubrimos que el *underground* y el hippismo –venero de rebeldías más recientes– se expandieron y estilizaron gracias a los creativos publicitarios de los años sesenta. O quizá podamos plantearlo a la inversa: el capitalismo se reinventó a partir de aquella década, por medio de la autocritica, absorbiendo cualquier corriente que fuera en contra del conformismo social.

A pesar de su aire revolucionario y de su obvia deriva política, podemos reconocer en la genética de los últimos movimientos contestatarios algunos de los principios y emociones que también seducen a los alumnos de los másters de gestión empresarial. Supongo que eso incomodará a los buscadores de lo genuino, a los intransigentes y a los radicales, pero el signo de los tiempos es así de contradictorio y frívolo.

En cierto sentido, al crear estos márgenes de aparente indisciplina, el ecosistema capitalista se mantiene en orden sin dejar de incentivar a nuevos consumidores. Dicho de otro modo: las mismas agencias que fomentaban la compra de cigarrillos y lavadoras en los cincuenta y los sesenta –¿alguien está pensando en *Mad Men*?– reinventaron el *flower power* y la pose bohemia, y encauzaron toda esa parafernalia juvenil hacia el consumo. Por esa vía, **las que potencialmente eran fuerzas contestatarias se convirtieron en una alternativa más dentro del *mainstream*.**

*La conquista de lo cool* lo descubre analizando una vertiente de nuestra cultura que no siempre es atendida con el debido rigor por los académicos. "En la cultura de masas –escribe Frank– no es difícil hallar truculentas imágenes de la traición y los excesos de los años sesenta. La fábula de los soldados de Vietnam, tratados injustamente por partida doble –traicionados primero por los sectores liberales y pacifistas del gobierno, y despreciados más tarde por los miembros del combinado Nueva Izquierda/contracultura– se ha erigido en arquetipo cultural en las películas de Rambo y desde entonces ha pasado a ser un cliché tan habitual que para invocarlo –con la consiguiente indignación– basta con que se mencione alguna que otra referencia básica. (...) Pese a las opiniones de los dirigentes republicanos, **la cultura contestataria de la juventud continúa siendo un contexto idóneo para las empresas, que lo aprovechan para promocionar no sólo unos productos en concreto, sino la idea de cómo ha de ser la vida en la revolución cibernética.** Las fantasías comerciales de rebelión, liberación y «revolución» contra las exigencias asfixiantes de la sociedad de masas se repiten hasta el punto de pasar totalmente desapercibidas en los anuncios de publicidad, las películas y los programas de televisión".

Aceptemos el hecho consumado. El mismo autobús multicolor que transportaba a los *merry pranksters* de Ken Kesey le sirvió a Coca-Cola para vender refrescos de fruta. A ese ejemplo, el

NEWSLETTER SEMANAL  
SUSCRÍBETE A NUESTRO BOLETÍN EXCLUSIVO

Nombre

Correo electrónico

REGISTRO

BAJA DEL REGISTRO



Búscanos en Facebook

Cuadernos de Cineyletras

Me gusta 7,156

Programas de Facebook



Los ojos sin rostro (1960) es uno de los films admirables y poéticos de Georges Franju, que Almodóvar se inspiró en esta película rodar *La piel que habito*?

LEER MÁS #

autor suma cien más: "Las zapatillas Nike –escribe– se venden con las palabras de William S. Burroughs y las canciones de los Beatles, Iggy Pop y Gil Scott Heron («La revolución no será televisada») de fondo; los símbolos de la paz decoran las cajetillas de una marca de cigarrillos manufacturada por R. J. Reynolds y las paredes y ventanas de las cafeterías Starbucks de todo el país; los productos de Apple, IBM y Microsoft se venden como aparatos liberadores y la publicidad de cualquier clase de objetos incita a los consumidores a desobedecer las normas y a buscarse a sí mismos".

¿Es casual –añado yo– que nuestros indignados defiendan algo tan consumista como la libre descarga de contenidos en Internet? ¿No es revelador el hecho de que los movimientos subversivos juveniles sean difundidos y domesticados por las *majors* de la industria de la música?

Tras leer el libro de Frank, no volvemos a ver nada de esto del mismo color: ni la revolución individualista de los sesenta, ni las subversiones existenciales, ni siquiera el noble idealismo de una época que aún mitificamos con evidente satisfacción.

Al final, los lemas transgresores aparecen bajo un logo corporativo, y los supuestos gurús de la revuelta –incluidos los actuales comparsas de la murga– se benefician de patrocinadores comerciales.

Como ven, hay libros que le reconcilian a uno con el pensamiento crítico, y este es uno de ellos. Corran a comprarlo antes de que se agote.

*Copyright del artículo © Guzmán Urrero. Reservados todos los derechos.*

*Copyright de la imagen © Alpha Decay. Reservados todos los derechos.*

Me gusta Twitter 0

### Añade tu comentario

Nombre (requerido)

E-mail (requerido)

Sitio web

Restan: 1000 símbolos

Suscribirse a la notificación de nuevos comentarios



Refrescar

Enviar

ARTÍCULOS RELACIONADOS

LO ÚLTIMO



Arthur Christmas: Operación Regalo



Magia, humor y un regalo sin entregar

#### MÁS ESTRENOS

- In time ★★★★★
- Jane Eyre ★★★★★
- Acero puro ★★★★★
- Attack the Block ★★★★★

TODAS LAS CRÍTICAS +



Rupert Sanders es uno de los mejores reas publicitarios del panorama actual. ¿Te ima cómo ha adaptado este cineasta el clásico de Blancanieves?

LEER MÁS +

#### LAS PELÍCULAS MÁS ESPERADAS

