

CAPÍTULO UNO



UN MECANISMO CULTURAL
INAGOTABLE: LA GESTIÓN
EMPRESARIAL Y LA REVOLUCIÓN
CONSUMISTA DE LOS SESENTA

¿Para qué hacemos esta clase de publicidad sino
para incitar al pueblo a la revolución?

Un redactor publicitario de Nike, 1996

Mientras Estados Unidos continúe dividido por guerras culturales, los años sesenta seguirán siendo un terreno histórico conflictivo. Aunque la memoria popular de esa época sea cada vez más vaga y se haya generalizado —desde el rock clásico de las radios hasta los programas televisivos conmemorativos de los disturbios en Chicago de 1968—, de un modo casi instintivo asociamos los sesenta con la década del gran cambio, con la cuna de nuestra cultura y con la patria de lo que está de moda; con una era de gustos, descubrimientos y pasiones que, pese a sus orígenes poco claros, ha configurado de muchos modos el mundo en el que estamos condenados a vivir.

Para muchas personas, el mundo que nos legaron los sesenta es un mundo claramente infeliz. Aunque reconocen el triunfo de los movimientos antimilitaristas y de defensa de los derechos civiles, los libros sobre esa época, con títulos como *Coming Apart* ('La debacle') (1971) y *The Unraveling of America* ('Desuniendo Estados Unidos') (1984), suelen retratar aquella época como un decenio de decadencia, como el desvanecimiento de una era dorada de consenso y el ocaso de un periodo paradisiaco de valores compartidos y seguro centrismo. Aun así, esta imagen de declive social es bastante optimista si se compara con las memorables y feroces acusaciones que se han hecho contra esa década en los últimos años. Según Allan Bloom —que en *El cierre de la mente moderna* narra con cruda amargura las revueltas estudiantiles en 1969 y la capitulación de la Universidad de Cornell—, las barbaridades que cometió la Nueva Izquierda universitaria fueron una catástrofe para el mundo intelectual, tan solo comparables con las represalias tomadas contra los profesores alemanes durante el régimen nazi. En el capítulo titulado «Los años sesenta», Bloom

escribe: «No sé de nada positivo que nos haya legado aquel periodo. Para las universidades fue un desastre absoluto». Durante años, frases como «Llámenlo Núremberg o Woodstock, el principio es el mismo», y la acusación al entonces rector de la Universidad de Cornell de tener «la misma catadura moral que los que estaban furiosos con Polonia por resistirse a Hitler y precipitar así la guerra», fueron la crítica más feroz lanzada hasta entonces contra aquella década,¹ aunque más tarde esa crítica sería superada en otros textos.

En 1996 estaba de moda culpar a aquella época no solo de lo ocurrido en las universidades, sino también de crímenes tan exagerados como la desaparición del «civismo» y, ya puestos, de prácticamente todo lo que en general pudiera criticarse de Estados Unidos. Según Robert Bork, los sesenta consiguieron nada menos que inclinar el país hacia Gomorra (de ahí el título de su libro, *Slouching Towards Gomorrah* [‘La deriva hacia Gomorra’]) por culpa del «nihilismo revolucionario» de la década y de la cobarde «rendición de la clase dirigente», los radicales culturales «y su ideología están hoy por todas partes» (una ficción que, aunque Bork no lo advierta, parafrasea la fantasía revolucionaria de Jerry Rubin de 1971, *We Are Everywhere* [‘Estamos por todas partes’]).² Los políticos de la derecha, crecidos por el triunfo en las elecciones de 1994, también identifican los sesenta —término que utilizan como sinónimo de «contracultura»— con la raíz de todas las formas imaginables de la plaga social de la que se han comprometido a librar al país. Peggy Noonan, redactora de discursos de corte republicano, habla directamente de «hundimiento», y exhorta a los lectores de una reciente antología de textos conservadores a que «recuerden su infancia feliz en las ciudades o en los barrios residenciales de las afueras», cuando «estaban seguros» y «en las ciudades se vivía mejor», antes de que «la sociedad se tensara y fracturara» en medio de las tormentas de egoísmo de los sesenta.³ Newt Gingrich, antiguo profesor universitario de historia, es el más aplicado y acérrimo adversario

de los años sesenta, que retrata como una época de «McGoverniks contraculturales»,* a quienes acusa no solo de la pérdida de los valores tradicionales y de las múltiples fechorías de la Nueva Izquierda, sino también —de manera ilógica y anacrónica— de las odiadas políticas sociales de la Gran Sociedad promovidas por el presidente Johnson. El periodista Fred Barnes cuenta del siguiente modo la «teoría de la historia de Estados Unidos» que le explicó Gingrich:

Los años sesenta representan una ruptura crucial o «discontinuidad». Desde 1607 hasta 1965, «una serie de características fundamentales se repiten a lo largo de la historia de Estados Unidos. Así fue hasta que la Gran Sociedad lo echó todo a perder: no trabajéis, no comáis; vuestra salvación es espiritual; por definición, el gobierno no puede salvar vuestras almas; los gobiernos se ocupan de arreglar las cosas, y todas las buenas reformas implican una transformación». Más tarde, desde 1965 hasta 1994, hicimos cosas extrañas como país. Ahora que todo eso ha quedado atrás, debemos sobreponernos. La contracultura es una aberración puntual en la historia de Estados Unidos y se recordará como un pintoresco periodo bohemio que sedujo a las élites nacionales.⁴

La versión conservadora de «los sesenta» no carece de interés, y menos aún si se trata del testimonio de repulsa de alguien destacado hacia la cultura de toda una época. No obstante, esta visión pierde su valor como relato histórico desde el momento en que insiste en ver «los sesenta» como una fuerza causal en sí y por sí misma, y —curiosamente— desdibuja las líneas divisorias entre varios actores históricos: aquí «contracultura» equivale a la Gran Sociedad, lo cual equivale a su vez a la Nueva Izquierda, que equivale también a «la generación de los sesenta» y, misteriosamente, a todas ellas las movía el impulso de destruir la cultura occidental. Bork es particular-

* McGovern fue candidato demócrata a la presidencia en las elecciones de 1972, que ganó Nixon.

mente dado a esta historiografía chapucera, hasta el punto de sostener que los sesenta ni siquiera se ciñeron a su propia década. «Fue una década maligna —escribe—, que, tras un periodo de remisión de quince años, resurgió en los ochenta para sembrar de metástasis nuestra cultura, con más virulencia aún que en los sesenta, y no de manera tumultuosa, sino silenciosamente, impregnando las creencias morales y políticas de los que hoy controlan y dirigen nuestras principales instituciones sociales». ⁵ Lo más cerca que han estado autores más recientes como Bork, Bloom, Gingrich y sus colegas de ofrecer interpretaciones sobre los sesenta, ha sido cuando han recuperado alguno de estos razonamientos retrógrados: los sesenta como un drama moral de utópicos milenaristas que pretendían hacer encajar sus ideas imposibles en la realidad; los sesenta como una época de sobreabundancia; los sesenta como una época de desequilibrio y en permanente guerra generacional. En última instancia, los sesenta como el resultado del error del pediatra Benjamin Spock, que en los lejanos años cincuenta persuadió a los padres norteamericanos de que sobreprotejeran a sus hijos.

Pese a sus defectos, la visión conservadora de los sesenta «como una catástrofe» ha tenido cierto éxito social. Tanto el libro de Bloom como el de Bork fueron grandes éxitos de ventas. Y, en algunos barrios, la sola mención de los hippies o de los años sesenta incluso puede llegar a provocar ataques de rabia contra lo que muchos todavía consideran que fue «la era de la traición cultural». En los barrios residenciales blancos del Medio Oeste es tan frecuente oír declaraciones sobre aquella época —y sobre aquellos odiosos hippies—, que pensar así parece ser una especie de condición *sine qua non* para pertenecer a la clase media de una determinada edad; los debates políticos del país continúan centrados en los ataques contra los sesenta y los hippies, aunque no de un modo tan eficaz como lo fue acosar a los rojos. Un incidente que ensombreció la campaña de las elecciones legislativas en 1996 al sur de Chicago

consiguió despertar ambos odios a la vez. El candidato demócrata era sobrino de un comunista reconocido y el preferido por los todavía odiados hippies de California, algunos de cuyos representantes fueron fotografiados (junto con el famoso autobús de Ken Kesey, «Furthur») mientras se manifestaban colocados, bailando y llevando carteles del candidato demócrata en cuestión.⁶

En la cultura de masas 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.⁷ *Forrest Gump*, película estrenada en 1994 con un éxito inaudito, estereotipó el resto de las ideas conservadoras de la década. Esta película dirigió una mirada particularmente malévola a los movimientos juveniles de los sesenta y retrató a sus líderes (un demagogo inspirado en la figura de Abbie Hoffman, un siniestro grupo de Panteras Negras y un comisario político de los Students for a Democratic Society ataviado con una guerrera nazi conforme a la visión de Bloom) como perversos charlatanes y arquitectos de una locura nacional de la que los personajes de la película solo logran recuperarse durante la benévola presidencia de Ronald Reagan.

Pero permanezcamos atentos un rato más y veremos aparecer en pantalla un mito y un significado diferentes de la contracultura. 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 solo unos productos en concreto, sino la idea de cómo ha de ser la vida en la revolución cibernética. Las fanta-

sías 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. Mientras para algunos el autobús multicolor de Ken Kesey es un recordatorio espantoso de una catástrofe nacional, a Coca-Cola le sirvió como perfecto instrumento para promocionar Frutopía, su línea de refrescos de fruta, y así puso a circular réplicas del vehículo por todo el país con el fin de generar un interés por estas bebidas alternativas. Las zapatillas Nike 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 objeto incita a los consumidores a desobedecer las normas y a buscarse a sí mismos.⁸ La industria de la música continúa rejuveneciendo mediante el periódico descubrimiento de nuevos y cada vez más subversivos movimientos juveniles, por no hablar de nuestro mercado televisivo, que es un carnaval las veinticuatro horas del día, un escarapate de transgresión e inversión de valores en el que caben patriarcas humillados y puritanos horrorizados, guitarras estridentes y jóvenes libidinosos, modas siempre desafiantes, coches que atropellan los convencionalismos y zapatos que nos permiten ser nosotros mismos. No faltan los autodenominados «empresarios revolucionarios» que, lógicamente atraídos por el imaginario de la cultura juvenil, al definir el nuevo y acelerado orden capitalista en revistas como *Wired* y *Fast Company*, se presentan como auténticos insurgentes contra el sistema. Esta versión del mito de la contracultura está tan difundida que hasta aparece en las mismas fuentes que arremeten contra la contracultura histórica. Del mismo modo que Newt Gingrich

aprueba la revolución individualista a la vez que desprecia la contracultura, *Forrest Gump* retrata a John Lennon y a Elvis Presley en sus habituales papeles de héroes populares e incluye temas de rock and roll en su banda sonora, así como dos escenas en las que Gump, en su visita a varios jefes de Estado, se aprovecha grotescamente de su generosidad oficial (al beberse quince botellas de agua con gas en una sola escena en la Casa Blanca) y les confía las tribulaciones de sus partes pudendas. Hasta hace un calvo a Lyndon Johnson, acaso el máximo gesto contracultural.

Por más humo que echen los conservadores, este segundo mito es mucho más fiel a lo que muchos reputados académicos y escritores aceptan como la versión oficial de la década. La cultura dominante del momento era átona, mecánica y uniforme. La revuelta que provocó la juventud representó un renacimiento cultural no solo feliz sino glorioso, pese a que al mismo tiempo no tardó en convertirse en la cultura dominante. Rick Perlstein resume la versión oficial de lo ocurrido en los sesenta con la «hipótesis de la decadencia», según la cual: «Mientras los cincuenta seguían entonando la misma cantinela aburrida, empezaban a surgir brotes de signo contrario en las mentes más brillantes de una generación criada en un clima de prosperidad sin precedentes, aunque muy influida por las subversiones existenciales de los beats y la revista satírica *Mad*».⁹ Esta historia terminó con el noble idealismo de la Nueva Izquierda en ruinas y con la venta de la contracultura a las cadenas de televisión y a Hollywood.

Esta versión estandarizada del mito de la contracultura se ha aceptado con tanta naturalidad que, en el vigesimoquinto aniversario del mayor triunfo histórico de la contracultura, apenas hubo que explicar la idea que tuvo un grupo de especuladores culturales y patrocinadores comerciales (con Pepsi al frente) que unieron sus fuerzas para celebrar un segundo festival de Woodstock. Esta vez, sin embargo, los tintes comerciales fueron tan exagerados que la prensa lanzó un torrente

de insultos sobre esta iniciativa empresarial, no porque amenazara los «valores tradicionales», sino porque deshonraba el recuerdo del original y apoteósico Woodstock. Se dijo que Woodstock II era un mero acto de explotación comercial, una bochornosa feria de logos corporativos para promocionar y vender producto, mientras que el festival de 1969 se recordaba como un entrañable acontecimiento fruto de la inocencia juvenil y del idealismo más espléndido.

Por muy conflictivo que parezca, las dos versiones de la cultura de los sesenta coinciden en una serie de puntos básicos. Ambas aceptan lisa y llanamente que la contracultura era justo lo que decía ser: uno de los mayores adversarios del orden capitalista. Además, tanto los detractores como los partidarios de la contracultura dan por sentado que esta es el símbolo apropiado —si no la verdadera causa histórica— de los grandes cambios sociales que transformaron Estados Unidos y que modificaron de modo definitivo las prioridades de los norteamericanos. Por otro lado, ambas posiciones coinciden en que tales cambios representaron una ruptura o separación radical de las costumbres de entonces y en que dichos cambios fueron tan transgresores, amenazantes y revolucionarios como los propios protagonistas de la contracultura los consideraron. Y lo que es aún más crucial para nuestro propósito: todas las narraciones de los sesenta giran en torno a grupos que se supone que eran así de transgresores y revolucionarios, y dichas interpretaciones consideran que la cultura de las empresas estadounidenses pasó a ocupar un espacio periférico, si es que la llegan a tener en cuenta. Aparte del ocasional proveedor de estereotipos y teorías conspirativas, prácticamente a nadie le ha interesado contar qué fue de los directivos ni de los vecinos de los barrios residenciales que, un buen día, vieron que habían desafiado su autoridad y puesto en tela de juicio sus paradigmas.¹⁰ Sean conservadores o radicales, los narradores de la historia de los sesenta suelen dar por sentado que la empresa representaba un corpus estático e inmutable de convicciones,