

## LA ELIMINACIÓN DEL AURA DE LA CULTURA

En el tiempo posbíblico Dios es llamado «lugar».

PETER HANDKE

Quizás inconsciente, o solo preconscientemente, el eslogan de Microsoft, *Where do you want to go today?*, registra una ruptura sísmica en el ser. El *go* marca una cesura, el fin de un *aquí* particular. La sentencia de Linux (*Where do you want to go tomorrow?*) o el eslogan publicitario de Disney para su portal de internet «Go» (*Are you ready to go?*) continúan la despedida del *aquí*, que le concedía al ser una profundidad aurática; dicho correctamente, una apariencia aurática.

En su escrito *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, Benjamin atribuye el aura de una cosa natural o artística a «su existencia única en el lugar donde se encuentra». <sup>1</sup> El aura es el resplandor, el brillo de un «aquí y ahora» que no es repetible *allí*. Si el lugar fuese la «punta de la lanza» <sup>2</sup> que junta y

<sup>1</sup> W. Benjamin, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, México, Ítaca, 2003, p. 42.

<sup>2</sup> M. Heidegger, *De camino al habla*, Barcelona, Odós, 1990, p. 35.

recoge todo hacia sí, entonces el aura sería la expresión de su *interioridad*.

La globalización de hoy es *más* que un intercambio entre lugares diferentes. El hecho de que determinadas formas culturales de un lugar migren hacia otro o que un lugar influya culturalmente en otro no hacen a la globalización. La globalización de hoy transforma el lugar como tal. Lo desinterioriza, le quita esa «punta» que le brinda a un *lugar* una interioridad. Allí donde expresiones culturales en el proceso de desespacialización se desprenden de su lugar originario, se agrupan y se ofrecen en una yuxtaposición hipercultural, en una simultaneidad hipercultural, donde el carácter único del aquí y ahora retrocede ante la repetición deslocalizada, el aura se desmorona. La cultura en la época de su reproductibilidad global no es una cultura del aurático aquí y ahora. La eliminación del aura del lugar, sin embargo, no debe lamentarse como si fuera una crítica cultural heideggeriana, parcialmente como pérdida de la «profundidad», del «origen», de la «esencia» o de la «autenticidad» o incluso como una pérdida del ser. La ausencia hipercultural de espacio es, en todo caso, *otra* manifestación del ser. ¿No sería la profundidad o el origen incluso un efecto particular de la superficie?<sup>3</sup>

3 Rilke, el poeta del «sentido profundo» se preguntó una vez «si todo aquello que tenemos delante de nosotros, percibimos, concebimos e interpretamos no es superficie». «¿Y aquello que nosotros denominamos espíritu y alma y amor», continúa Rilke, «no es todo esto más que un leve cambio en la pequeña superficie de un rostro



El aura es, según Benjamin, un «aparecimiento único de una lejanía». La decadencia del aura es el resultado de una «demanda apasionada» de «acercarse las cosas espacial y humanamente».<sup>4</sup> La desaparición del aura se remonta a la aspiración humana de apropiarse las cosas a través de una eliminación de la distancia. ¿Por qué condenar esta producción de cercanía? ¿No será el aura una bonita apariencia producida por la conciencia infeliz ante el dolor causado por las cosas que se obstinan en mantenerse aún en la lejanía?

Desespacialización y acercamiento se condicionan mutuamente. Los lugares se acercan, y la desespacialización crea cercanía. Las expresiones culturales son extraídas de sus lugares correspondientes, de sus contextos históricos y rituales, y yuxtapuestas unas con otras. Se suceden las unas a las otras en una proximidad y simultaneidad hipercultural. En la hipercultura, diferentes formas y estilos de diferentes lugares y épocas son acercados en una hiperpresencia. Esta yuxtaposición hipercultural borra el aura que se apoyaba en el especial *aquí*, en el *lugar* único y en un tiempo y una historia particulares. De este modo, la globalización elimina el aura de la cultura haciendo de ella una hipercultura.

Eliminar el aura es también desfactificar. Las culturas se desprenden de su *imbricación* espacial e

---

cercano?». Cfr. R.M. Rilke, «Auguste Rodin», en *Sämtliche Werke*, Vol. 5, Frankfurt del Meno, Insel, 1965, p. 212.

<sup>4</sup> W. Benjamin, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, *op.cit.*, p. 47.

histórica, de su *estar arrojado*. Desfactifizadas, se ofrecen a diferentes formas de apropiación. Las culturas desespacializadas, sin aura, no son simplemente repeticiones carentes de toda autenticidad. Comprenden *otro* ser, *otra* realidad que brilla justamente en su carencia de aura. Apoyándose en la hiperculturalidad, uno podría denominarla *hiperrealidad*.

El castillo de William Randolph Hearst<sup>5</sup> en San Simeon, California, es, a decir verdad, un espacio *museal* de la hiperrealidad, un lugar de lo sin-lugar. Allí son acumulados bienes culturales del mundo entero, de todas las épocas, estilos y tradiciones, unos junto a otros. Las falsificaciones se juntan sin intermediación con lo auténtico, de modo que la diferencia entre falso y auténtico se anula en una tercera forma del ser, en una *hiperrealidad*. ¿Será el Xanadú de Hearst una miniatura museal, una previusualización museal de la hipercultura? De un modo curioso, el Xanadú hiperreal de Hearst se asemeja al Xanadú hipertextual de Ted Nelson. En ambos mundos gobierna una yuxtaposición densa, una simultaneidad de lo diferente. La cercanía de lo diferente o de lo lejano también caracteriza a la hipercultura. ¿Representa la promesa de un *más*, de un *more*, tanto la yuxtaposición hipercultural como el proyecto hipertextual o hiperreal Xanadú?

5 W.R. Hearst fue un magnate de los medios estadounidense. En su figura se basó Orson Wells para componer el personaje de Charles F. Kane en su película de 1941, *Ciudadano Kane*. En la película, el protagonista vivía en una imponente mansión llamada «Xanadú». (N. del E.)



En *Viaje al reino de la hiperrealidad*, Eco le reprocha a Hearst la «neutralización del pasado» y la «mezcla de estilos». <sup>6</sup> Su Xanadú es, según Eco, la «obra maestra de una pieza de bricolaje poseída por el horror al vacío». ¿No está Hearst simplemente persiguiendo esa «demanda apasionada» de «“acercarse” las cosas espacial y humanamente»? La hiperculturalidad deja aparecer la hiperrealidad de Hearst, a saber, la yuxtaposición carente de aura del lugar y del tiempo, bajo una luz especial. La mezcla de estilos y bricolaje de Hearst muestran una cierta semejanza con la lógica hipercultural del «y». El Xanadú de Hearst en San Simeon se ajusta, a propósito, a ese paisaje turístico de California al que también pertenece Disneylandia.

¿Debería uno lamentar la pérdida del aura, del lugar, del origen, del «aquí y ahora» que brinda un aura? ¿O se anuncia a través de la pérdida múltiple un nuevo aquí y ahora carente de aura que, a pesar de esto, tendría su propio resplandor, un *estar-aquí* hipercultural que coincide con el estar en *todos los* lados? ¿No indica el eslogan publicitario de Disney *Are you ready to go?* o el lema de Microsoft *Where do you want to go today?* la forma de existencia de un futuro *homo liber*, o sea, la libertad que el hombre obtiene con la decadencia del aura? ¿Sería una ganancia o una pérdida que el «aquí y ahora» se vuelva *repetible* también *allí* y *posteriormente*?

<sup>6</sup> Cfr. Eco, *Über Gott und die Welt. Essays und Glossen*, München, DTV, 1985, p. 57 ss.