

independientemente de lo que hagamos algunas culturas se revitalizan y otras se ven arrasadas y quedan en posiciones muy débiles. De todas maneras hay algún poder de la comprensión, el poder del conocimiento. Los análisis que se han hecho sobre la música pueden probablemente revertirse a los grupos para que los tomen o los dejen, pero esto no significa que uno deba convertirse en guía espiritual de la gente que está haciendo esta música.

Y en efecto, la observación de Melo toca el elemento central de la argumentación de algunos artículos orientados hacia el aspecto teórico e incluidos en la primera publicación. López (pág. 19) propone "consolidar la vía hacia una auténtica integración sociocultural, hacia una identidad cultural sólida...". Rojas, por su parte, en su artículo sobre músicas populares y pedagogía (pág. 80), plantea el "desarrollo de una pedagogía ligada a la continuidad de nuestra música en términos de reactivación y desarrollo". Compartiendo la posición de Melo, no vemos cómo, con la base teórica y los resultados ya expuestos, se puedan cumplir tan altos objetivos.

EGBERTO BERMÚDEZ

La práctica negativa del arte

La práctica artística, el lenguaje y el poder
Federico Medina Cano
Ediciones Autores Antioqueños, Medellín,
1988, vol. 46, 295 págs.

El cuerpo de este libro está constituido por once artículos con los que el autor teje la trama de una investigación de lo más pertinente de nuestro medio: el ejercicio de la práctica artística, en especial de la literaria, en el mundo de hoy, haciendo además

una interesante aproximación a la industria cultural moderna. Los artículos que lo integran fueron concebidos originalmente por el autor "para el trabajo en el aula de clase en los cursos de literatura y teoría de la comunicación". Pero tienen además de su intención pedagógica el propósito expreso de iniciar un debate en un espacio más amplio, y en este sentido, "servir de punto de apoyo a la labor inicial de teorización sobre el fenómeno artístico y literario, la cultura de masas, el papel de la crítica, de la industria editorial, la función social de la literatura y el uso anárquico y lúdico del lenguaje en la expresión literaria".

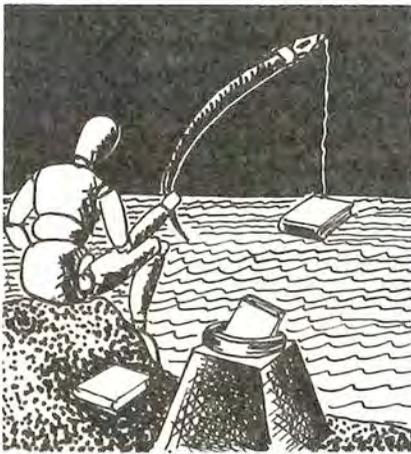
Para situar el debate el autor reclama antes que nada la autonomía del arte y del juicio estético mediante el deslinde de campos entre lo bello natural y lo bello artístico, verdadera declaratoria de principios de todo el arte moderno. Destaca así mismo, la autonomía de la sensibilidad humana por la que el individuo asimila estéticamente el mundo cobrando conciencia de sí mismo y de su lugar en él. Para puntualizar esta idea el autor recurre a la comparación entre la apropiación práctica, la apropiación teórica y la apropiación estética del mundo. Por la primera el hombre satisface las necesidades vitales básicas de su existencia en sociedad, no constituye una esfera de actividad autónoma ya que sólo adquiere sentido en relación con su objetivo y finalidad: permitir el desarrollo de la vida cotidiana en una determinada época. Por su parte la apropiación teórica responde más a la voluntad de conocimiento, a la indagación sobre las leyes que rigen los fenómenos naturales, sociales y hasta espirituales. Tiende a la formulación general y abstracta y aunque sus intereses no se traducen inmediatamente en cuestiones prácticas, sus objetivos no están ajenos a responder a necesidades mediatas.

Paralela a la actividad racional existe otra forma de experiencia de la realidad que manifiesta el poder creador del hombre de una manera más clara y radical, es ésta la apropiación estética del mundo. La experiencia estética la tiene el individuo en contacto con la obra de arte por la que la



vida adquiere un sentido que le es esquivo en la cotidianidad, ofreciéndonos la posibilidad de ser algo distinto de lo que la vida que llevamos nos ofrece. "El quehacer artístico le permite al hombre satisfacer la necesidad de sentirse a plenitud en el mundo y reconocerlo como su espacio: al humanizar hasta el extremo la naturaleza ésta aparece como su obra y realidad". Esta es, desde luego, una de las posibilidades de expresión del mundo que tiene el arte cuando el creador no acude a la ironía o al absurdo para ilustrar la extrañeza vital del hombre perdido en la vorágine de los acontecimientos. Con esto se esboza lo que podríamos denominar la práctica negativa del arte, cuando éste "violenta el receptor, lo irrita, le socaba sus certezas, le afloja sus parámetros ideológicos, sus prejuicios y sus modos de acción habituales y repetidos", o cuando "lo sitúa en una encrucijada y lo hace desconfiar de lo aprendido y de lo aparentemente conocido: le ofrece varios sentidos y le abre nuevas posibilidades de experiencia que rompen la estrechez de su praxis vital diaria y sus certidumbres. El arte tiene como función arrancarnos del estado contemplativo". Pero ¿a qué se debe esa incómoda actitud del arte moderno frente a la cultura y el arte mismo? Medina Cano responde que a un profundo descontento de la vida que vivimos, al desasosiego frente a la perspectiva de una existencia sin futuro y manipulada por la gravedad del mundo. Esta actitud puede tornarse en rebeldía cuando no es una postura nihilista o cínica hacia la realidad social de su entorno.

Ahora bien, el espacio en el que se realiza y se hace posible la experiencia estética está mediado por la industria cultural de masas, cuyos productos satisfacen la demanda de bienes espirituales en la comunidad de los intereses particulares. Conformada según las leyes del mercado y maquiada por toda la parafernalia publicitaria, la obra de arte se entrega como mercancía en el amplio y ambiguo universo de la reproducción técnica. Con la multiplicación de la obra artística, la industria cultural busca llegar a todos los clientes potenciales merced a diversas estrategias de ventas, que en el caso de la industria editorial se concretan en las modalidades del Círculo de lectores, del libro de bolsillo, la colección temática, el best seller y las colecciones por fascículos, entre otros productos.



“El Círculo de lectores, nos dice Medina, es una corporación cultural y una organización productiva que ejerce un amplio control del mercado, reduce el riesgo empresarial, por la estrategia de ventas y la organización de la distribución, asume el control directo del surtido y limita las posibilidades de elección de los consumidores”. Esta modalidad de comercialización del libro está dirigida a los estratos sociales que por razones de su ingreso económico no son clientes de las librerías. El crédito personal y el pago de cuotas mensuales le permiten al lector hacerse a “las grandes obras de la literatura universal” sin salir de su casa, o en su sitio de trabajo. Para eso están las librerías itinerantes o el agente que le informa de

las novedades del Círculo. Además de la obra literaria, el Círculo le ofrece un estatus al cliente por el simple hecho de inscribirse como socio. Otra técnica es la del libro de bolsillo, cuya estrategia consiste en facilitar económicamente “el acceso directo y rápido de los grandes valores literarios y las obras inmortales con el ropaje de lo transitorio”. Su lema de combate bien puede ser una variación de “cada semana una obra maestra del más alto valor, al más bajo precio”. El libro de bolsillo se ha convertido en uno de los mitos progresistas de la sociedad de consumo al querer ofrecer el mundo entero al lector desprevenido. De modesta factura, emplea todo tipo de diseños en las tapas, con agresivas policromías, que son como el guiño de ojo que lanzan las mercancías a sus clientes. Por lo general su encuadernación es deficiente lo que lo hace un producto desechable una vez usado. Otra característica es la baja calidad del papel que le da una corta vida útil; y la pretensión de hacer caber en su pequeño formato obras que rebasan sus límites, hace que algunas sean prácticas y paradójicamente ilegibles gracias al tipo de letra empleado y a los escasos espacios vacíos que fatigan la lectura.

Dispuestos en los supermercados en estanterías giratorias semejan “nuevos árboles del saber” cuyo objetivo es seducir al cliente desprevenido con su principal atributo: su bajo precio. A esta situación, comenta el autor, contribuyen características sociológicas tales como “la desaparición de la estabilidad del libro como institución”. En este sentido se habla de la decadencia del libro, cuando no de su desaparición por la presencia de otros medios de comunicación; no obstante publicarse ahora más libros que nunca. Con el objeto de hacer atractiva la adquisición del libro la publicidad tiende a vincular la lectura con el placer, la aventura, la distracción o la recreación. No es propiamente el elogio de la dificultad lo que se hace, ni la actividad creativa que conlleva la recepción de la obra literaria, ni mucho menos la exigencia que hacía Nietzsche del lector de poseer la facultad bovina de “rumiar” un texto para llegar a la almendra de su saber. Otra circunstancia que conspira contra el

libro desde la moderna industria editorial, es la noción del tiempo libre como espacio ideal para la lectura. Tal concepto sitúa el acto de leer por fuera del espacio vital o social. Se realiza, entonces, como mero pasatiempo cuando no como acción para “matar tiempo”. Esta circunstancia deja en apariencia el tiempo de la lectura en el terreno de la libre elección cuando desaparecen la constrictión y el ritmo de la vida diaria. “La lectura se sitúa en la falsa ruptura de la cotidianidad por la distracción o el esparcimiento que tiende a mantener lo cotidiano en un estado de sometimiento y explotación al canalizarlo hacia las expectativas de una aparente transformación de sus rivalidades, relaciones de clase, de poder y alienaciones”.

Si la mercancía tuviese alma, esa de la que a veces habla Marx en broma, sería la más delicada de cuantas pudieran encontrarse en el reino de las almas, ya que debería ver en cada quien al comprador en cuya mano y en cuya casa quisiera amoldarse. Ese efecto parece ser el buscado por el bolsilibro y las colecciones temáticas con sus carátulas llamativas y sus sellos de prestigio, sus comentarios ligeros casi siempre apologéticos con los que los aparatos publicitarios cubren las desnudas carnes de la mercancía cultural. Así, el fomento del coleccionismo sin criterios de selección, lo que pretende es disfrazar el acceso a los valores culturales con la adquisición de bienes producidos por la industria cultural. Para el caso de las colecciones, la estrategia empleada es resaltar el primer plano el nombre de la colección (Los premios Nobel, grandes pensadores, maestros de la literatura universal) y luego el nombre propio de la obra. Así los clientes de la colección al asumir la empresa de la serie, compran los libros por fuera del interés que les despierta el autor o la obra, porque lo importante es que son parte necesaria del conjunto. Sustituyen el interés real por el interés formal de las obras.

Especial atención reviste en el análisis de los productos de la industria cultural el concepto de CULTURA común a todos ellos. Un primer aserto

sobre la caracterización de la moderna cultura de masas es su conformación de "mosaico" a partir de una multitud de elementos dispersos. El conocimiento del hombre no es entonces el resultado de una educación organizada, de un proceso racionalmente aprendido, sino el conjunto heterogéneo de datos y mensajes, de informaciones e imágenes que recibe día a día a través de los diferentes medios de comunicación masiva. Una conformación tal del saber moderno, termina, carente de jerarquías y valores, depreciando todas las cosas nivelándolas por lo bajo. Esta información indiscriminada que se transmite para fomentar la mal llamada "opinión pública" nada tiene que ver con el proyecto cultural de la Ilustración. Bien vista, la industria cultural se encuentra lejos de realizar el sueño de la Revolución burguesa que buscaba democratizar el saber para apartar a los hombres de la superstición y las creencias basadas en el desconocimiento de las causas de los fenómenos. Y qué lejos se encuentran los eslogan publicitarios de la divisa característica de la Ilustración. "¡Ten el coraje para servirte de tu propio entendimiento!"

Dice Simone Weil que la distancia es el alma de la belleza y en la distancia existente entre la obra de arte y su receptor reside el "aura" que la arrebatada del remolino del consumo en el que sucumben las mercancías. En este aspecto reside uno de los engaños más habituales de la industria cultural para con sus clientes: pretender el acercamiento de la obra estética al consumidor queriendo abolir la diferencia entre el arte y la vida y buscando con ésto incluir el arte en el repertorio de los bienes de consumo de la sociedad.

Y a pesar de que todo el arte no se hace consumible, la actitud para con él tiende a apoyarse en la actitud respecto de los bienes de consumo. Acaso por eso los clientes de la industria cultural se rebelan contra la autonomía de la obra artística ya que ésta la convierte en algo mejor de lo que ellos creen que es. Para escapar de este asedio el arte reacciona, no sólo modificando concretamente sus usos y procedimientos,

sino teniendo que soportar seguir siendo lo que no quiere ser: arte, entretenimiento en el sentido inferior que le confiere el mercado. En su intento de romper el cerco comercial el arte ha recaído en una soledad a la que no lo acompañan los asiduos de la industria cultural.



Pero el capítulo que tal vez permite apreciar mejor el punto de vista del autor respecto de sus intenciones estéticas es el que cierra el libro y que lleva por título "La literatura, un lenguaje por fuera del poder". En él analiza Medina Cano las posibilidades del lenguaje en la tarea de abrir posibilidades de expresión en medio de un mundo y una sociedad cerrados. Aquí la soberanía del texto respalda la soberanía de los hombres que lo producen, pues "la ruptura que establece el texto abre la posibilidad de pensar un momento anterior a todo lenguaje articulado cuya textualidad es perpetuamente distinta, nueva y muda. Es ese lenguaje sin condición de nacimiento, sin antecedentes: el grado cero de la escritura". Lo que se presenta en este punto es un horizonte abierto y retador para romper el marco de las interpretaciones posibles de la realidad hacia una mirada nueva que inaugure sentidos inéditos en la sensibilidad y comprensión del mundo y la vida. Este reto que ha sido acatado por los escritores con mucho temor y temblor, pero también con la dicha de lo novedoso, se constituye en la única ínsula donde es posible la libertad con la que sueña el hombre, sueño irrealizable en últimas, pero cuyo

papel es el de instigar la imaginación y la fantasía. Esta relación necesaria y libre entre la vida, la creación artística y la utopía la formula Adorno cuando dice que "se instala en el corazón de las antinomias contemporáneas el hecho de que el arte quiera y deba ser utopía con tanta mayor decisión cuando que ésta queda obstruida por la realidad funcional y, de otro lado para no traicionar a la utopía en el resplandor y consuelo que le son propios que no pueda llegar a serlo. Pues si la utopía del arte llegara a su realización, significaría el fin temporal del mismo".

Sobre estos y otros aspectos relevantes del mundo cultural moderno apuntan los escritos de Federico Medina Cano, con los cuales quiere llamar la atención de los trabajadores de la cultura y el arte en un momento en que nos preguntamos con énfasis sobre el sentido de la producción cultural nacional y los valores que avalan y critican; cuestión que consideramos prioritaria en la tarea de enrumbar su labor hacia el progreso real del hombre.

RICARDO RODRÍGUEZ MORALES

Más allá de la devoción

Crepúsculo

Laura Victoria

Universidad Central, Bogotá, 1989

Los códigos éticos —aún más que los estéticos— aspiran a la eternidad. Pero una "verdad" tan "inobjetable" como "no hagas a otro lo que no quieres que te hagan a ti" presenta sus bemoles cuando uno la sitúa en un contexto freudiano o psicoanalítico, y uno se pregunta entonces si los principios morales de un sujeto en plena vigilia corresponden ciento por ciento a sus deseos inconscientes. Incluso aquella recomendación bíblica de amar al prójimo como a uno mismo ha sido la menos practicada por sociedades