

**Blanco Ricardo**

**Camilletti Gerardo**

**Costa Joan**

**Duran Mauricio**

**Durand Jacques**

**Feldman Simón**

**Garone Marina**

**Giráldez Andrea**

**Grüner Eduardo**

**Guasch Anna María**

**Joly Martine**

**Machado Arlindo**

**Mazziotti Nora**

**Perniola Mario**

**Ricard André**

**Santacreu Oscar**

**Vilar Gerard**







Dirección General de  
Cultura y Educación  
Consejo de la Provincia  
de Buenos Aires

### **Gobernador**

---

Ing. Felipe Solá

### **Vicegobernadora**

---

Dra. Graciela Giannettasio

### **Director General de Cultura y Educación**

---

Prof. Mario Oporto

### **Subsecretaria de Educación**

---

Prof. Delia Méndez

### **Subsecretario Administrativo**

---

Lic. Gustavo Corradini

### **Directora de Educación Artística**

---

Prof. Marcela Mardones



## **UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA**

### **Presidente**

---

Arq. Gustavo Azpiazu

### **Vicepresidente**

---

Lic. Raúl Perdomo

## **FACULTAD DE BELLAS ARTES**

### **Decano**

---

Lic. Daniel Belinche

### **Vicedecano**

---

Prof. Ricardo Cohen

### **Secretaria Académica**

---

Lic. María Elena Larrègle

### **Secretario de Gestión Institucional**

---

DCV Jorge Lucotti

### **Secretaria de Ciencia y Técnica**

---

Lic. Silvia García

### **Secretario de Extensión y Vinculación con el Medio Productivo**

---

DCV Juan Pablo Fernández

### **Secretario de Asuntos Estudiantiles**

---

Lic. Santiago Romé

Diseño y diagramación: Área de Producción y Diseño de la Facultad de Bellas Artes - UNLP  
D.C.V. Desuk Ignacio; D.C.V. Di Rago Verónica; D.C.V. Morro Sebastián.

Primera edición: noviembre de 2004  
Cantidad de ejemplares: 1.500

**La Puerta FBA** es propiedad de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Nacional de La Plata  
Diag. 78 N° 680, La Plata, Argentina.  
[publicaciones@fba.unlp.edu.ar](mailto:publicaciones@fba.unlp.edu.ar)

ISSN 1668-7612  
Registro de la Propiedad Intelectual: en trámite  
Impreso en Argentina  
Printed in Argentina

## **La Puerta FBA Revista de Arte y Diseño**

### **Directora**

Prof. Mariel Ciafardo

### **Consejo Directivo**

Lic. Daniel Belinche

Lic. Ricardo Cohen

Prof. María Elena Larrègle

Lic. Silvia García

DCV Juan Pablo Fernández

DCV Jorge Lucotti

Lic. Santiago Romé

Prof. Silvia Furnó

### **Comité Asesor**

Prof. Marcela Mardones

Prof. Alejandra Catibiela

Prof. Andrea Cataffo

Dr. Eduardo Russo

Lic. Carlos Coppa

Prof. Ricardo Palmero

DI Eduardo Pascal

Lic. Alejandro Polemann

DCV Andrea Carri

Mag. Leticia Muñoz Cobeñas

### **Colaboradores**

DI Eduardo Simonetti

DI Ana Bocos

Prof. Silvia Malbrán

Prof. María Marta Sciarrotta

Lic. María del Carmen Nimo

Lic. Ximena Martínez

Prof. Norma Miazza

Prof. Rosario Larregui

Lic. Facundo Macedo

Prof. Florencia Cegatti

María Victoria Mc Coubrey

### **Correctora**

Prof. Nora Minuchin

<b>EDITORIAL</b>	<b>7</b>
<b>BLANCO RICARDO</b> La Escuela de Diseño de la Universidad Nacional de La Plata	<b>8</b>
<b>CAMILLETTI GERARDO</b> Incertidumbre en la teatralidad contemporánea. Algunos ejemplos	<b>12</b>
<b>COSTA JOAN</b> Hablando de diseño ...	<b>20</b>
<b>DURÁN CASTRO MAURICIO</b> La industria audiovisual: de la globalización a las culturas locales	<b>24</b>
<b>DURAND JACQUES</b> René Gruau y la retórica visual	<b>36</b>
<b>FELDMAN SIMÓN</b> Las nuevas estructuras audiovisuales	<b>38</b>
<b>GARONE GRAVIER MARINA</b> La historia en la enseñanza y aprendizaje de la tipografía	<b>42</b>
<b>GIRÁLDEZ ANDREA</b> Educación musical: los retos del futuro inmediato	<b>52</b>
<b>GRÜNER EDUARDO</b> El conflicto de la(s) identidad(es) y el debate de la representación. La relación entre la Historia del Arte y la Crisis de lo Político en una Teoría Crítica de la Cultura	<b>58</b>
<b>GUASCH ANNA MARÍA</b> Las distintas fases de la identidad: Lo intercultural entre lo global y lo local	<b>69</b>
<b>JOLY MARTINE</b> De la fraternidad de las artes: las imágenes y las palabras	<b>76</b>
<b>MACHADO ARLINDO</b> Arte y medios: aproximaciones y distinciones	<b>84</b>
<b>MAZZIOTTI NORA</b> Viejas historias, nuevos mercados. Tensiones entre lo local y lo global en la circulación de telenovelas	<b>94</b>
<b>PERNIOLA MARIO</b> El horizonte estético	<b>103</b>
<b>RICARD ANDRÉ</b> De la creatividad	<b>108</b>
<b>SANTACREU FERNÁNDEZ OSCAR</b> Capacidades comunicativas de la música	<b>113</b>
<b>VILAR GERARD</b> La crítica de arte hoy: Del mundo del arte como sociedad civil a la república de las artes	<b>120</b>

# Editorial

Los procesos de simbolización conforman un aspecto determinante de la vida social. El arte es consecuencia de un proceso simbólico que permite una síntesis de sentidos diversos determinados histórica y culturalmente. Esta apertura semántica del arte es estratégica en la vida cultural de un pueblo que construye identidad a partir de sus manifestaciones artísticas. Sin embargo, las publicaciones centradas en los lenguajes artísticos, sus disciplinas y núcleos teóricos son proporcionalmente escasas.

La decisión de generar un espacio de reflexión orientado a estas temáticas responde a una inquietud recogida en numerosos encuentros con docentes y alumnos. En esta línea, por lo menos tres cuestiones asoman como prioritarias.

La primera apunta a la formación general que debería recibir un artista, en particular con respecto a las transformaciones del mundo contemporáneo. El debilitamiento de los mecanismos sociales que relacionan la experiencia contemporánea del individuo con la de generaciones anteriores es, según Hobsbawm, uno de los fenómenos más característicos de las últimas décadas. Los relatos colectivos actuales se generan en el marco de una experiencia de la temporalidad compleja, producidos por sujetos con un alto grado de a-socialización. Fenómenos como la estetización de la vida cotidiana, la repetición ampliada, el papel de los medios masivos a través de la producción de imágenes y la tensión entre regionalización y globalización, entre otros, requieren de herramientas conceptuales y metodológicas capaces de facilitar su comprensión. Ello supone no sólo un recorte de temáticas clave, sino una estrategia de intervención en el aula en todos los niveles del sistema educativo. La resolución teórica de estos temas determina, frecuentemente, el sesgo de la oferta a nivel institucional. Los rastros del pasado y las manifestaciones del presente influyen en las miradas estéticas y pedagógicas desde donde se legitiman la producción y su enseñanza. El acercamiento al imaginario de niños y jóvenes implica, cuanto menos, el reconocimiento de sus códigos, la atención de sus intereses y demandas y la puesta de un lenguaje común.

La segunda cuestión deriva de una posible resignificación del arte y el diseño (si es que entendemos estas categorías como entidades separadas). Tanto las estructuras gramaticales como los conceptos operatorios y procedimientos compositivos cambiaron en tal magnitud que a menudo resultan irreconocibles desde un enfoque tradicional. El público, los medios, las herramientas, incluso los bordes que hasta hace pocos años delimitaban campos disciplinares, se han desdibujado de la mano de nuevos paradigmas que se expresan en multiplicidad de lenguajes. La definición convencional de aquello que llamamos arte acarrea algunos lastres, desde el principio de comunicación universal de la belleza en la modernidad, hasta la oposición visceral entre el intento racionalista de reducir el arte a sus reglas, y quienes lo sitúan en la región misteriosa de los talentos innatos y la creación por descubrimiento. Estas opciones son confrontadas desde distintas posturas por la estética contemporánea. El

arte ha sido concebido según la época como oficio, manifestación divina, creación autónoma, emergente de un sujeto recluso en su subjetividad, e incluso como producto de una lógica instrumental y tecnicista desvinculada de cualquier intento crítico. En los tiempos que corren, el concepto de arte se asimila más a la manifestación sensible de un conjunto de valores culturales, individuales y colectivos que a un modelo universal aplicable a una producción particular. Diríamos con Jiménez, que la producción artística es un punto de encuentro entre lo racional, lo intuitivo y la cultura. Las tensiones entre lo popular y lo académico, lo universal y lo situado, la producción y la reflexión crítica, el pasado y el presente, forman parte de las preocupaciones y debates habituales entre artistas y docentes de arte, y aparecen como una constante en la elaboración de proyectos institucionales.

El tercer aspecto deviene de la relación del arte con la educación. Los enfoques y modelos pedagógicos con los que nos hemos formado requieren, cuanto menos, una revisión capaz de caracterizar sus aportes y señalar sus limitaciones. Estos modelos no son independientes del encuadre con el que el arte se mire, sino que, además, incorporan aportes de otras áreas del conocimiento. Es así que, en un relevamiento inicial, conviven prácticas cercanas a la didáctica operatoria que apuntan fundamentalmente a propiciar en los alumnos la poco precisa "expresión creativa", junto a otras que entienden el arte como una técnica o hacen eje en modelos perceptualistas que centran el esfuerzo en una suerte de captación automática del universo sensible. Estos enfoques se reiteran en la formación profesional y aun en la escolar. En todo caso, no se trata de elegir un modelo u otro, sino de favorecer una revisión de la propia práctica docente sin desconocer, como ha sido habitual en el pasado, la especificidad de los lenguajes artísticos. Un plástico no puede ni debe dar clases de danza, ni un músico clases de teatro.

Pero, ¿qué enseña el arte?, ¿qué aporta a la formación integral de un alumno? Si acordamos que el arte no es una técnica, que supone una técnica pero que es un lenguaje metafórico, procesual, comunicativo, no al modo de los lenguajes verbales, que construye verosímiles y no verdades, es necesario entonces ampliar la discusión en torno a estas cuestiones. El aporte de la educación artística en una etapa histórica que da lugar, muchas veces, a lecturas literales de una realidad cuyo emergente más tangible es curiosamente la imagen, y que ha visto debilitado sus proyectos colectivos, aparece como un puente hacia el futuro. Un puente cuyos cimientos descansan en la producción de sentido.

La complejidad y provisoriedad de estos problemas obligan a formular esta agenda de temas prioritarios como interrogantes. Es por eso, y por entender que los interrogantes enunciados atraviesan la totalidad del sistema, es que hemos asumido la iniciativa de generar eventos académicos y publicaciones conjuntas entre la Dirección General de Cultura y Educación de la Provincia de Buenos Aires y la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Nacional de La Plata. La aparición del primer número de *La Puerta FBA*, intenta transitar un camino que seguramente será provechoso. En este caso, invitamos a relevantes profesionales e investigadores de diferentes disciplinas y países que nos acercan una mirada enriquecedora. Futuras entregas recogerán artículos de artistas y docentes de nuestro medio y trabajos elaborados en las instituciones de la Provincia y la Universidad de La Plata. A los colegas que aceptaron formar parte de este primer número, nuestra gratitud y reconocimiento. ■

# La Escuela de Diseño de la Universidad Nacional de La Plata

## RICARDO BLANCO

*Arquitecto. Actualmente en la Universidad de Buenos Aires es Director de la carrera de Diseño Industrial, Profesor de la misma y Director de la carrera de posgrado Diseño de Mobiliario. Fue Director de Diseño de Indumentaria y Textil de la UBA y Profesor de Diseño Industrial en La Plata, Mar del Plata y Cuyo. Asesor en Diseño Industrial en la Universidad de Córdoba. Participó en congresos y exposiciones en Argentina, Brasil, México, Finlandia, Italia. Dictó seminarios y conferencias en Universidades de Chile, Colombia, Brasil, Cuba, Alemania, España. De su labor profesional, se destacan el mobiliario de la Biblioteca Nacional, equipamiento para*

*hospitales y el mobiliario de las escuelas municipales; además ha diseñado iluminación, línea blanca, transporte ferroviario y náutico y diseño gráfico. Obtuvo numerosos premios en Diseño: Lápiz de Plata CAYC'82 al «Diseñador de Muebles», Premio Konex 1993 y Konex de Platino 2002, Premio Destaque en Movelsul, Brasil, 1998. Jurado internacional en las Bienales de Arquitectura de Quito y de Diseño Brasileiro. Fue Curador del Centro Cultural Recoleta. Sus trabajos fueron publicados en Design Journal (Corea), Modo (Italia), Diseño (Chile), Design Yearbook (Inglaterra). Escribe sobre Diseño Industrial en Tipográfica y en Cronista Arquitectura (Argentina).*

Agradezco al Departamento de Diseño de la UNLP el haberme invitado a reflexionar acerca de la docencia en Diseño Industrial, algo que sin querer se convirtió en un motivo vital en mi carrera profesional. Habida cuenta de la circunstancia particular de iniciarme como docente en esa Escuela, la invitación me llevó a plantear estas reflexiones, más desde lo coloquial que de lo académico. No obstante, el haber participado en casi todas las instituciones del país, Mendoza, Córdoba, Mar del Plata, Buenos Aires, Santa Fe, Resistencia, me permite hacer algunas consideraciones que son comunes a todas, a pesar de aceptar ciertas diferencias en la actitud de los distintos alumnos.

Una constante de la enseñanza de Diseño Industrial en nuestro país es la masividad. Si pensamos que en Finlandia, por ejemplo, el total de alumnos de la carrera que es de cuatro años, es de 60, y aquí ese total es del grupo que debe dirigir un docente novel, se ve la diferencia.

Pero, ¿qué nos marca la masividad en la enseñanza del Diseño Industrial?

Lo principal es la manera de relacionarse entre docentes y alumnos. Los docentes, en términos generales, realizamos correcciones grupales y les solicita-

mos que ellos expliciten sus trabajos. En realidad, en cada corrección le tomamos un parcial al alumno y el alumno lo percibe, entonces se produce una confrontación entre él y nosotros y no una articulación armoniosa. Le pedimos que justifique cada cosa, sobre todo lo que no entendemos y si no lo entendemos debe ser porque algo no está claro y si el alumno no lo tiene claro es porque algo anda mal, aún así, lo trata de defender, entonces se produce ese vínculo de ataque y defensa que en general desgasta la relación y se utiliza energía creativa en algo no productivo.

La masividad de la enseñanza debe ser considerada como un bien social. Sobre ella debemos actuar para hacerla positiva, no dogmática; sí creativa, no reiterativa.

La posibilidad contraria sería la de acompañar al alumno en un recorrido hacia una solución posible, tocando los puntos que se deben reconocer y explicitando qué hacer en cada uno de ellos. Sabemos que es difícil hacerlo cuando son muchos alumnos, por eso hablo de la masividad, pero debemos modificar nuestra manera de "corregir", tal vez la clave está en esta palabra que debería cambiarse por "orientar".

El centro de la enseñanza de diseño es la dicotomía entre dos conceptos opuestos. Diseñar es en definitiva un hecho de **síntesis**; en un objeto se condensan ideas, posibilidades técnicas, condiciones sociales, necesidades de uso, etc. y, para enseñar cómo realizar eso, nosotros apelamos a lo **analítico**; dividimos el conocimiento en 4 años, cada año en 6 materias, cada materia en bolillas, cada bolilla en varios temas, etcétera, etcétera. La articulación entre la síntesis y lo analítico es el tema.

Otro tema de reflexión es la integración de los conocimientos. Los programas de estudio intentan *integrar* las materias de la carrera, cosa que nunca se logra. Debemos darnos cuenta de que esa integración de conocimientos que le damos en forma desmenuzada, la hace el alumno al final de su carrera –en reali-

dad al comienzo de su práctica profesional-, es el tiempo de maduración y de verificación.

Si aceptáramos esta situación podríamos ir más seguros en el camino de la enseñanza, no debemos olvidar que nosotros no tenemos la solución escrita en un manual como los profesores de ciencias que enseñan algo ya conocido. Nosotros no sabemos cuál va a ser el final, sólo conocemos el principio, el tema que le damos a resolver, y apenas vislumbramos el camino que debe seguirse, por eso es que debemos ir orientando nuestra manera de enseñanza en una dirección en la que podamos ir juntos con el alumno.

Con relación a dos temas muy tratados como son la creatividad y las metodologías, caben las siguientes reflexiones. Les pedimos a los alumnos que sean creativos, que hagan cosas diferentes a las conocidas y para eso le hacemos recorrer el mismo camino que suponemos recorrió ese otro al que tratamos de superar. Llamamos a ese camino metodología. ¿Qué es en definitiva una metodología en diseño? ¿Recorrer el mismo camino ya hecho? ¿O encontrar los fundamentos para alterar ese camino? La metodología nos sirve para no equivocarnos, pero no para innovar.

Por ahora la metodología es una disección analítica y lógica de un camino a recorrer entre la definición de un objeto – problema y la materialización de ese objeto – solución. Desde ya que si les hacemos recorrer un camino conocido, el resultado será bastante parecido al que arribaron otros. Podemos decir que eso no está mal y, de hecho no lo está, si sólo le pedimos que resuelva ese problema – y algunos docentes aceptan esa alternativa- pero quienes les solicitamos que den un paso más debemos ser conscientes que el camino a recorrer debe tener algunos "miradores" inciertos que ayuden al alumno a investigar otros territorios y paisajes.

Algunos aceptarán esta postura en sospecha de que me estoy refiriendo a la intuición, pero no es así; por mi parte no

pondero el apoyarme en la intuición, no creo mucho en ella en diseño, me parece que esta manifestación es **información no codificada**, es decir, información con la cual no podemos operar racionalmente por ahora; cuando la codifiquemos y conozcamos ese código, podremos operar con ella en nuestro provecho, nadie puede intuir algo de lo que no conoce nada.

Ese juego entre la intuición solicitada (en forma no explícita) y la racionalización de los procesos mentales que deben orientar al alumno en su camino de resolución, es un juego que no tiene leyes escritas y es desparejo entre los jugadores – alumnos y docentes-, uno sólo es dueño del tablero y es quien decide quién gana o pierde.

Tal vez la descripción que voy haciendo acerca de la relación “enseñanza – aprendizaje” (como les gusta decir a los pedagogos) sea una descripción un tanto pesimista, pero teniendo en cuenta que los docentes de diseño son en general diseñadores, si nosotros percibimos que no estamos enseñando diseño, sino que estamos **diseñando diseñadores**, podemos articular las maneras didácticas y transformar esas debilidades del proceso de aprendizaje en fortalezas en la práctica del diseño.

Quienes hemos encarado la tarea de formar diseñadores debemos fijar nuestra posición y creemos que ésta está referida a algunos aspectos que parecerían opuestos. El diseñador debe dar respuesta al usuario, ese ser anónimo que necesita instrumentos. Por otro lado, hoy los diseñadores son carne mediática, necesitan ser reconocidos, no importa lo que hagan. Entonces, ¿cuál es el límite entre ambas expectativas? Obviamente lo ideal sería que los diseñadores sean reconocidos por su labor social, pero reconocamos que no es eso lo que importa a la sociedad, ya que el logro se le solicita a cualquier profesional. Entonces, ¿cuál es más importante, el grado de placer por hacer diseño o el placer por lograr un resultado óptimo para los demás? Ese parece ser el dilema a resolver por la ense-

ñanza del diseño, cómo lograr que la realización personal sea interpretada como una prioridad social.

Hay un tema que siempre me ha interesado con relación a la enseñanza del Diseño Industrial y es el hecho de cuánto debían parecerse o no las modalidades de enseñanza en cada escuela, teniendo en cuenta el haber tenido la responsabilidad de dirigir el único taller vertical de la Argentina durante 17 años.

Hoy en el país hay 10 escuelas de diseño, a saber, las nacionales en universidades: Mendoza, La Plata, Buenos Aires, Córdoba, Mar del Plata, San Juan. Las privadas, Palermo ORT, Neuquén. Sin contar con los cursos de diseño en comunicación o de posgrado de Santa Fe, Resistencia y Córdoba.

A la luz de esto cabe pensar si cada escuela debe tener una modalidad propia o deben ser relativamente coincidentes entre todas. Recordemos que casi todas tienen un plan de estudios bastante similar, en eso puede haber coincidencia. En cambio, la diferenciación puede deberse a dos características: una es la regionalización, es decir que cada una se oriente en base a lo que se puede hacer mejor en su región. Otra manera es la modalidad de enseñanza, esto es el **cómo** se enseña y tiene que ver más que con la escuela, con cada profesor. En lo personal nunca propuse una búsqueda de modalidad didáctica diferenciada, aunque algunos reconocen una manera particular de enseñanza. Si así fuere, y teniendo en cuenta que muchos de los docentes o directores de carrera han sido alumnos de nuestras cátedras, es posible que se vaya configurando una modalidad coincidente entre varias escuelas ¿Es esto positivo? Tal vez, si cada docente profundiza una modalidad de enseñanza y podemos conformar, no polos de confrontación sino una red, una malla que contenga una gran variedad de propuestas docentes, se comienza a percibir una manera propia de enseñanza de diseño.

Sería un logro que los estudiantes de

diseño del país primero puedan elegir dónde estudiar en base a sus intereses, para ello se necesita divulgación de lo hecho y de cómo se ha hecho. Las armas con las que contamos para dinamizar el movimiento de los diseñadores son los posgrados como especializaciones, los cursos o seminarios que le dan un perfil propio pues separa problemáticas y las trabaja en profundidad y permiten que personalidades en temas específicos expresen sus conocimientos. No obstante, no sólo los temas deben dejar en claro las intencionalidades en la enseñanza, sería bueno que fueran las personalidades de los docentes las que se comiencen a perfilar, para ello hay que formarse, reflexionar, escribir y publicar.

El verdadero desafío es el de diseñar la enseñanza del diseño.<sup>1</sup> ■

# Incertidumbre en la teatralidad contemporánea. Algunos ejemplos

## Consideraciones iniciales

En la teatralidad contemporánea pueden observarse ciertos rasgos vinculados al Barroco histórico en virtud de la experiencia del hombre con el mundo en un contexto en el que tópicos como la incertidumbre, la inestabilidad, el azar o lo indecible aparecen representados en la escena poniendo en evidencia el vínculo que se establece entre el artista y su contemporaneidad en la que la ciencia, la tecnología y ciertas consideraciones filosóficas provocan una redefinición de lo real.

Tales rasgos definen lo que Omar Calabrese (1994) considera como *neobarroco*. Por esta razón, tomaremos

algunos ejemplos que consideramos manifestaciones estéticas neobarrocas no siendo, por supuesto, las únicas pero sí dominantes en ciertas zonas de la teatralidad contemporánea apartada de los modos de representación tradicionales.

En principio debemos aclarar qué es lo que entendemos por *neobarroco*. Omar Calabrese (1997) afirma que los fenómenos culturales de finales del siglo XX –por supuesto que extendemos la consideración a los comienzos del siglo XXI– parecieran estar marcados por formas que evocan al barroco y considera que: “el *neobarroco* consiste en la búsqueda de formas en la que asistimos a la pérdida de la integridad, de la globalidad, de la sistematización ordenada a cambio de la inestabilidad, de la polidimensionalidad, de la mudabilidad” (Calabrese; 1994:12).

A diferencia de un “gusto clásico”, en el que se valorizan el orden, la estabilidad, las leyes de proporción, las certezas, en el “gusto neobarroco” hay una valoración por lo informe o poliforme, lo inestable y la incertidumbre.

En segundo lugar resulta pertinente indicar por qué leemos como neobarroca la producción contemporánea. Los conceptos expuestos en los párrafos precedentes resultan pertinentes para anali-

*GERARDO CAMILLETTI es profesor en Letras graduado en la UNLP. Tomó cursos para su formación actoral en diversos talleres y en la ENAD (actualmente Artes Dramáticas-IUNA). Es investigador en el Instituto de Artes del Espectáculo de la UBA y en el Departamento de Artes Dramáticas del IUNA donde además se desempeña como docente. Es también docente en la Universidad Nacional de Tres de Febrero. Coordinó el Taller de Actuación e Investigación Teatral de la Facultad de Humanidades de la UNLP entre 1993 y 1996. Coordina junto a*

*Beatriz Catani y Edgar De Santo la Cátedra Libre “Lenguajes Teatrales Contemporáneos” en la Facultad de Bellas Artes de la UNLP. Dictó cursos de capacitación para docentes en organismos públicos y privados. Publicó diversos trabajos sobre cine y teatro. En el año 2002, Argentores le adjudicó una beca para investigar sobre la dramaturgia de Griselda Gambaro. En 2004, el Fondo Nacional de las Artes le otorgó una beca para realizar sus investigaciones acerca de la producción teatral de Rafael Spregelburd.*

## Temporalidad, espacialidad y repetición

zar las formas de teatralidad de los últimos años. Son evidentes algunos rasgos "neobarrocos" como la inestabilidad, la turbulencia, el azar bajo la apariencia de estabilidad, de linealidad -lo que llamamos muy informalmente "equilibrio engañoso".

Ahora bien, expondremos en este trabajo un escaso número de ejemplos que dan cuenta de esto. Sin embargo, es preciso aclarar que de la descripción y análisis de estos ejemplos es que surge la intuición sobre el carácter barroco de estos textos. Es decir, no se buscaron textos que se ajustasen a una teoría determinada sino que se observaron reminiscencias del barroco y después se profundizó sobre textos que intentan explicar la presencia de una forma barroca de construir objetos culturales en el siglo XX y, por supuesto, en lo que va del siglo XXI.

Por esta razón es que empezaremos con los ejemplos para abordar a conclusiones que tal vez sean redundantes en virtud de que los rasgos neobarrocos son de una incontestable evidencia en la escena contemporánea.

Un primer ejemplo lo tomaremos de *El día de la lluvia*<sup>1</sup> de Adrián Caram (2003) en donde el tratamiento del tiempo y del espacio hace evidente la dificultad de aceptar la linealidad y el orden constituyéndose, precisamente, en nociones inestables o bien en nociones estabilizadas subjetivamente por quien las percibe.

En *El día de la lluvia*, el tiempo no transcurre<sup>2</sup>, no provoca cambios sino que en él se desplazan unas estructuras hacia otras formas que, a veces se repiten singularmente, entonces desde esta perspectiva, da lo mismo el orden, todas las secuencias en este texto hablan de lo mismo, interpretar una permite comprender el resto sin que ninguna sea el punto de referencia.

Los procedimientos mediante los que se estructura *El día de la lluvia* están ligados a la idea de fragmentación propia del videoclip. Sin embargo, esta puesta de Caram también se cruza con algunos films cuya organización temporal quiebra la linealidad habitual y genera un relato en el que el sentido está dado por ese ordenamiento particular de los materiales. Toda organización de las secuencias sería, por tanto, una construcción más o menos arbitraria de historias. Uno de los films que interviene como cruce intertextual es *Memento* de Christopher Nolan, en el que se pone en evidencia, precisamente, esto: la historia narrada es una construcción arbitraria dada por el ordenamiento de los materiales y, por tanto, toda linealidad sería, en todo caso, un forzamiento de la realidad, forzamiento que, de un modo u otro, vela sentidos que la fragmentación pone bajo la lupa. También hay reminiscencia de *Sexto Sentido* de Manoj Night Shyamalan en

---

1 Ficha técnica: *El día de la lluvia* de Adrián Caram. Elenco: Tobías Pratt, Elizabeth Ekián, Federico Arzeno, Zully Oviedo, Mercedes Bermúdez. Diseño y realización de escenografía: Tobías Pratt y Adrián Caram. Puesta de luces y banda de sonido: Adrián Caram. Vestuario: Zully Oviedo. Realización de banda de sonido: Estudio 85. Edición de video: Diego Kordaros. Puesta en escena y dirección general: Adrián Caram. Epígrafe en el programa de mano: "Todo dura un instante para toda la vida. L.A.S."

2 En este sentido nos referimos al *presente absoluto*, análogo al de algunos textos de Samuel Beckett (v.g. *Final de partida*).

la que los personajes son construcciones de otros personajes que perciben "presencias" de otros personajes cuya entidad se resuelve para el espectador hacia el final. Si bien en la puesta de Adrián Caram no se reproduce este procedimiento de estar presente por una percepción paranormal, la construcción de los personajes depende del acto de recordar y por lo tanto son también construcciones de una subjetividad. Las citas a estos films no son sólo procedimientos posmodernos, sino que precisamente señala textos en los que la realidad es no sólo inestable sino indecidible e inapresable.

*El día de la lluvia* se construye a partir de un asunto básico que dispara secuencias fragmentadas de una historia familiar. El acontecimiento que desencadena toda la textualidad escénica es el accidente que sufre una familia estándar (Tesler) cuando toma unas vacaciones; esa vez el padre permite a su hijo conducir el auto; en la ruta, el hijo, Gustavo, se queda dormido y sufren un accidente que resulta ser fatal para sus padres y su novia que viajaba con ellos. Este sería el punto de inflexión o punto crítico en el que se produce el cambio por concentración o saturación de una dinámica determinada. En el caso de *El día de la lluvia*, todas las secuencias muestran lo mismo en distinta medida, con distinta intensidad, solamente que, en el transcurso, al superponerse capas de lo mismo, la dinámica familiar se va minando de situaciones estructuralmente idénticas. Al no operarse cambios de fondo sino de forma, **el final se comprende como la resultante de la suma de repeticiones que, al saturar, estallan y destruyen lo que las contiene.** Esto es: si tomamos la secuencia de la salida y el accidente, podremos observar equivalentes con diferencias en **grados de tensión** en otras secuencias que la memoria de Gustavo recorta, construyendo una historia desde el recorte, la superposición y la repetición.

Es el reconocimiento del final trágico anunciado en diversos momentos lo que

provoca la resignificación de todo lo que acontece en la historia familiar de Gustavo. Precisamente la resignificación hace que resulte siniestro cualquier gesto, cualquier instancia que, presentada linealmente, podría verse inofensiva. El riesgo es latente y la visualización velada de esta amenaza que por instantes se percibe, vuelve siniestro lo cotidiano, extraño lo familiar y la tragedia no es algo que conmueva en la sorpresa de su concreción sino en el preanuncio de ella en todas las instancias.

La escenografía reproduce el espacio de una familia de clase media, sin embargo, es un espacio extraño por el tratamiento ambiguo que se produce por la relación de los cuerpos dentro de esta espacialidad atravesada por temporalidades simultáneas, no lineales.

El personaje Gustavo, es un personaje cuyo estatuto realista se desarticula en el curso de la representación, no solamente se fragmenta su temporalidad sino que justamente a partir de esa ubicuidad en tiempos confusos se traslada de un territorio a otro que lo retornan, lo multiplican y lo saturan. Su mirada se fascina en la aparición repentina de recuerdos que no tienen marcas claras de ser parte del pasado. De ahí, tal vez, la presencia de lo siniestro, es esa aparición repentina, fragmentada y desordenada que hay que enlazar y/o cargar de sentido.

Cada escena de la vida familiar, cada instancia de convivencia, repite analógicamente la estructura, tensión y densidad que anticipan el accidente. Tal vez, esa replicabilidad en potencia situada en cada secuencia marque, señale el patrón de la estructura particular de esa familia, sin pensar en un carácter inevitable del accidente; sí, posiblemente, pueda advertirse la fijación de instancias, gestualidades, tensiones idénticas, que se repiten en el contenido, no en la forma. La selección de la forma y el tratamiento del tiempo en *El día de la lluvia* ponen en relieve cierta *fractalidad* del texto, es decir, la repetición de determi-

## Inestabilidad y metamorfosis

nada estructura, cada parte del texto reitera con aparentes variaciones una especie de patrón. En el caso de este texto, es notable cómo esta estructura mínima aparece velada por formas aparentemente diversas.

Tiempos confundidos, espacios enraizados, formas fractales de la biografía de un sujeto hacen evidente la dificultad de apresar y ordenar la realidad. Tal imposibilidad provoca una incertidumbre sobre la constitución del mundo y frente a esta incertidumbre, el hombre despliega su angustia. En ésta, como en otras puestas en las que la inestabilidad y la incertidumbre atraviesan los sentidos del texto, no es difícil observar cuerpos extrañados, movimientos suspendidos que dudan sobre la contundencia de lo que los rodea. Esto, por supuesto, provoca modos de actuación diferentes de los tradicionales que apenas podemos recuperar a través de una descripción<sup>3</sup>.

La producción de Rafael Spregelburd también resulta un ejemplo oportuno para describir la teatralidad contemporánea.

Se pueden encontrar en los textos de Spregelburd varias especulaciones tomadas de teorías científicas que explican los conceptos de catástrofe, caos, azar, fractal, etc. Son teorías, todas éstas, que ponen de manifiesto el carácter inestable del universo y rompen con concepciones como las de linealidad, causalidad, armonía y simetría. La preocupación por el lenguaje como forma de construcción arbitraria de la realidad también es un tema recurrente en sus obras. Sin duda, estos tópicos están relacionados con la incertidumbre y la indecidibilidad, pero, paradójicamente, sus obras parecieran contar historias cuya lógica causal no está puesta en duda.

Veremos cómo funcionan estos supuestos iniciales tomando como ejemplo su texto *La Estupidez*<sup>4</sup>.

*La Estupidez* se desarrolla en varios hoteles de ruta estadounidense que responden al prototipo de las ficciones televisivas y cinematográficas, sin embargo, la habitación en la que ocurren las distintas situaciones "parece ser" siempre la misma. En este espacio ocurren diversas historias que, en principio, no tienen ninguna relación entre sí más que la que pueda tener el cruce de personajes en un ámbito semejante. Sin embargo, la organización del espacio (en el texto y en la puesta en escena) contribuye a suponer que las historias se "afectan" mutuamente y determinan su funcionamiento atrayendo la forma de una hacia

<sup>3</sup> Esta dificultad pone en evidencia, claro está, la importancia de documentar en soporte fílmico.

<sup>4</sup> Spregelburd, Rafael. *Heptalogía de Hieronymus Bosch*. 4. *La estupidez*. Buenos Aires 2003. Mimeo del autor (edición en prensa).

Ficha técnica: *La estupidez*, de Rafael Spregelburd se estrenó en El Portón de Sánchez, Buenos Aires, el 17 de agosto de 2003. Luego reestrenada en abril de 2004 en la sala Carlos Somigliana del Teatro del Pueblo. Actores: **Héctor Díaz, Andrea Garrote, Mónica Raiola, Rafael Spregelburd, Alberto Suárez**. Voz de Ambush: **Eduardo Aliverti**. Voces en off TV: **Diego Angeleri, Nora Navas, María Inés Sancerni**. Música original: **Nicolás Varchausky**. Escenografía: **Oscar Carballo**.

la otra. No obstante, el texto dramático señala claramente que *"Si bien el motel cambia en cada escena, la habitación que veremos es siempre la misma"*, además, en cada una de las escenas se menciona el hotel en el que se desarrolla la acción. En la puesta en escena, estas marcas también aparecen a través de elementos escenográficos, si bien el decorado de la habitación es el mismo, sólo en algunas escenas se ve, por ejemplo, que detrás de una de las puertas hay colgada una cabeza de ciervo o que en el espacio exterior se observa un cartel de neón con el nombre del hotel. Retomaremos este aspecto más adelante. Brevemente diremos que hay varias líneas narrativas: una es sobre la construcción arbitraria de una obra de arte de dudosa existencia por la cual dos marchands intentan hacer un negocio millonario con varios clientes; otra, es la de un actor de segunda que viaja con su hermana cuádrupleja hacia la casa de su madre; otra línea narrativa es la de un matrimonio con tres amigos que se alojan en ese hotel porque están probando una fórmula de probabilidades para ganar dinero apostando en el casino; otra línea se desarrolla alrededor de un científico que intenta decidir qué hacer con el descubrimiento de una ecuación que debiera mantener en secreto, además tiene un hijo que le pide dinero porque unos mafiosos italianos se lo están exigiendo; una línea más: dos policías que establecen una relación amorosa y un tercero que los acompaña e interviene cuando "azarosamente" encuentran un maletín con una suma muy importante de dinero de la que disponen gastar.

Hemos simplificado escandalosamente el texto pero nuestra intención es poder dar cuenta superficialmente de qué historias aparecen articuladas. Claro que cada uno de los ejes tiene varias complicaciones. Elegimos intencional-

mente hablar de *líneas* y no establecer un orden ni una jerarquía. *Líneas* nos resulta un término conveniente para hablar de cruces, de fugas y de enredos. Y no establecemos un orden porque el texto impide hacerlo proponiendo un corrimiento permanente del centro o un descentramiento constante de cada una de las líneas narrativas.

Las historias que aparecen en el texto, entonces, son cinco: una centrada en los marchands, otra en los apostadores, otra en la chica cuádrupleja, otra en los policías y otra en el científico. Todas se desarrollan con una supuesta independencia la una de la otra, sin embargo, ciertos elementos de cada una intervienen afectando el desarrollo de las demás.

Si se observa que el hotel no es siempre el mismo, el afuera de cada escena tampoco y lo único que no cambia es la habitación, evidentemente hay un forzamiento de la apariencia de continuidad que pone en crisis al lector/espectador<sup>5</sup> en cuanto a su capacidad de orientar la lectura, es decir, se le dan instrucciones para leer la discontinuidad pero la forma en la que aparece atenta contra una lectura no lineal. La arbitrariedad en la organización de las secuencias se oculta en el tratamiento espacial. Sin embargo, cada una de las historias tiene una forma que, en el proceso de recepción productiva, el lector/espectador tiende a construir en continuidad y causalidad con las otras.

Observemos que lo que en realidad ocurre en *La Estupidez* es un encadenamiento arbitrario de núcleos narrativos que azarosamente se cruzan "en la escena" produciendo así un contagio de formas entre una y otra. Esto es, el concepto de metamorfosis que se da por accidente, por la precipitación de una forma en otra, ocurre aquí apareciendo de manera "naturalizada", como si la relación fuese causal. De más está decir que, por

---

Asistentes de escenografía: Juan Pablo Gómez / Leni Méndez. Realización de carpintería: Guillermo Sotello, Realización de pintura: Nacho Pola. Realización de neones: Horacio Santos. Vestuario: **Julieta Álvarez**. Iluminación: **Diego Angeleri / Matías Sendón**. Eléctricos y operación: Martín Patlis / Fernando López. Fotografía: **Patricia Di Pietro**. Diseño: Rafael Spregelburd / Isol. Dirección: **Rafael Spregelburd**.

el tratamiento del espacio y por ciertas instrucciones del texto, está claro que el montaje, la yuxtaposición arbitraria de la escena ponen en evidencia la casualidad. Los espacios diferenciados textualmente (en la escritura y en la escena) por elementos escenográficos como la cabeza de ciervo en algunas escenas, el cartel de neón en otras, la disposición del espacio exterior que remite a lugares diferentes, encuentran su indiferenciación por los elementos de identidad estable en la habitación (la habitación es la misma) y por los objetos que quedan después de cada escena como restos o "rastros" de algo anterior (valijas, papeles, una casete, un cheque). Esta alteración en el uso de los objetos provoca ambigüedad espacial y por tanto la "indecidibilidad" de las relaciones entre secuencias. La organización, entonces, del espacio y de las historias es absolutamente arbitraria, accidentada, pero ese "accidente" se naturaliza o, más bien, se neutraliza por el espacio en el que aparece. Los elementos "ajenos", "extraños" a cada situación (el cheque, la casete, etc.) se incorporan en la totalidad en la que se "leen" produciendo asimismo una modificación de dicha totalidad. En este sentido, estos objetos, tomados como elementos que provocan un cambio en la forma son elementos catastróficos pero ocultos, disimulados como tales, producen además situaciones de incertidumbre tanto en el nivel de las historias como en el comportamiento de los personajes que, a menudo, sospechan de las causalidades.

Algo similar ocurre en otros textos como *Fractal*, *La escala humana*, *Remanente de invierno*, etc.

Resultaría sumamente forzado, habiendo reconocido esas marcas para la lectura, intentar construir una sola historia en la que cada uno de los cinco ejes fuera la consecuencia lógica uno del otro. En realidad, cada una de estas cinco his-

torias es una forma inestable cuya estructura es perturbada por la cercanía física de la otra.

Ahora bien, tanto la inestabilidad de cada historia y su cambio de forma como la consecuente inestabilidad del texto total producen incertidumbre respecto de la validez de lo percibido.

Por tanto, si la adquisición de una forma, al decir de Calabrese, "depende de un conflicto durante el cual un sujeto elige su propio futuro" (Calabrese; 1994: 128), la forma final de *La Estupidez* sería la resultante adquirida por el conflicto entre las múltiples historias (entendidas como formas), cuya constitución individual ya no puede entenderse sin ese proceso de metamorfosis operada no sólo por el entrecruce y la intervención de elementos "extraños"/"externos" a cada situación, sino por un particular proceso de producción y, además, el proceso de lectura.

El resultado es *camaleónico*<sup>5</sup>: la apariencia de una forma estable en la que varias historias acontecen en un mismo lugar, en donde incluso hay objetos que quedan como rastros de cada secuencia anterior, pero si se entiende que esos rastros son accidentes absolutamente azarosos se verá, sin duda, a través de acontecimientos imprevisibles, un simulacro de forma estable en términos de superficie.

---

<sup>5</sup> Utilizo "lector/espectador" cuando no hago distinción entre el texto dramático y el texto espectacular intentando dar cuenta de que el mismo asunto señalado ocurre tanto en uno como en otro texto.

## La experiencia tecnológica y la reformulación del tiempo y el espacio

No sólo las teorías científicas dejan su impronta en la teatralidad contemporánea sino también la experiencia tecnológica e informática contribuye a reformular las nociones de tiempo y espacio provocando de un modo u otro la experimentación de lo inestable y de lo que no se puede capturar.

La informática ha producido un cambio en cuanto a la concepción y vivencia del tiempo y del espacio<sup>7</sup>. La aparición del espacio virtual promueve, sin duda alguna, a una redefinición de lo real y de lo tangible suspendiendo en cierta medida el valor positivo que se le otorga a lo contundente, lo presente. Es decir, la fuerza que tiene en un acto comunicativo o de consumo aquello que está en "algún" lugar indefinido, incierto, es de tal contundencia que lo que verdaderamente aparece frente a los ojos del sujeto como una existencia concreta pierde su valor o su peso habitual y entonces comienza a compartir con lo virtual una entidad tan decisiva como para llegar incluso a producir emociones, enamoramientos y todo tipo de sensaciones que nada tienen que ver con la experiencia de la emoción que puede producir una ficción que es del todo ilusoria.

Se reformula el concepto de espacio. Hay otro espacio que provoca una borradora de las distancias acercando o alejando los sitios más recónditos y, por ende, hace reinterpretar la noción de "aquí". Por ejemplo, en una situación en la que dos sujetos están comunicándose por medio de un programa de chat o videochat pueden en la realidad tangible estar a una distancia enormísima el

uno del otro e, incluso, ser absolutamente desconocidos entre sí; sin embargo, la situación comunicativa en la que se encuentran los ubica en un mismo lugar (que no es un no-lugar sino que es "otro" lugar) en donde son capaces de confiarse las cosas más privadas aún sin saber el nombre real de cada uno ya que en general se usan los "nik" (alias). Entonces, tenemos sujetos que pueden experimentar con tanta "realidad" su vida diaria y tangible como esa "otra" realidad.

También la concepción del tiempo cambia. Los acontecimientos ocurren en momentos diversos o simultáneos y la percepción tiende a ordenarlos pero de ninguna manera ocurren primero uno, después el otro, y así sucesivamente, sino que se dan de manera casual y a veces se cruzan organizando realidades aparentemente estables. La experiencia tanto tecnológica como informática colabora en gran medida con esto. La velocidad con la que se transmiten mensajes, con la que se hacen cálculos complejísimo, incluso la velocidad con la que se puede llegar a hacer una comida en el microondas y otros ejemplos por el estilo, hace algo más que poner en crisis el concepto de tiempo, lo multiplica.

Tiempo, espacio, lenguaje y relaciones interpersonales afectados por la experiencia tecnológica e informática.

El teatro no es ajeno a esto. No sólo da cuenta de estos cambios sino que creemos que hay un tipo de teatralidad que se construye a partir de la impronta de la experiencia tecnológica que, como ya dijimos, también es una experiencia de lo inestable.

Particularmente, los cambios produ-

<sup>6</sup> Camaleonismo es un término tomado de la etología y usado para analizar comportamientos sociales equivalentes al de los animales que "disfrazan" su apariencia, mudan su forma para *atrapar* a su presa o para *ocultarse* de su depredador o para *seducir* antes del apareamiento.

<sup>7</sup> Cf. Piscitelli, Alejandro. 2002 *Ciberculturas 2.0: en la era de las máquinas inteligentes*. Buenos Aires, Paidós.

cidos en la informática, la informática misma y la reconceptualización de la noción del tiempo y del espacio que por ella se produce, afectan la organización del espectáculo teatral, modificando también la presentación de los acontecimientos, produciendo un cambio en la lógica causa-efecto por una relación causal de los acontecimientos generando una fuerte arbitrariedad en la construcción de ficciones teatrales.

## Fin de artículo<sup>8</sup>

Las producciones teatrales contemporáneas están, sin duda, marcadas por el tiempo en el que se inscriben. Es decir, un tiempo en el que, tanto las teorías científicas como la experiencia y avances tecnológicos, ponen al hombre en un lugar en el que todo su sistema de certezas se tambalea, en donde al hombre se le revela un mundo cuya constitución es inestable, mudable y polimórfica.

No pretendemos con esto explicar que el sujeto actual además de neobarroco está angustiado, al contrario, observamos objetos culturales en los que los procedimientos de construcción están dados precisamente por el placer por la complejidad, por lo inextricable.

Si bien convive el gusto clásico con el gusto neobarroco, es indudable que este último da cuenta, a través de sus objetos culturales, de las transformaciones en el modo de percibir el mundo. Un universo inestable, polimórfico y fragmentario en el que la "realidad" no es más que una construcción *ad hoc* y arbitraria de la percepción de un sujeto que se conduce vertiginosamente a través de un laberinto (en este caso el texto) en donde no importa tanto la salida sino el riesgo que propone un recorrido que provoca incertidumbre.

La misma nebulosa a través de la cual nos toca entender el mundo. ■

## Bibliografía

- Spregelburd, Rafael. 2003. *Heptalogía de Hieronymus Bosch. 4. La estupidez*. Buenos Aires. Mimeo del autor.
- Calabrese, Omar. 1994 *La era neobarroca*. Traducción de Anna Giordano. Madrid, Cátedra.
- Piscitelli, Alejandro. 2002. *Ciberculturas 2.0: en la era de las máquinas inteligentes*. Buenos Aires, Paidós.

---

<sup>8</sup> No quisimos poner "Conclusiones" para conservar cierta coherencia. Es decir, si denomináramos a esta parte del trabajo así, estaríamos proponiendo, tal vez, un cierre terminante, una certidumbre. Nada más alejado de nuestra intención. Por eso preferimos hablar de fin de artículo porque suprime toda ilusión de postulados definitivos. Acordes al objeto que intentamos describir, hemos intentado proponer un texto teórico en consonancia con su tiempo, esto es, conciente de su estabilidad provisoria.

# Hablando de diseño...

*... uno de los viejos temas recurrentes que de vez en cuando se ponen de actualidad para desvanecerse y reaparecer, y así sucesivamente, es la cuestión -siempre mal formulada- de si el Diseño es Arte. Debatimos esta cuestión en un diálogo, con argumentos y contraargumentos.*

- ¿El diseño es arte?

- No, querida. Diseño es diseño.

- No me negarás que el arte y el diseño tienen mucho en común....

- También tú y yo tenemos mucho en común, pero somos diferentes. Lo que tenemos en común pertenece a la especie. Pero lo que define nuestra identidad como individuos únicos e irrepetibles no es lo que tenemos en común, sino justo lo que nos es propio psicológica y culturalmente.

La teoría de la Forma ya nos enseñó que la percepción asocia lo que se parece. Pero cuando vas más allá de la percepción en busca de un conocimiento, y encuentras una sola diferencia, entonces sigue observando y descubrirás más y más diferencias. Las únicas semejanzas entre arte y diseño son puramente formales. Pero *La Gioconda* y la marca de Mercedes son algo más que formas.

- Pues no deben ser muy diferentes, porque hay artistas que hacen diseño y diseñadores que hacen arte.

- Uno puede hacer muchas cosas distintas, pintar un cuadro, diseñar un cartel,

cocinar y jugar al ajedrez. Lo esencial de tu pregunta no es la persona que hace la cosa, sino la cosa que hace esta persona: ¿arte o diseño? O más exactamente: lo que interesa es la *naturaleza* de esas cosas.

- Tú dirás lo que quieras, pero hay diseños que tienen valores artísticos innegables.

- "Lo artístico" no es el arte. Leonardo, Van Gogh o Picasso no son "artísticos". El adjetivo "artístico" está ligado al acto de la creación. Pero estamos hablando de sustantivos y con mayúscula: Arte y Diseño. Desconfía del adjetivo "artístico" cuando se aplica a algo que no es arte. Pero desconfía también del "diseño" como adjetivo: muebles de diseño, ropa de diseño, peluquerías de diseño o drogas de diseño.

- Entonces, si hablamos de arte, ¿tenemos que pensar en belleza, en una cierta poética?...

- La belleza o la poética es lo que a menudo es la razón de la obra de arte. La belleza, o incluso la fealdad, es al arte lo que la estética es al diseño. Pero una estética funcional. El diseño no es arte pero vive de él porque se alimenta de sus di-

**JOAN COSTA** es comunicólogo, sociólogo, investigador, profesor universitario, catedrático de Comunicación Visual, Universidad Iberoamericana, México. Ha publicado más de 30 libros y centenares de artículos sobre

*Diseño, Imagen y Comunicación.* Ha impartido cursos y seminarios en 25 universidades. Recientemente ha creado el «Diplomado Internacional on-line de Creación y Estrategia de Marcas». Dirige la colección editorial Paidós Diseño.

ferentes estéticas. De ahí vienen las confusiones.

- *Pues yo comparo diseño con Kandinsky, Klee y Mondrian.*

- *¿Y por qué no con Rubens, El Greco o Grünewald?*

- *Pues porque no tienen nada que ver.*

- *¿Cómo que no! ¿No hablamos de arte?*

- *Sí, pero no del arte clásico.*

- Entonces tu pregunta está mal formulada o plantea un falso problema. En cualquier caso, ¿a qué arte te refieres? Si lo que piensas es si el diseño es arte postimpresionista, o expresionista, o informalista, o surrealista, entonces la pregunta todavía tiene menos sentido.

- *Pues vamos a darle la vuelta. Bacon, el cubismo, una performance y una instalación, ¿son arte?*

- Sí. Son expresiones distintas de lo esencial.

- *¿Y qué es lo esencial?*

- Lo esencial es que el arte se hace preguntas y el diseño soluciona problemas. El cubismo, la abstracción, no son experimentos, son cuestionamientos sobre la vida, el mundo, nuestras ideas sobre todo esto, la sociedad, los valores, la mente humana.

- *¿Preguntas sobre la mente?*

- Sí, sobre la naturaleza humana. Tú sabes que la geometría, la matemática, el espacio y el tiempo no están en el entorno, sino en nuestro modo de percibirlo y de concebirlo. Están en nuestro cerebro. El arte cubista proyecta formas mentales en la representación pictórica del mundo. Y estas formas son geométricas porque salen de dentro, no están afuera. Los pintores divisionistas o puntillistas tuvieron una intuición genial sobre la naturaleza de la luz, de la visión y de la percepción del color. Cuando Kandinsky, Klee o Mondrian cierran los ojos a la realidad externa y miran hacia adentro, su lenguaje plástico es la forma pura (el "signo absoluto" como decía Walter Benjamin), la geometría, el color puro, el signo gráfico, el punto, la línea. En la Naturaleza no hay líneas ni contornos, pero sí están en la naturaleza del signo, el dibujo y la escritura.

- *Decir signo, dibujo y texto es hablar de diseño.*

- Hablo de grafismo, que no es lo mismo. Grafismo es el universo de "lo gráfico", lo que los griegos llamaron *graphein* cuando encontraron, en la mano humana, la raíz común del dibujo y el escrito.

- *Por eso hablamos de arte gráfico.*

- Es bien cierto que hay *arte gráfico* y también *diseño gráfico*. El primero es el dibujo y el grabado de las Bellas Artes. El segundo es la praxis que nació con la imprenta gutenberguiana, el dibujo de los tipos de letra, la composición de la página impresa (por cierto, con la "pro-

porción áurea" o el "número de oro", que definían la arquitectura de la página impresa, es decir, una síntesis de la geometría y la matemática: cosas mentales). Después vino el cartel, que ya no está emparentado con el dibujo sino con la pintura. Que no es el mundo de la línea sino de la mancha. Luego vendría la Bauhaus en pleno industrialismo, que convirtió la praxis artesana del diseño al rango de disciplina.

Arte gráfico y diseño gráfico tienen en común el *graphein*, es decir, el origen, que no es otro que la mano que "traza". Pero uno sigue siendo arte y el otro diseño.

*- Siguiendo tus razonamientos sobre las diferencias, también podríamos añadir que el diseñador trabaja para un cliente que le paga y juzga su trabajo.*

- Es así pero sólo hasta cierto punto, porque también grandes artistas eran pagados ya fuera por donantes, mecenas o cortesanos. Lo que es esencial aquí no es que el diseñador reciba dinero por su trabajo, lo cual es justo, sino que quien le paga -su cliente- le impone el objetivo, el fin, la función de lo que ha de hacer e incluso lo que debe conseguir. No le dirá cómo debe hacerlo (éste es el campo de libertad del diseñador), sino qué debe hacer para lograr el objetivo de su cliente.

*- Ya, el artista es libre. Nadie le impone un objetivo. Esto enlaza con lo que decías sobre la función del diseño, que es resolver problemas.*

- Así es. El diseño no tiene otra ideología que la eficacia.

*- Bueno, pero imagino que Goya quería ser eficaz...*

- La eficacia es el objetivo del pragmatismo, no del arte. El diseñador gráfico busca la eficacia en la solución de un problema de comunicación, igual como el diseñador industrial busca la eficacia en un problema de funciones.

*- El objeto industrial también comunica.*

- Pero su función primera y esencial no es comunicar. Y sí es comunicar la función primera y esencial del mensaje gráfico. Un objeto no es un mensaje. Y si decimos que un objeto como unas tijeras o un zapato comunican es porque todo lo que es visible, toda forma, *significa*.

*- Si el diseño es comunicación, el arte también es comunicación, del artista con el público.*

- Y hablar por teléfono también es comunicación. Pero insisto. Lo esencial no es que todo lo que percibimos comunique, cada cosa a su manera, sino qué es lo que se está comunicando. Y sobre todo, *para qué*. El diseñador quiere seducirte para que compres un producto, para meter una marca en tu cabeza, para que votes a un candidato o para que no te extravíes por los laberintos de monstruosos aeropuertos como el de Madrid Barajas. Estas son funciones del diseño. Que bien poco tienen que ver con el arte. Porque el artista no se conforma al mundo sino que se le opone.

*- Sin embargo, los diseñadores no han cesado de preguntarse si el diseño es arte, ¿por qué, entonces?*

- Yo veo en esta fijación del diseñador gráfico una parte de nostalgia histórica. El artista nunca se pregunta si eso que está haciendo será diseño. Tampoco los otros profesionales del diseño cuando diseñan una cafetera, un tractor o un frigorífico se preguntan si acaso están haciendo arte. Esto tampoco se lo plantean Calvin Klein o Toni Miró. Y veo aquí otro signo, un tanto freudiano, que revela la frustración de muchos diseñadores gráficos, que empezaron soñando con ser artistas y han acabado siendo operadores. Pero siguen empeñados en meter el arte en su trabajo como sea, y hablan de "arte final" y de "dirección de arte". ¿Por esnobismo o por consolarse?

- *Palabras...*

- En el mundo del diseño, que es un mundo de símbolos, las palabras son fundamentales. La palabra diseño está muy connotada del *disegno* del Renacimiento italiano, que significa, como quería Vasari, el Dibujo, "el padre de nuestras tres artes: Arquitectura, Escultura y Pintura".

Por el contrario, la palabra *design* es más precisa. Corresponde claramente al industrialismo nacido en Inglaterra, a la cultura técnica, que es la nuestra nos guste o no.

- *Dime, ¿cuándo nace el arte?*

- En la prehistoria, con el sentimiento simbólico de *sapiens*, que no sabía lo que era arte.

- *¿Y el diseño?*

- En el Renacimiento germano-italiano. Nace como *grafismo* con la imprenta gutenberguiana, o sea, a través de un medio técnico de producción. Y se consagra como *diseño* con la Bauhaus, en plena revolución industrial. El diseño (*design*) es hijo de la economía de producción.

- *No sé si me has convencido, pero me has dado mucha materia para pensar. ■*

# La industria audiovisual: de la globalización a las culturas locales

**MAURICIO DURÁN CASTRO**  
*Arquitecto de la Universidad de los Andes. Crítico de cine en revistas y periódicos nacionales. Ha sido docente de las universidades Nacional, Javeriana, Central y de los Andes, y director del Cine-Club de la Universidad y de su revista Cuadernos del Cine-Club. Ganador de una beca Francisco*

*de Paula de Colcultura sobre "El cine y la modernidad". Actualmente es director del Departamento de Artes Visuales de la Universidad Javeriana. Estudiante de la maestría "Cultura de la metrópolis" en la Universidad Politécnica de Cataluña y de la maestría en Filosofía en la Universidad Javeriana.*

## I. El cine: arte o industria

Durante el siglo XX el cine fue uno de los medios masivos más eficaces para la constitución de una de las más esenciales características del mundo contemporáneo: la expansión de un mercado mundial de productos y consumos culturales generados en escasos centros de poder económico y político desde donde se impusieron gustos, valores e ideologías homogenizadoras a una inmensa variedad de culturas locales y nacionales. Pero también ha logrado ser un potente vehículo para la expresión y afirmación de culturas locales y nacionales que desgraciadamente permanecen fuera de las estructuras del mercado masivo. Su situación, entre una industria de mercado mundial y un medio de expresión de lo personal o local, fue puesta en evidencia tempranamente por autores como Jean Renoir, quien definía la misma historia del cine como la "historia de la industria contra el autor". Otros como Luis Buñuel y Fritz Lang, que hablaron de la condición originaria de este "arte industrial" que requiere de grandes presupuestos y esfuerzos de mercadeo para compensar sus inversiones, al mostrar, el primero, que "la mirada del cine está bien dosificada por el conformismo del público y por los intereses comerciales de los productores", y al calificar, el segundo, al cine de industria, des-

pués de “que podría haber sido un arte”<sup>1</sup>. Relación simbiótica que Jean Epstein en 1926 equiparó a la de dos siameses: “unidos por el vientre (las necesidades inferiores de vivir), y separados por el corazón (las necesidades superiores de sentir emociones). El primero de estos hermanos es el arte cinematográfico, el segundo es la industria cinematográfica. Haría falta un cirujano que separase a estos hermanos enemigos sin matarlos, o un psicólogo que allanase las incompatibilidades entre los dos corazones”<sup>2</sup>. Esta compleja razón de ser un “arte industrial”, producto cultural y consumo masivo a la vez, ha terminado por “separar” a autores e industrias, aun conscientes de la necesidad de esta moderna dinámica de lo que han llamado Adorno, Horkheimer y Benjamin “industria cultural”. En ésta, el mercado masivo, el “consumo pasivo” y la propaganda de un “estado de cosas” tienden a imponer sus reglas al autor original<sup>3</sup>. Durante buena parte del siglo XX el cine resultó ser, dentro de las industrias culturales, más que otro producto de la moderna sociedad industrial, uno de los medios más eficaces para promocionar, expandir e imponer desde un único centro de producción, el mercado de los distintos productos y de su gusto al resto del mundo como lugar de recepción.

El rápido conocimiento y presencia del cinematógrafo de los Lumière en los puntos más remotos del mundo es sorprendente, si se tienen en cuenta que los medios de transporte más modernos que se tenían eran el tren y el trasatlántico. En menos de dos años la máquina tomavistas se presentaba en Tokio, México, Buenos Aires, El Cairo, Bombay, Shangai o Barranquilla, al mismo tiempo que se daban a conocer las imágenes obtenidas por esta máquina. Desde el momento en que se hacía la primera exhibición en estas ciudades se iniciaba el primer “giro de

manivela” de un mercado potencial y de una posible producción local, gracias a que este primer aparato cumplía con la doble función de ser “tomavistas” y “proyector” de imágenes en movimiento. Pero a pesar del inicial entusiasmo de producción mostrado en estos distintos y distantes puntos del globo, muy pocos esfuerzos se convirtieron realmente en cinematografías nacionales y menos en industrias. El aparato se dividió en dos, de manera que el “proyector” se quedaba en las provincias y el “tomavistas” regresaba a la “metrópolis” trayendo consigo exóticas imágenes que se exhibirían en otros lugares. Para Julio García Espinosa este proceso condenaba a la periferia a ser “objeto de información” más que de “cultura”, desmontando la posibilidad de ser “una legítima democratización de la cultura”<sup>4</sup>. Sólo bajo condiciones muy particulares, como las de una extensa y arraigada tradición cultural o la de convertirse en centros de producción para determinados idiomas, se lograron desarrollar industrias cinematográficas como las de Japón, India o México.

El sonido significó la circunstancia y el momento preciso para la consolidación de algunas de estas cinematografías, como para la quiebra de otras tantas, como la colombiana. El cine silente fue una especie de esperanto visual con el que se superaron importantes barreras idiomáticas: los pocos intertítulos eran interpretados por el *benshi* japonés<sup>5</sup> o los traductores locales que introducían costumbres locales al espectáculo cinematográfico. Pero el cine sonoro y parlante contribuyó a homogenizar aún más el espectáculo cinematográfico en el mundo, teniendo sólo dos variantes frente a la diferencia idiomática: el subtítulo o el doblaje. Esta especie de regreso a las diferencias idiomáticas y a la tradición oral prometía el surgimiento de mayores

1 Revista *Magazin dominical*. El Espectador, Bogotá, 30 de julio de 1995.

2 Epstein, J., en Romaguera, Joaquim, *Textos y manifiestos del cine*. Eds. Cátedra, 1998, Madrid, p. 335.

3 Adorno, Theodor W.: “La industria cultural”, en Martín-Barbero, Jesús y Silva, Armando (comp.) *Proyectar la comunicación*. Tercer Mundo editores, Bogotá, 1997, pp. 34-42; Benjamin, Walter. “El Autor como productor”, en Wallis, Brian (ed.). *Arte Después de la modernidad*. Ediciones Akal, Madrid, 2001, pp. 297-309.

4 García Espinosa, Julio: *La doble moral del cine*. Editorial Voluntad, Bogotá, 1995, pp. 101-107.

producciones locales para públicos minoritarios, sin embargo, la demora y costos en la adopción de la nueva tecnología contribuyeron a la conquista de estos públicos por parte de las industrias cinematográficas más fuertes o de las que más rápido conquistaron territorios idiomáticos, como por ejemplo el cine mexicano en Latinoamérica. Durante los primeros veinte años del cine sonoro (1927-47) el cine se convirtió en el espectáculo y medio masivo de mayor influencia en el mundo entero, logrando su expansión comercial en todo el mundo, la mejor respuesta del público y la definitiva conquista del mercado por parte de las industrias con sede en Hollywood, superando considerablemente a las de Pathé-Gaumont (París), Mosfilms (Moscú), Toho (Tokio) o Churubusco (México).

Pero la doble condición que mantenía el cine, la de ser arte e industria, producto y medio de promoción, no fue tan evidente en un principio; sólo hasta el desarrollo y crecimiento comercial de la televisión aparece un medio que por su penetrante competencia amenaza su existencia. El cine reina como espectáculo de masas hasta la llegada de la televisión que coincide con el establecimiento de un nuevo orden mundial después de la Segunda Guerra. La historia del consumo cinematográfico se divide en dos: un primer momento de desarrollo industrial y crecimiento de mercados, y otro, de sostenimiento frente a la competencia de la televisión y en el que se manifiestan claras posiciones de "autor" enfrentadas a la nueva industria de lo audiovisual que ahora incluye el cine y la televisión. Esta historia puede leerse como una crisis de la industria cinematográfica frente a la televisión o ¿cómo el cine podría alcanzar a liberarse de buena parte de los grandes compromisos industriales y comerciales que ahora subyugan a la producción televisiva?

## II. Las crisis de la industria y la búsqueda de alternativas

El triunfo aliado de la Segunda Guerra, y las ayudas económicas norteamericanas para la reconstrucción de los países europeos y del Japón, representó sobre todo la conquista indiscutible de estos mercados por parte de las "industrias culturales" de los Estados Unidos. Pero, aunque el cine era en este momento el gran vehículo de propaganda para el "*american way of life*" y sus productos, la aparición de la televisión amenazaba con ganarse el interés del público en su expansión al interior del espacio doméstico, seduciéndolo con su ideal de "comfort". El auge de este nuevo invento durante la inmediata postguerra en los países del primer mundo obligó a la industria cinematográfica a desarrollar estrategias de competencia, simbiosis o resistencia, como las de la pantalla ancha, los telecines y explotación de la producción cinematográfica en la "pantalla chica" o el surgimiento de cines independientes de la industria.

En la inmediata postguerra surge en Italia el neorrealismo, cuestionando el cine de grandes héroes y grandes acciones que representa buena parte de la producción industrial. Para Gilles Deleuze este nuevo cine de la "imagen tiempo" hace evidente "la crisis de la gran acción" de la "imagen movimiento" del cine anterior, criticando sus tópicos y mecanismos de acción, tanto como su misma ideología. Los personajes marginales y desplazados de toda acción que los integre socialmente, sus vagabundeos y movimientos en falso, los "tiempos muertos" del retrato veraz de la vida cotidiana, revelan la obvedad de las estructuras del guión clásico del cine industrial, la conexión mecánica de sus acciones dentro un esquemático orden de causa y efecto, que expresa el conductismo de la mecánica "sensorio-motriz" de estímulo y respuesta, que

---

<sup>5</sup> El *benshi* más que traducir representaba los intertítulos de las películas mudas en el Japón y el público preferirá el espectáculo por el *benshi* antes que por sus estrellas o actores. Elena, Alberto: "En el país de Godzilla: una introducción al cine japonés", en revista *Nosferatus*, número 11, Barcelona, 1993, p. 6.

condiciona tanto a sus personajes como a su público<sup>6</sup>. En contraste, el neorrealismo deja ver los mecanismos económicos, simbólicos y libidinales con los que funciona la gran industria, comercio y consumo del cine mundial. Este complejo es llamado por Christian Metz: la "institución cinematográfica", donde él investiga los mecanismos que hacen posible su circuito de producción y consumo, para explicar cómo éste se sostiene gracias a la promesa de satisfacción de un deseo y al aplazamiento sistemático de la plenitud de esta satisfacción, dentro del conjunto de una serie de relatos (películas) que postergan la satisfacción plena de los deseos creados por estas mismas películas<sup>7</sup>. El neorrealismo como expresión de una cultura particular, de un sentir y unas necesidades locales, se opone a la tendencia de un cine industrial que sólo puede sobrevivir a partir de un mercado global y que necesita homogenizar el gusto de un gran público, en función de sus productos. Esta "crisis del cine de la gran acción", que se evidencia con la aparición del neorrealismo, hace parte de la crisis de los "metarrelatos históricos" de la modernidad que Jean François Lyotard emblematiza con los nombres de Auschwitz e Hiroshima, como absoluta evidencia de la "liquidación del proyecto moderno"<sup>8</sup>. En la postguerra contrastan con la celebración de la victoria aliada, lo que muestran estas historias anodinas, con la debilidad de sus personajes y la frustración de sus empresas, expresando un gran desencanto por las promesas y valores de las historias y personajes heroicos. Mientras que el cine de la gran industria (Hollywood y Moskino) promueve el relato triunfalista de los vencedores, surgen cines nacionales (Italia y Japón) que evidencian la artificialidad de los mecanismos conscientes e inconscientes con que los primeros buscan legitimar sus acciones históricas a través, sobre todo, de los *films* de guerra norteamericanos y soviéticos. Así, mientras

que la industria cinematográfica de estas dos naciones que lideraron el orden mundial durante la postguerra y la "guerra fría" obedecía a las necesidades del papel histórico que encarnaban, la ausencia de un protagonismo histórico dio las condiciones de libertad y la independencia para que la renovación del cine se diera más bien en los países vencidos, que como en el caso de Italia no actuaron con una conciencia de derrota sino de "liberación".

Siguiendo el ejemplo del neorrealismo aparecerían una serie de propuestas de resistencia frente a las grandes estructuras industriales y comerciales, ya sea desde el interior de estos mecanismos o muy lejos de alcanzarlos, todas estas propuestas se consideran independientes y marginales de las políticas de los estudios cinematográficos: tanto el cine independiente norteamericano, la "nueva ola" francesa o el "free cinema" británico, como el "cinema novo" brasilero o los más recientes cine iraní, Dogma 95 o el actual cine argentino. La voluntad común de estos es realizar un cine que se mueva en contravía de la tendencia homogenización industrial, buscando una mayor libertad expresiva en las formas y los temas a partir de la utilización de bajos presupuestos que los liberen gradualmente de los compromisos de inversión y de la necesidad de complacer a un gran público. La resistencia de muchos de estos cineastas no sólo es una estrategia comercial frente al mercado global, sino que sobre todo es resistencia cultural y política frente a las imposiciones ideológicas y temáticas de la gran industria. En los años sesenta, para el cubano Julio García Espinosa se trata de "hacer la revolución en el cine"<sup>9</sup>, para el brasilero Glauber Rocha de "hacer cine con una cámara y una idea"<sup>10</sup>, o para el francés Jean-Luc Godard de "crear dos o tres Vietnam en el seno del inmenso imperio Hollywood-Cinecittá-Moskino-Pinewood"<sup>11</sup>.

6 Deleuze, Gilles: *La imagen tiempo*. Ediciones Paidós, Barcelona, 1986, pp. 11-41.

7 Metz, Christian: *El significativo imaginario*. Ediciones Paidós, Barcelona, 2001, pp. 93-99.

8 Lyotard, Jean-François: *La posmodernidad (explicada a los niños)*. Editorial Gedisa, Barcelona, 1992, pp. 29-47.

9 García Espinosa, J.: *La doble moral del cine*, p. 33.

10 King, John: *El carrete mágico*. Tercer Mundo Editores, Bogotá, 1994, p. 156.

11 Godard, Jean-Luc: *Godard par Godard, des années Mao aux années 80*. Flammarion, París, 1991, p. 9.

### III. La industria de la TV y el cine arte

Paradójicamente, después de que el cine fue el emblema de la "industria cultural" para Adorno y de las nuevas técnicas de reproducción que degradaban el "aura" de la obra de arte para Benjamin<sup>12</sup>, se convierte en la era de la televisión y el vídeo en emblema de expresión artística, en posibilidad de resistencia frente a las convenciones comunicativas de las "nuevas industrias culturales" de la globalización. Al dejar de ser el "medio de masas" que por excelencia promovía un "modo de vida" a partir de un "modo de representación institucional"<sup>13</sup>, pues ahora la televisión cumple este papel, el cine se permite entonces criticar este "modo de vida" tanto como las convenciones de un supuesto lenguaje cinematográfico. Prueba de esto son las películas de jóvenes norteamericanos como: *Welcome to the dollhouse* (1995), *Felicidad* (1998) e *Historias prohibidas* (2001) de Todd Solondz; *Réquiem para un sueño* (2001) de Darren Aronofsky; *Búfalo '66* de Vincent Gallo, la ganadora del Oscar 2001 *Belleza americana* de Sam Mendez o *Elephant* (2003) de Gus Van Sant.

Para Régis Debray el cine tiene la "ambigüedad de ser una industria de arte" que todavía fabrica prototipos, mientras que la televisión es claramente "industria" con su producción en serie; el cine, como el "arte", ofrece imágenes concebidas "independientemente de la demanda", mientras la televisión es pura "comunicación" que realiza su oferta de acuerdo con un "raiting" o demanda; el cine proviene de las bellas artes mientras la televisión, de la historia de las telecomunicaciones<sup>14</sup>. Pero si la televisión es más "comunicación" y el cine más arte, más "expresión", lo son sólo por su uso y no por las posibilidades de sus me-

dios, es decir, lo son en un momento dado y bajo unas circunstancias específicas. Ella recoge el "modo de representación institucional" que desarrolló el cine en su época clásica, mientras éste se permite ahora parodiarse, transgredirse y criticarse. El arte crea formas de sentido que, al intentar convencionalizarlas en la comunicación, se convierten en fórmulas que se vacían de sus significados y sentidos originales. De esta manera, la comunicación y sus convenciones de lenguaje se alimentan de la experiencia artística alterando su cualidad poética y expresiva, como afirma el mismo Godard en *JLG/JLG – autoportrait de décembre* (1994): "la cultura mata el arte". Una forma evidente de esta relación entre comunicación y arte, es la que hoy se da entre la televisión y el cine.

El enfrentamiento dialéctico que Benjamin ilustraba entre las "nuevas tecnologías" y las "bellas artes" a finales del siglo XIX, entre las construcciones de acero y cristal y las obras arquitectónicas, la fotografía y la pintura, el cine y el teatro<sup>15</sup>, se presenta a principios del siglo XXI entre la televisión y el cine: "como la fotografía ha liberado a la pintura de la exigencia del parecido, la televisión ha liberado al cine de sus deberes documentales"<sup>16</sup> (léase comunicativos e informativos). Este cambio del régimen del cine al régimen de la televisión es también promovido y condiciona una transformación de la ciudad moderna: de lo público a lo privado, de lo comunitario a la telecomunicación, de los espectáculos y transportes masivos a los consumos individuales o domésticos, de la ciudad cine a la ciudad televisión. Las ruinas de Auschwitz e Hiroshima son también evidencias de otras violentas transformaciones urbanas: la construcción y caída del muro de Berlín, la explosión demográfica sin planificación en las grandes capitales latinoamericanas, los *ghethos*

12 Benjamin, Walter: *Discursos interrumpidos I*. Taurus, Buenos Aires, 1989, pp. 17-57.

13 Burch, Noël: *El tragaluz del infinito*. Eds. Cátedra, 1987, Madrid, pp. 205-231.

14 Debray, Régis: *Vida y muerte de la imagen*. Ediciones Paidós, Barcelona, 2000, pp. 257-269.

15 Benjamin, W.: *Op. Cit.*, pp. 17-57.

16 Debray, R.: *Op. Cit.*, p. 258.

étnicos al interior de Nueva York, Los Angeles o París, las revueltas callejeras desde mayo del '68 hasta los movimientos antiglobalización, el ataque a las Torres Gemelas, la actual construcción de un muro que divide Jerusalem y, de manera más persistente y cotidiana, la toma de la ciudad peatonal por la autopista y el automóvil siguiendo el "modo de vida" de las ciudades norteamericanas, son evidencias de esta transformación que va de lo público hacia lo privado. En común: crecen las fronteras al interior de las ciudades a la vez que se desarrollan mejores comunicaciones entre éstas, se cierran espacios públicos urbanos y se abren espacios y redes virtuales, se interrumpe la comunicación directa y aumentan las telecomunicaciones. Según Marguerite Duras: "ya no hay calles donde verse, hay gente por todas partes y no hay nadie, ya no quedan pueblos, sólo aglomeraciones"<sup>17</sup>. Para un arquitecto que se ha transformado en dromólogo y comunicólogo como Paul Virilio, se trata de un cambio del espacio público por la imagen pública, desde los panoramas y dioramas del siglo XIX hasta la Internet<sup>18</sup>. Incluso, las ruinas de los grandes espacios de auto cines, como de otros tantos teatros de cine, que aparecen con reiterada nostalgia en películas de Peter Bogdanovich y Wim Wenders, son los vestigios de las últimas luchas del espectáculo cinematográfico en el nuevo espacio urbano dominado por el régimen de la televisión y la Internet.

#### IV. La TV como mercado global vs. el cine como producto local

Aquel "cine dentro de casa", como se caracterizó en su primer momento, fue idealizado por los cineastas Jean Renoir y Roberto Rosellini como un transformador proyecto cultural y educativo, y alcanzó a desarrollarse como tal en los setenta en la producción y programación de las cadenas de interés público: BBC de Londres, ORTF de París, RAI de Roma o la misma Inravisión de Colombia. Pero un modelo financiado por la venta de su espacio a la publicidad y por su consecuente necesidad de búsqueda de "raiting" triunfó sobre la televisión pública de interés cultural. Los productos de la televisión comercial requieren de mercados internacionales, de públicos masivos y de la homogenización del gusto, obligando a los programas locales a desarrollar modos industriales de producción que no se rigen por otra medida distinta al "raiting". En vez de cultivar el interés universal por lo local y por la diferencia, la televisión ha consentido el conformismo de un público que gusta de lo parecido en lo que identificamos hoy como lo global. En esta televisión comercial y mundial se parecen cada vez más las fórmulas del melodrama de una telenovela brasileña a las de otra venezolana, un programa de concurso en Madrid a otro en Shangai, la presentación de las noticias en Beirut a las de la CNN, la publicidad de jabones, automóviles o toallas sanitarias no distingue a sus usuarios en Lagos, Medellín o Estocolmo, las estrategias de los "reality shows" se calcan de un país al otro, simplemente modificando el modelo del "casting", que ahora realiza el público como un supuesto regalo democrático. Ante la acusación a su forma, tiránica pero persuasiva, de impo-

17 Duras, Marguerite: *Los ojos verdes*. Ediciones Paradigma, Barcelona, 1990, p. 47.

18 Virilio, Paul: *La máquina de visión*. Ediciones Cátedra, Madrid, 1989, pp. 47-61.

ner gustos, modas, anhelos y productos al público, otros cuestionan la supuesta pasividad del consumidor, reivindicando más bien la recepción como un espacio de decisiones y elecciones. Pero si existe "igualdad", "diferencia" y "elección popular" en la televisión actual, no son más que estrategias de ilusión de esta máquina de deseos. El derecho a la "igualdad" es interpretado por la televisión como la necesidad de homogenizar el mercado tanto en la oferta como en la demanda: el "raiting" reorienta el diseño de sus productos tanto como el gusto del público. Se argumenta como "derecho a la diferencia" la oferta de distintas marcas en el mercado, pero esto no es más que "derecho al consumo" defendido cínicamente por una campaña publicitaria de una empresa de servicios públicos local: "cualquier ser humano tiene derecho a comprar sus electrodomésticos". El "espacio público" de la televisión ha sido invadido por intereses privados y comerciales: "reality shows" que suponen a sus televidentes "elegir el casting" a cambio de que los "patrocinadores comerciales" promocionen sus productos. Godard invitaba a apoderarse de este "destino común" y "único espacio público" invadido por la "basura"<sup>19</sup>; pero este ideal revolucionario y democrático debe enfrentarse nuevamente al poder denunciado por Buñuel, el del "conformismo del público y los intereses comerciales de los productores". Sólo queda el "derecho a disentir" apagando la televisión.

Se argumenta que la televisión no es más que el espejo de la realidad social. Pero, sin duda, un espejo deformante y deformado por sus necesidades comerciales, espejo que refleja "modelos de realidad" diseñados previamente por las leyes del mercado y la demanda, digamos más bien: vitrinas de bienes y modos de consumo, como también de consumidores. ¿Hasta dónde es vitrina en

vez de espejo? Se requiere más bien imágenes y miradas críticas de la realidad, que critiquen sobre todo la mirada pasiva del espectador frente a un "estado de cosas", frente a sus representaciones, productos y actitudes que promueve. Quizá este papel de ejercer una mirada crítica sobre la televisión y sus productos lo ha llevado a cabo en mayor medida el "video arte", desde las primeras experiencias de Nam June Paik hasta Bill Viola. Imágenes y miradas que también ofrece otro cine preocupado por "el estado" de la industria de las imágenes, por el deber comunicativo y educativo de las imágenes. Películas "que devuelvan la visión y la fe al hombre", como las que espera la dueña de un teatro de cine rural alemán para reabrirlo, en *El transcurso del tiempo*<sup>20</sup> de Wenders. Un cine que espera imágenes que merezcan ser miradas y no contaminen más el medio ambiente comunicativo y audiovisual: la "semiosfera", "mediosfera", "iconosfera" o "videosfera"<sup>21</sup>. Así como Godard buscaba limpiar la "basura" que atesta la televisión, otro personaje de Wenders en *Historia de Lisboa* se propone ocultarse de la avalancha de "chatarra audiovisual" que producen los medios de comunicación. Se requiere de imágenes que dejen de ser "desechables", que superen su mismo "consumo", esa cruel relación entre el arte y su público que ha denunciado Tarkovski y ante la que recuerda que "el objetivo de cualquier arte que no quiera ser *consumido* como mercancía consiste en explicar por sí mismo y a su entorno el sentido de la vida y de la existencia humana"<sup>22</sup>.

19 Daney, Serge: *Perseverancia*. Ediciones El Amante, Buenos Aires, 1998, p. 157.

20 (*Im Lauf der Zeit*) película realizada en 1975 por Wim Wenders, que también realizó en 1982 *El Estado de las cosas (Der Stand der Dinge)* y *Lisbon Story* en 1994.

21 Gubern, Román: *Del bisonte a la realidad virtual*. Editorial Anagrama, Barcelona, 1996, pp. 107-108.

22 Tarkovski, Andrei: *Esculpir en el tiempo*. Ediciones Rialp, Madrid, 1991, pp. 59-60.

## V. Dogma 95 vs. Decálogo de Znaimer

Dos documentos de los años noventa sirven para ilustrar las dos grandes tendencias en que se debate hoy la producción audiovisual: el "Decálogo" con el que Moses Znaimer resume la esencia de la televisión y el "Dogma" con el que Lars von Trier y Thomas Vinterberg se proponen "luchar contra ciertas tendencias del cine actual". El primero se reprodujo en el periódico *El Tiempo*, el domingo 29 de noviembre de 1998 y es producto de un controvertido documental que el mismo Znaimer realizó: *TVT: la revolución televisiva*. Retomando algunas viejas ideas del influyente texto de McLuhan en 1967: *The medium is the message*<sup>23</sup>, expone la importancia de la televisión en nuestra civilización comparándola con la influencia de la imprenta y asegurando "el triunfo de la imagen sobre la imprenta". Algunas afirmaciones no pasan de ser evidencias de un "estado de cosas" sin ningún espíritu crítico del mismo: "cuanto más se globaliza el mundo de la televisión, más se aumenta la demanda local de programación"; o "es un flujo permanente y no los programas en sí mismos", son vacías verdades de Perogrullo. Otras, en cambio, intentan demostrar su carácter democrático como generadora de consensos, pero su manera de "crear consenso" es bastante cuestionable: ¿cuáles son las decisiones en las que el público elige? y ¿cuál el estado de conciencia en el que elige? Se afirma que la imprenta "creó el analfabetismo" para concluir en que la "televisión es democrática", ignorando la necesidad social de acceso al conocimiento que impulsó la reproducción de la escritura y pretendiendo que la tarea democrática es nivelar por lo bajo. Se afirma que "la mejor televisión es la que cuenta hoy lo que sucedió con la gente y su realidad", pero es difícil concluir que esta "mejor" televi-

sión sea la del "rating" que determina seriados, concursos y los actuales "reality", es difícilmente creíble que lo que les sucede a unos jóvenes "cómodamente abandonados" en una isla, sea "lo que sucede con la gente y su realidad". Finalmente, no podemos negar que la televisión, la publicidad y el actual estado del periodismo, son los que mueven hoy la comunidad humana, pero sí es necesario preguntarse hacia dónde la mueven, cuál es su meta.

El documento *Dogma 95* también está colmado de exageraciones y tendencialidades, sin embargo, más que una constatación de hechos es un manifiesto de propósitos: "un acto de sabotaje (...) contra el cine de ilusión". Recogiendo el ímpetu de la "nueva ola" de los años sesenta, se decide por aprovechar las nuevas posibilidades tecnológicas del vídeo digital para erradicar también el concepto de autor, enfermedad mortal y "burguesa" de sus antecesores. En su propósito "antiburgués", estos cineastas daneses<sup>24</sup> redactan un *voto de castidad* en el que se comprometían a renunciar a los "cosméticos", convenciones y concesiones del cine comercial, para optar por: historias que suceden en un escaso espacio y tiempo, sin efectos argumentales superficiales, realizadas fuera de los estudios y con cámara en mano, sin música incidental y con sonido ambiente grabado al tiempo con las imágenes, sin trucajes ni filtros y sin el crédito de "autor". Con este ascetismo artístico y este rechazo a la fácil complacencia del público, se propuso romper con las convenciones del actual cine industrial y comercial. A la corriente aceptada por Znaimer en los medios de comunicación y del actual estado de la industria cultural, *Dogma* se contrapuso como vanguardia que deseó enfrentarse al propio ego artístico y al público que lo mantiene. Como vanguardia no debe durar más de cinco años y sólo debe buscar la confrontación, la pregunta y la sos-

23 McLuhan, Marshall y Fiore, Quentin: *El medio es el mensaje*. Ediciones Paidós, Barcelona, 1995.

24 El documento *Dogma 95* y su *voto de castidad* fue redactado y firmado por los cineastas Lars von Trier y Thomas Vinterberg en Copenhague la primavera de 1995.

pecha sobre lo que se tiene aceptado como "natural" en la cultura, el lenguaje y las empresas de la comunicación.

Entre el *Decálogo* de Znaimer y el *Dogma* danés, se evidencia nuevamente la tensión entre la diferencia y la igualdad, lo plural y lo hegemónico, la variedad y lo homogéneo, lo local y lo global, la expresión artística y la convención comunicativa. Pero sólo el público en su elección, en su comunicación con las imágenes, permite, abre o cierra posibilidades a estas formas y fórmulas que son los productos de las "industrias culturales" que hoy conforman nuestro mundo.

## VI. CNN vs. el multiculturalismo

En 1969, un funcionario de la UNESCO quiso bautizar a nuestra época como "la civilización de la imagen", lema que ha criticado Deleuze como *cliché* reduccionista; pues, más que "de la imagen" se trata de la civilización "del tópico", del *cliché* que precisamente no permite ver lo que la imagen puede mostrar<sup>25</sup>. El tópico se construye al intentar dar lecturas unívocas y obvias a la naturaleza polisémica de la forma expresiva o poética, al codificar y volver funcionales las imágenes, homogenizándolas y reiterándolas. Un afán colonialista e imperialista ha llevado a los medios de comunicación de masas a convertir las imágenes en "tópicos": cuando los camarógrafos de los hermanos Lumière buscaban y descubrían nuevos paisajes en el mundo, convertían a éste en postales "exóticas", "tópicos". En 1952, Occidente descubre el *Rahomón* de Kurosawa que revela el cine japonés hasta convertirlo en moda; durante los años noventa la curiosidad por el cine iraní de personalidades como Abbas Kiorastami dio la pauta al, más convencional y comercial, de Majid Majidi. Sin embargo, frente a la homogenización de la oferta de la televisión comercial y mundial, los cines

nacionales prometen un rico y variado repertorio de imágenes diferentes que desprecia el gran público.

La respuesta del público frente a las imágenes de un acontecimiento histórico y mundial realizado para ser teletransmitido, como fue el ataque a las Torres Gemelas en Nueva York y al Pentágono, reveló la actual situación de la tensión entre la televisión y el cine. No sólo se exhibió una vez más la eficacia de la especificidad televisiva, la teletransmisión de imágenes en directo y simultánea a millones de receptores en todo el mundo, sino que se le utilizó como herramienta y estrategia política y militar, tanto desde la misma operación terrorista que contempló cuidadosamente su uso, como también de la operación de defensa haciendo que las imágenes justificaran por sí mismas la declaración de guerra. Estos hechos evidenciaron los alcances de la máquina de terror que ha sido y puede llegar a ser la utilización política de la imagen, desde las películas de monstruos, desastres y guerras, hasta la misma realidad que pareciera obedecer a las leyes de la ficción. Se puede decir que "el mundo entero contempló en el mismo momento este acontecimiento", y sólo gracias a su especificidad de la "teletransmisión en directo" se puede entender el impacto de este suceso y lo que hubiese sido sin la televisión. Pues, sin lugar a dudas, estas mismas imágenes proyectadas unas semanas más tarde en las salas de cine del mundo entero, no hubieran contribuido a la dimensión que adquirió el hecho. Luego, las mismas imágenes se repitieron hasta la saciedad con los mismos comentarios, titulares y declaraciones, logrando además para la CNN un "record" mundial de "raiting".

Un año después, sobre este mismo acontecimiento, una película compuesta por once cortos, once puntos de vista de once países y culturas distintas, pasó más bien desapercibida por los teatros de cine. Sin embargo la película *11'09"01*, muestra

25 Deleuze: *Op.cit.*, pp. 36-37.

diferentes posiciones y miradas sobre el significado de este hecho en distintas culturas locales: una aldea afgana donde los niños no imaginan siquiera lo que pueden ser las Torres Gemelas, otra aldea africana donde un niño desea atrapar a Ben Laden para salvar a su madre enferma con la plata del rescate, un chileno exiliado en Londres que recuerda el 11 de septiembre del golpe a la democracia chilena, una reportera en Beirut que intenta inútilmente cubrir una noticia violenta el mismo día del atentado a las Torres, el sonido de distintas letanías religiosas que se confunden con las exclamaciones de horror y el estruendo de la caída de las Torres, un soldado japonés enloquecido por el impacto de Hiroshima, un hindú perseguido como terrorista tras el atentado, etcétera. Una rica diversidad cultural, religiosa, lingüística y estética, que nos muestra expresiones locales en este mundo de la globalización, parece ser finalmente despreciada por el gran público. ¿Se prefiere la imagen que la CNN teletransmitió al mundo entero a las opiniones desde distintas culturas sobre estos hechos? ¿Se entiende por "realidad" la imagen en directo desde los estudios de los noticieros norteamericanos y por ficción las opiniones de hombres y mujeres de otras culturas? ¿Hasta dónde ha llegado la incomunicación que procuran los medios y lo que desea su público? En esta tensión entre globalización y culturas locales, se alinean de un lado la homogenización, los tópicos, el modelo comercial de la televisión, la industria de las telecomunicaciones, los mercados culturales y del otro la diversidad cultural, las imágenes, los modos de producción del cine independiente, la creación artística, el interés por la recepción de la obra de arte. La alternativa es la demanda de un público que busque ofertas diferentes a las que ofrece un mercado que a su vez está formando el gusto de su público.

## VII. Resistencias locales del cine latinoamericano

Durante los años sesenta las propuestas del cine latinoamericano se caracterizaron por su radicalidad antiimperialista, tanto desde su militancia política, como desde sus búsquedas poéticas y estéticas de una autonomía expresiva. La revolución cubana guiaba a muchos de los intelectuales y artistas del continente hacia una identidad cultural en la que compartían sus planteamientos políticos y sociales. En el cine, esto se manifestó en la emergencia de un gran número de propuestas y movimientos en Brasil, Argentina, Bolivia, Chile, México y la misma Cuba: el *Cinema novo brasileiro* con los manifiestos de la "estética de la violencia" y "del hambre" del cineasta Glauber Rocha -un tanto inspirado en el "manifiesto canibalista" que Osvaldo de Andrade redactara en los años veinte-; la propuesta de un "tercer cine" con el que los argentinos Octavio Getino y Fernando Solanas contestaban al cine industrial de Hollywood y al de autor de Europa; el cine indigenista del boliviano Jorge Sanjines y el grupo Ukamau; el cine de Miguel Littín, Raúl Ruiz y otros en el ascenso socialista del Frente Popular chileno; el "otro cine mexicano" que Felipe Cazal, Paul Leduc o Arturo Ripstein, realizaban fuera del régimen de la gran industria de su país; o las distintas orientaciones que resultaban del cine promovido por el Instituto Cubano del Arte y la Industria Cinematográfica, en las manos de talentos como Tomas Gutiérrez Alea, Santiago Alvarez, Humberto Solas o Julio García Espinosa, este último redactor de importantes textos que apuntaban hacia un cine "imperfecto", pero política y culturalmente correctos. En *Por un cine imperfecto*, García Espinosa ve con la claridad de un materialista histórico cómo el cinematógrafo desde un principio creó las bases de su explotación industrial y comercial, centralizando la producción en pocos países altamente desarrollados y explotando sus productos en un exten-

so mercado de países no desarrollados, y cómo esta misma estructura propiciaba la imposición de una ideología dominante a través de los contenidos de estos mismos productos. Quizá esta explicación sea hoy demasiado obvia, pero esos pensamientos y poéticas hicieron de esta importante producción latinoamericana un ejemplo de resistencia cultural y local frente al monopolio de la industria cinematográfica y como propuesta frente a la fuerte influencia del cine norteamericano en el público latinoamericano, que en todo caso sigue siendo muy difícil de combatir.

Aunque no se pueda cuestionar la alta calidad artística del cine latinoamericano de los años sesenta, reconocida en importantes premios de festivales europeos, sí es evidente que sus estrategias de mercado –base para la consolidación de las industrias- fracasaron rotundamente, y con éstas su proyecto político, hasta el punto de cuestionarse la eficacia de sus mismos discursos. El problema era y sigue siendo: cómo llegar al público, cómo competir con la fuerte estructura de mercado del cine industrial y, sobre todo, norteamericano. De esta manera, después de estas radicales propuestas, prosigue un extenso período en que se prefiere recuperar mercados que posibiliten un trabajo continuo que busca industrializar la producción. Este pragmatismo, que a veces no se distingue de un escepticismo y conformismo propios del derrumbamiento de la anterior utopía social, política y cultural latinoamericana, abona el terreno a una pequeña y mediana industria, con escasos intentos de cine de autor y, en todo caso, un deficiente mercado regional entre estos cines nacionales. En los setenta y ochenta, los gobiernos tomaron la iniciativa de incentivar las industrias nacionales e introducir sus productos dentro de los mercados ya existentes; los casos de Brasil, Venezuela, México, Colombia y Perú, fueron los más dicientes también en sus rápidos fracasos. En medio de esta situación, surgen las medidas proteccionistas y nacionalistas que quieren hacerle frente al ascenso de las políti-

cas neoliberales de una fuerte arremetida de la globalización durante los años ochenta y noventa. Los discursos se polarizan entre una cínica aceptación de las leyes del mercado que ferozmente tiende a aniquilar las producciones locales de pequeña escala y un incapaz proteccionismo en manos de estados burócratas y en quiebra. Este es el punto en que, a principios de los años noventa, no sólo los países poco desarrollados, sino también varios países fuertemente desarrollados de Europa, ven con preocupación la amenaza que significa para sus productos culturales la creciente fuerza que toman los productos norteamericanos en sus mercados nacionales. En Ginebra de 1993, durante la negociación para la liberación del comercio mundial, varios intelectuales y artistas franceses y europeos, liderados por Regis Debray, proponen excluir los productos culturales y audiovisuales del acuerdo GATT. Algunas de las respuestas contra esta “excepción cultural” en el mercado libre las protagonizó inmediatamente el escritor peruano Mario Vargas Llosa, argumentando que los productos culturales deben defenderse en un mercado libre, y condenando las pretensiones “chauvinistas” de “intelectuales europeos” que consideran superiores los productos provenientes del viejo continente al *Jurassic Park*. En este momento se logró la protección de un espacio en sus países para los productos de Godard, Wenders, Polanski, Almodóvar, Delavaux, Scola o Taviani, junto con los de otros paisanos de dudosa calidad, mientras que los productos de Rocha, Solanas, Leduc, Gutierrez Aléa o del peruano Francisco Lombardi hoy siguen esperando un espacio donde exhibirse a sus públicos nacionales. La lucha de estas expresiones locales frente a mercados largamente ganados y férreamente defendidos no es libre ni es justa. El público ha creado sus preferencias pero no de una manera crítica y las negociaciones siempre han estado amarradas a otras ayudas, como también a lotes de producción de pésima calidad provenientes de Hollywood. Los talentos latinoamericanos, como Luis Puenzo o Al-

fonso Cuarón, que lograron realizar sus primeras producciones en Hollywood, se han olvidado de reflejar sus preocupaciones primeras; han perdido el color local que llamó la atención en la gran industria. Los estudios de Churubusco fueron reducidos a su mínima expresión para realizar productos de maquilas hollywoodenses. El tigre –que nunca ha sido de papel- ha devorado todo intento de expresiones originales y locales; todo lo que apresa con su garra, como la del rey Midas, termina homogenizándose. Quizá diez años después regresa con más fuerza a defender los territorios que no alcanzó a perder.

Entre el 2004 y el 2005, se están realizando en varias ciudades americanas las negociaciones del ALCA y el TLC. Las políticas de varios gobiernos latinoamericanos buscan defender la “excepción cultural” con argumentos que incluyen la metáfora ecologista de las “reservas culturales”. Sin duda, será una negociación difícil para la multiculturalidad en estos tiempos de feroz globalización. Es necesario entonces atenerse a otras armas en busca de resistir a la homogenización cultural. Aunque no se trata de defender un falso purismo de las culturas, pues éstas se han constituido y enriquecido a través de una larga historia de mestizajes, sí se debe buscar que las distintas culturas resistan al fuerte impacto de una globalización ejercida a través de medios de alto poder de seducción y de productos generados desde un solo centro y poder. Además de los logros que se puedan hacer en los acuerdos entre los intereses privados de las multinacionales y los públicos de las culturas locales, deben tenerse en cuenta hoy las posibilidades de mercados distintos para los productos realizados con nuevas tecnologías de la imagen digital, más económicos, más veloces y más directos. Esta producción alternativa debe estar respaldada en todo caso por mercados que sólo podrían crearse con la construcción, educación, orientación, etc., de públicos nuevos. La educación, la crítica y la teoría contribuirían tanto como la realización de productos

novedosos que respondan a las necesidades culturales de estos públicos locales. Quizá sea necesario nuevamente no intentar emular lo que ya hace la gran industria, sino buscar soluciones que hoy permiten el cine en video digital de alta calidad; los mercados alternos desde comunitarios hasta internacionales; las propuestas audiovisuales alternas que responden a la homogenización televisiva (entendiendo ésta como tantos productos chatarra de Hollywood); la generación y formación de un público crítico en los diferentes espacios de recepción. Son necesarias muchas formas de responder y resistir al impacto que pueda resultar de las negociaciones del TLC y otros más, antes de que suceda la mayor catástrofe cultural y crimen en la historia del planeta. Obviamente, toda esta catástrofe podría justificarse en términos de que ésta ha sido simplemente la eterna historia de la humanidad, como lo vienen haciendo algunos defensores del mercado libre y la globalización. ■

## BIBLIOGRAFIA:

- BENJAMIN, Walter: *Discursos interrumpidos I*. Taurus, Buenos Aires, 1989.
- BURCH, Noël: *El Tragaluz del infinito*. Ediciones Cátedra, 1987, Madrid.
- DANEY, Serge: *Perseverancia*. Eds. El Amante, Buenos Aires, 1998.
- DEBRAY Régis. *Vida y muerte de la imagen*. Eds. Paidós, Barcelona, 2000.
- DELEUZE, Gilles: *La Imagen Tiempo*. Eds. Paidós, Barcelona, 1986.
- GARCÍA ESPINOSA, Julio: *La doble moral del cine*. Ed. Voluntad, Bogotá, 1995.
- GUBERN, Roman: *Del bisonte a la realidad virtual*. Ed. Anagrama, Barcelona, 1996.
- JAMESON, Frederic: *El posmodernismo o la lógica del capitalismo avanzado*. Eds. Paidós, Buenos Aires, 1991.
- LYOTARD, Jean François: *La Postmodernidad (explicada a los niños)*. Ed. Gedisa, Barcelona, 1992.
- MARTIN-BARBERO, Jesús: *De los medios a las mediaciones*. Convenio Andres Bello, Bogotá, 1998.
- METZ, Christian: *El significante imaginario*. Eds. Paidós, Barcelona, 2001.
- TARKOVSKI, Andrei: *Esculpir en el tiempo*. Eds. Rialp, Madrid, 1991.
- VIRILIO, Paul: *La máquina de visión*. Eds. Cátedra, Madrid, 1989.

# René Gruau y la retórica visual

Cuando en 1963 estudié “las figuras de la retórica en la imagen publicitaria” (*Comunicaciones*, N° 15, 1970), la casi totalidad de los anuncios publicitarios que había seleccionado utilizaban las técnicas fotográficas, y sólo algunas el dibujo. La principal razón era el hecho de que, en los años sesenta, la fotografía había suplantado ampliamente al dibujo en la creación publicitaria.

Pero eso provenía también de que los anuncios contruidos a partir de fotografías se prestaban mejor a un análisis retórico. Las figuras de la retórica visual consisten esencialmente en operaciones –tales como la repetición, la supresión, etc.- efectuadas sobre elementos en bruto, extraídos del mundo real. En los anuncios que utilizan la fotografía, la distinción de esos dos niveles – los elementos reales de naturaleza denotativa por un lado, la retórica combinatoria por el otro- aparece con gran claridad. El dibujo, al contrario, presenta una mayor complejidad. Como lo indica Roland Barthes, “la denotación del dibujo es menos pura que la

denotación fotográfica, ya que no existe jamás dibujo sin estilo”.<sup>1</sup>

Pero eso no significa que el análisis retórico no se pueda aplicar al dibujo:

“El trabajo de J. Durand, fundado exclusivamente sobre el examen de fotos, debería ser completado por el estudio de dibujos. Es a nivel del dibujo, particularmente, que aparece con gran claridad ese elemento nuevo -del cual los retóricos de la imagen no se ocupan- que es el estilo (...) Queda por hacer la retórica del estilo.”<sup>2</sup>

El estudio de los anuncios fotográficos había hecho aparecer un juego combinado entre tres categorías de elementos: un elemento dominante que es el producto –uno o (frecuentemente) varios personajes- y finalmente un conjunto de elementos formales (actitudes, accesorios, etc.).

Los afiches y los anuncios de René Gruau hacen aparecer un juego creativo sensiblemente diferente. Se suceden tres fases en el análisis, y pueden corresponder a las fases sucesivas de elaboración de la obra.

**JACQUES DURAND**

Doctor en Ciencias Económicas. Su actividad profesional se orientó hacia el ámbito de las investigaciones publicitarias y los estudios sobre el público de la radio y de la televisión. Fue Director de investigación de Publicis (1961-1969), Director de Auditel (1969-1972), Director de estudios de opinión de la ORTF, Director de Télédiffusion de Francia (1983-1990), Director de

investigación y desarrollo de Médiamétrie (1985-1990) y Consultor de Radio France (1994-1997). Autor de los libros, entre otros, *Le cinéma et son public* (Editions Sirey, Paris, 1958) y *Les formes de la communication* (Editions Dunod, Paris, 1981), ambos traducidos al español. Es autor, además, de numerosos artículos en revistas especializadas.

El elemento central es aquí el personaje, generalmente único, a diferencia de los anuncios fotográficos. Y lo que caracteriza a ese personaje es su postura inhabitual. Lo importante aquí es diferenciarse de la postura vulgar de la foto de identidad, por la elección de actitudes originales: un cuerpo encorvado (*Bijoux Jacques Fath*, 1950), una muñeca doblada (*Peggy Sage*, 1960), un brazo tendido, una cabeza inclinada (*Ligne Germinale Payot*, 1960), una mirada lateral, un pie en parte descalzo (*Bas Scandale*, 1950), etcétera. Se vuelve a encontrar aquí la retórica del dibujo de moda: lo que se quiere significar es la elegancia.

La segunda etapa de la retórica se refiere a las figuras que se construyen alrededor de ese personaje central. Pero mientras que los anuncios fotográficos, en razón de las técnicas que utilizan, privilegian las figuras aditivas, basadas en las repeticiones, las similitudes, las oposiciones, los dobles sentidos, ...- aquí hay un dominio de figuras sorprendidas. El personaje no es casi nunca visible enteramente, el anuncio no presenta más que una parte de su cara (publicidad de los productos de belleza) o sólo sus manos

(publicidad para guantes), o sólo sus piernas (publicidad para medias), o bien sus ojos están ocultos por un pañuelo de seda (*Rouge Baiser* 1949), o por un sombrero (*Précision de Payot*, 1951), etcétera. El personaje puede incluso desaparecer por completo, reemplazado por una tela y unos guantes posados sobre un sillón (*Parfum Diorama*). O bien a la inversa el producto estará ausente en el anuncio (*Gaine Christian Dior*, 1980).

El tercer momento es el del tratamiento gráfico. Como lo preveía David Victoroff, aquí se construye otra retórica. Las antítesis están reforzadas por un juego sobre los colores, por la oposición entre el negro y el color (*Affiche Lido*, 1957). Las elipsis son acentuadas por la supresión de una parte de las líneas del dibujo (*Rouge Baiser*, 1949).

Y finalmente se notará un juego aparentemente gratuito sobre pequeños detalles gráficos: el pie que sale del cuadro de imagen (*Bas Scandale*, 1950), el nombre del producto escrito sobre el diario que tiene el personaje (*Bas Scandale*, 1950), las bailarinas entrelazadas con letras gigantes del nombre del producto (*Affiche Lido*, 1975). Lo que aparece todavía aquí, como en la postura del personaje, es la voluntad de desprenderse de la estampería vulgar, de afirmar la presencia del autor. ■

1 En *Comunicaciones*, N° 4, 1964, p. 46.

2 David Victoroff: *La publicidad y la imagen*, Denoël/Gonthier, 1978, p. 135.

# Las nuevas estructuras audiovisuales

## **SIMÓN FELDMAN**

*Desarrolla actividades como investigador y docente en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires, de la cual es profesor titular consulto. Formado en pintura y cinematografía en Argentina y Francia, ha realizado cortos y*

*largometrajes, tanto documentales como de ficción y de animación. Ha dictado cursos en Argentina, España y Francia y han dedicado ciclos a sus películas en Frankfurt, Roma y Buenos Aires. Ha publicado varios libros en Argentina y en España.*

Resulta difícil, hoy, advertir la importancia que tuvo la cinematografía en las sociedades del siglo XX. La profunda fascinación que el cine despertó, desde los comienzos mismos de su historia, configuró un acontecimiento único que no admite comparación con otros medios expresivos por su amplitud y profundidad.

Ningún otro lenguaje puede comparar sus efectos con los producidos por el cine. Un libro, aunque se imprima y se distribuya en centenares de miles de ejemplares, no modifica el mecanismo reflexivo entre el lector y el texto; una obra de teatro, aunque sea vista por un público heterogéneo, se estructura sobre la base de ciertas convenciones que imponen un proceso intelectual al espectador. Son éstas, comparaciones en las que no entran juicios de valor, sino un cotejo entre las formas de penetración en los espectadores, penetración que, además, comprendía y comprende enormes estratos de difusión masiva.

A diferencia de un espectador de televisión, que recibe el mensaje en un ámbito familiar, rodeado de personas allegadas con las que, incluso, conversará durante la recepción y que puede, por lo tanto, guardar cierta distancia emocional, el espectador de cine está concen-

trado, casi hipnóticamente, en el espectáculo que se desarrolla ante sus ojos. El tamaño de la pantalla, la fidelidad de los detalles, la sugestión de actrices, actores y otros personajes, el fluir de la historia, todo contribuyó a crear esa fascinación que soslayaba gran parte de los mecanismos racionales conscientes y penetraba profundamente el inconsciente.

Pero, el énfasis puesto en los casos excepcionales, tanto en los contenidos como en los personajes, contribuyó a que el cine desequilibrara los niveles de conocimiento del hombre común, hasta el extremo de que la suma de los materiales y las formas de las películas, incluyendo una serie de datos secundarios, ejercieran una enorme influencia subconsciente. La actividad desarrollada por los personajes, su apariencia física, el medio en que se movían, los objetivos que los guiaban y hasta la ropa que usaban eran todos elementos que, justamente por figurar en un segundo plano, dejaban una huella profunda de la que el espectador era poco consciente, atento al desarrollo de la historia.

La idea que un espectador medio se hacía acerca de cómo era y cómo actuaba una multitud de tipos humanos, terminó conformada, no por una experiencia directa sino, poco a poco, por la imagen que de ellos presentaba la pantalla: hombres de ciencia o millonarios, exploradores o delincuentes, agentes secretos o mujeres fascinantes.

La introducción general del sonido en el cine hacia fines de la década de 1920 modificó muchos aspectos de sus características específicas, tanto técnicas como comerciales y artísticas.

En su primer período, el cine sonoro significó una baja directa en la utilización de la imagen como potencia expresiva, ya que el sonido incluía no sólo la música y los ruidos sino, y sobre todo, los diálogos. Y estos permitían el menor esfuerzo mental y financiero de "contar" en vez de "mostrar con las imágenes". Por otra parte, la necesidad de dispositivos complejos (cámaras inmóviles blindadas

para silenciar el ruido del motor, grandes micrófonos primitivos que debían disimularse tras cualquier objeto y a los que debían acercarse los actores durante la interpretación para que sus voces fueran captadas, ambientes aislados acústicamente, etcétera) contribuyó a frenar el ritmo visual del cine, que se hizo lento, además, porque la palabra obliga a una extensión ininterrumpida ya que no puede cortarse en cualquier parte, mientras que la imagen muda permite contracciones y cortes casi ilimitados. En ese primer período, la industria cinematográfica aprovechó el entusiasmo público por la novedad para hacer películas 100% habladas ... y cantadas, lo que en no mucho tiempo produjo el hartazgo. Un gran director de entonces, el francés René Clair, declaró en esos años que el mayor aporte del sonido al cine había sido la valoración del ... silencio.

## Los cambios en la percepción: la televisión.

Uno de los componentes importantes que caracteriza a la televisión es el hecho de que la recepción es directa: es decir, que la toma de imágenes y sonidos, su transmisión y su llegada al receptor es prácticamente simultánea. No es éste el lugar adecuado para describir los aspectos técnicos de tan poderoso medio de comunicación audiovisual; sólo nos basta mencionar que se trata de un flujo electrónico transmitido a la velocidad de la luz, descomponiendo en líneas el barrido de una célula fotoeléctrica, con rapidez suficiente para que el ojo perciba una imagen estable. De modo tal que las primeras emisiones públicas eran, como se decía, "en directo", con las dificultades y errores inevitables.

Sólo la utilización, años más tarde, de las bandas magnéticas que permitían el registro y la conservación de lo tomado por la cámara introdujo el montaje semi manual primero y, por último, la edición electrónica.

Avances técnicos extraordinarios, a

los que se sumaron las transmisiones y retransmisiones vía satélite, nos llevan a la comunicación global, con todas sus ventajas y, también, con sus elementos negativos.

Por ejemplo, si bien los programas informativos de la televisión global han multiplicado las fuentes de emisión que llegan al telespectador, esto no implica que éste entienda más lo que está ocurriendo. Generalmente, las noticias se presentan comprimidas, dependen en alto grado del texto que acompaña a las imágenes, sometido todo ello a un ritmo que obedece más a la noción de entretenimiento que a la información propiamente dicha. Y los programas, presionados por la necesidad creciente de llamar la atención, estimulan lo estrafalario, lo ramplón y la charlatanería superficial.

## Un paso más: el ordenador

Hacia fines de los setenta, la descomposición binaria de la transmisión de imágenes y sonidos provoca un nuevo avance en lo audiovisual. Lo multimedia, la telemática interconectada ocupan el escenario. En pocos años, una verdadera revolución se opera en la creación, el almacenamiento y la difusión de imágenes y sonidos por el tratamiento binario de imágenes y sonidos que consiste en traducir, a un valor numérico correspondiente, la cantidad de electrones proyectados sobre la pantalla de un tubo de rayos catódicos. Este tratamiento utiliza normalmente las cifras 1 y 0. Surgidas de los diferentes tipos de captación analógica que opera sobre la realidad, no tienen el mismo carácter, si se quiere, objetivo de la realidad que tienen la fotografía o la televisión. Por ejemplo, estableciendo códigos para transformar en colores falsos las diferentes intensidades luminosas – visibles y no visibles – recibidas, pueden obtenerse informaciones y conocimientos mucho más precisos so-

bre la realidad observada. En un período en que las especializaciones se hacen más y más precisas, el matemático Norbert Wiener preconizó la necesidad de las interdisciplinas y analizó las analogías entre las máquinas de calcular y lo psicológico. En una publicación de 1948, Wiener utilizó el vocablo cibernética, que el diccionario define como "... arte que tiende a representar, valiéndose de los recursos de la técnica moderna ... a partir de un entorno de realidad virtual ... objetos en movimiento".

Pero las imágenes de síntesis requieren no sólo capacidad creativa, sino también matemática, ya que deben llevar al ordenador sus proyectos por medio del lenguaje matemático, que es el lenguaje con el que opera el ordenador. Se considera este tipo de operaciones como legatario de la geometría perspectiva. Para pasar del plano a lo espacial, se descomponen las formas complejas en una enorme cantidad de formas geométricas, pequeños polígonos ligados entre sí para conseguir imágenes tridimensionales.

Recordemos que no hay "originales" con lo numérico ya que cada unidad mínima es una serie de 0 y 1, modificable a voluntad: cada tratamiento de imagen genera una nueva imagen sin pasado.

## Las realidades virtuales

Se conceptúa a los simuladores de vuelo como los antecedentes directos de las realidades virtuales. Estos simuladores son dispositivos gráficos complejos que manejan tanto la visión virtual del entorno de la cabina de comando de un avión como su interconexión con las maniobras del piloto, que está reaccionando frente a las imágenes simuladas que se despliegan ante su vista para reproducir, en imágenes virtuales, las maniobras de despegue, ascenso, descenso, frenado y, en equipos militares, ejercicios de tiro y defensa en ataques simulados.

Las imágenes numéricas, por otra parte, permiten revelar a la visión humana, que es sólo sensible a la luz, otros elementos que le resultan normalmente invisibles, como los rayos gamma, los infrarrojos, etcétera. Para detectarlos, las imágenes numéricas son, por ahora, indispensables, dado que hacen posible modificar los colores y las ondas no visibles, para transformarlos en formas visibles que, sin embargo, deben ser interpretadas, ya que el ojo humano comprende sólo en función de su experiencia anterior que, en estos casos, no existe.

Es importante recalcar que, asimismo, las imágenes numéricas, por su poder de manipular representaciones preexistentes tanto por su capacidad de crear otras inéditas, están creando nuevas estéticas con modificaciones impensadas hasta este momento.

Podemos dar dos ejemplos clásicos de estas nuevas simulaciones de lo real: por una parte, la recreación virtual (una de las primeras) de la abadía de Cluny, en París, destruida desde fines del siglo XVIII y reconstruida numéricamente con diferentes puntos de vista y que puede ser visitada – de forma virtual – por turistas provistos de visores que, inclusive, les permiten franquear la ley de gravedad para examinar los techos.

Otro ejemplo es el de los llamados encuentros virtuales, ya que una escena

cualquiera, registrada en cualquier época, puede ser llevada a una imagen digital, donde cada punto de la imagen original puede ser modificado, sin dejar huellas, permitiendo, como ya dijimos, encuentros imposibles entre personajes de distinta época y lugar.

El concepto primitivo de que una imagen fotográfica o cinematográfica “refleja la realidad” pierde hoy todo su sentido e introduce modificaciones estéticas y de lenguaje con las nuevas inserciones de la gráfica cinética en las comunicaciones audiovisuales.

Es nuestra convicción que estos nuevos aportes tecnológicos conducirán, como en el pasado lo hicieron la fotografía, el cine y la televisión, a formas de lenguaje que superarán o modificarán las anteriores, creando otras nuevas.

Una acotación final se impone: los extraordinarios aportes dinámicos de las nuevas tecnologías no deben impedir los tiempos necesarios para la reflexión y la creatividad. De otro modo, se impondrán sólo unas reiteraciones instrumentales. ■

# La historia en la enseñanza y aprendizaje de la tipografía<sup>1</sup>

## Introducción

Para iniciar este trabajo quiero decir que en ningún momento voy a dudar sobre la utilidad o, de forma más radical, de la necesidad de incluir la historia en la enseñanza y aprendizaje de la tipografía. Aclaro este punto para que desde aquí se entiendan mis propuestas. Por otro lado es necesario aclarar que mi formación profesional fue en diseño de la comunicación gráfica, especialmente orientada a la producción editorial y tipográfica, pero desde mis estudios de maestría el enfoque que ha primado en mis investigaciones y en mi práctica docente ha sido el histórico. Este enfoque parte de la necesidad personal por localizar mi práctica en un tiempo histórico determinado, resultado entre otras cosas del miedo al anacronismo, a descentrarme en mi quehacer, es por esto que concibo a la historia como una brújula imprescindible del trabajo del diseñador, sea éste teórico o pragmático.

En este ensayo abordaré el concepto de historia y su aplicación en la tipografía, tomando como referencia principal los tra-

bajos de Erich Kahler. Una vez aclarado esto trataré algunos aspectos relativos al currículo y la didáctica en la enseñanza de la historia de la tipografía y mencionaré algunos tópicos de la historia del arte presentes en la enseñanza del diseño y la tipografía; considero que esta área podría servir como referencia para una organización del enfoque histórico. Para finalizar haré una brevísima revisión de algunos de los problemas que encuentro en la bibliografía sobre tipografía.

## El concepto de historia y su aplicación a la tipografía

Segun Erich Kahler, autor de *¿Qué es la historia?*, existe una confusión común que hace que se entienda a la historia como un tipo de investigación, o sea se confunde la historia con la historiografía. Cito:

"El hecho de que se pueda concebir el estudio de la historia la constituye en un objeto de estudio en sí mismo. Para hablar de historia se debe contar al menos con tres factores: conexión de acontecimientos, relación de esta conexión con algo o alguien, que dé a los acontecimientos coherencia específica, y finalmente una mente comprensiva que perciba tal coherencia y cree el concepto que da un significado." (Kahler, 1992: 14-17).

Más adelante el mismo autor hace otra aclaración importante:

"La historia no está en modo alguno restringida al pasado, o siquiera caracterizada por él. [...] la historia es una cosa viva, está con nosotros y en nosotros, en cada momento de nuestras vidas. No sólo la persona informada sino todo el mundo, en todo lo que hace, se está moviendo constantemente en la historia. En su vida interior la historia se mueve de manera arquetípica. En su vida exterior, política, económica, tecnológica, está continuamente manipulando conceptos e instituciones arraigadas en la historia. Para actuar y planear necesita el sólido fundamento de la memoria sedimentaria formada durante la vida, es decir su identidad personal, pero más allá sería incapaz de seguir su vida cotidiana en la sociedad moderna sin el trasfondo de una memoria comunal, sin el sentido de su identidad nacional o humana, que es la historia." (Kahler, 1992: 23).

Creo que en este último párrafo podemos encontrar una serie de elementos que debemos analizar en detalle. La idea de que para planear y actuar, características presentes en la labor del diseñador, se necesita el sólido fundamento de la memoria sedimentaria, nos habla de que no podemos tomar ninguna decisión si no existe un acopio consistente y sistemático de las experiencias pasadas. Podríamos decir por eso que a lo largo de toda su carrera el estudiante de diseño está expuesto a situaciones de emulación repetida de la realidad, con sus salvedades por supuesto, pero con situaciones que le permiten vivir experiencias que comparten rasgos comunes a las condiciones con las que en su futuro profesional se enfrentará.

**MARINA GARONE GRAVIER** es Diseñadora de la Comunicación Gráfica por la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM-X) de México, donde obtuvo la Medalla al Mérito Universitario (1991-1994). Cursó la maestría en Diseño Industrial en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), en el área de teoría e historia del diseño (1996-1998) donde se graduó con mención honorífica por la tesis *Tipografía y diseño industrial. Estudio teórico e histórico para la representación tipográfica de una lengua indígena*. Realizó estudios de tipografía y diseño en la Escuela de Diseño de Basilea, Suiza (2000). Actualmente está desarrollando su tesis doctoral sobre la historia de la tipografía colonial para lenguas indígenas en la Facultad de Filosofía y

*Letras de la UNAM. Sus áreas de investigación son historia y crítica del diseño, historia de la tipografía y la cultura escrita y diseño y género.*

*Es cofundadora y editora de Editorial Designio; editora asociada de la revista *Tipo*, primera revista mexicana de tipografía, y miembro de los comités editoriales del suplemento literario *Hoja por Hoja*, de México, y de las revistas *DeDiseño* y *Encuadre* (Asociación Nacional de Escuelas de Diseño Gráfico de México). Es miembro honorario de *Coidigra* (Congreso Internacional de Diseño Gráfico, Venezuela) y de *Atypi* (Asociación Tipográfica Internacional).*

1 Este texto fue presentado en el Primer Coloquio sobre Enseñanza de la Tipografía que se llevó a cabo en el marco de la Primera Bienal de Tipografía Letras Latinas, 6 al 8 mayo de 2004, Veracruz, México.

## Currículo y didáctica en la enseñanza de la historia de la tipografía

Otra idea que está expresada en la cita de Kahler es la de la memoria comunal o comunitaria, ¿pero qué entendemos por comunitaria? Yo concibo esta denominación en un sentido doble: el primero se refiere a un grupo humano de grandes dimensiones, podríamos decir nacional o étnica, que a su vez podemos asociar con un país o cultura. El segundo sentido del término comunidad está en un aspecto gregario de menor dimensión, podríamos hablar concretamente de la comunidad de diseño, claro que esta última se puede inscribir en la primera, más grande, aunque no necesariamente. Cuando hablamos de comunidad de diseño, hablamos de un grupo humano que construye y desarrolla, a lo largo del tiempo, una serie de prácticas específicas, que cultiva una serie de saberes particulares no necesariamente presentes en un agregado mayor de personas, y que le permite constituir una comunidad extraterritorial, una comunidad que no necesita un espacio físico para existir. Por esto podemos entendernos con diseñadores de otros lugares, de otras culturas, porque en la base de la comunicación que se establece con nuestros colegas, hay una historia común de la profesión, de alguna manera compartida. En un sentido similar en *Galaxia Gutemberg*, McLuhan hablaba de la tipografía en los siguientes términos:

"La tipografía no sólo es una tecnología, sino también una materia prima, como el algodón, los bosques o el radio; y, como cualquier producto, configura no solamente relaciones de sentido propio, sino también modelos de interdependencia comunal."

Entonces, ¿cuál es esta historia común y compartida? La historia misma de la profesión, la historia del diseño y concretamente lo que nos atañe, la historia de lo que Walter Ong definiría como "las tecnologías de la palabra", entre las que se encuentra la tipografía.

Aparentemente las materias de historia o que tienen contenidos históricos, al igual que las materias de carácter teórico, son proclives al encerramiento en sí mismas, favorecen en menor grado que otras la interacción con otra clase y también desfavorecen la relación entre sistemas académicos o universitarios, modos y formas de expresión y uso de los contenidos. Es ese modo de concebir a la historia uno de los mayores gérmenes de su pudrición y el motivo del anquilosamiento de estas materias dentro del plan general de estudios en las carreras de diseño, así como la razón principal por la cual los alumnos la rechazan, ya que, en el mejor de los casos, la consideran como una forma de abordaje periférica de lo que visualizan como su futura práctica profesional.

Considero que los problemas de diseño curricular en el ámbito de la enseñanza de la tipografía, y específicamente de la inclusión de la historia en esta materia, son principalmente didácticos o, en otras palabras, son problemas del cómo se enseña, más que de qué se enseña. No existe investigación didáctica sobre este punto en concreto, y me aventuraría a decir que sobre casi ningún aspecto de la enseñanza del diseño que permita documentar, por ejemplo, cómo se llega a la decisión de incluir unos contenidos determinados y no otros en las materias. Pero, aún en este desolador panorama hay que pensar que se debe construir un objeto de enseñanza a partir de un propósito concreto, por lo que habría entonces que preguntarse cuál sería este propósito de la enseñanza de la historia de la tipografía. Una propuesta es concebir esta enseñanza o, mejor dicho, la inclusión del *punto de vista histórico* en la tipografía a partir de las prácticas sociales, y de manera muy general describo que las prácticas sociales son aquello que acontece en grupos hu-

manos específicos, en este caso el uso que hacen los diseñadores de la tipografía en los mensajes de comunicación visual para un público determinado.

Una vez definido esto cabría preguntarse qué criterios didácticos se deben entonces enfatizar en la enseñanza tipográfica. La propuesta preliminar que presento está articulada a partir de una serie de conceptos:<sup>2</sup>

1. *Continuidad*, se lograría mediante ejercicios sostenidos, de largo aliento, que le permitieran al alumno evaluar la evolución de un problema de comunicación y las posibles soluciones, enfatizando la multiplicidad de opciones de resolución que éste puede albergar.

2. *Diversidad*, se concibe a partir de situaciones distintas, que implicarán destinatarios diversos y géneros discursivos múltiples, de esta forma el alumno concebiría que no hay uno sino múltiples modos discursivos.

3. *Modalidades de trabajo*, distintos contenidos deben estar presentados de modos diversos, o sea evitar la repetición irreflexiva de un sistema inmutable de enseñanza-aprendizaje.

4. *Proyectos*, la organización de contenidos vehiculizados a través de proyectos permite concebir macro situaciones de enseñanza-aprendizaje, la extensión de los mismos permite a su vez ejercitar secuencias o tipos de soluciones que forman sistemas de conocimiento.

5. *Actividades habituales*, aunque se habló de distintas modalidades de trabajo, la repetición de ciertas estrategias productivas le permite al alumno la sistematización de actitudes y prácticas para su futuro desarrollo profesional.

6. *Secuencias de actividades*, con éstas se pondría el énfasis en la concatenación de situaciones, o sea la relación de distintos tipos de contenidos.

7. *Situaciones independientes, ocasionales o aisladas* permiten al alumno

ejercitar respuestas flexibles a situaciones problemáticas, cambiantes e inesperadas, dando un panorama bastante verosímil de la vida real.

Además de estos ejes, los *conceptos clave* que entrarían en juego en la enseñanza de la tipografía estarían vinculados con: el lenguaje, la comunicación y los tipos de discursos, o más específicamente la lengua escrita, los eventos comunicativos que se presentan con recursos visuales y la enunciación de esos eventos, o sea el tipo de presentación tipográfica, o lo que también conocemos como puesta en página. Los mensajes que generan los estudiantes de tipografía están relacionados con otros mensajes y discursos que los delimitan y les dan sentido, he aquí la esencia histórica del proceso de enseñanza-aprendizaje de la tipografía. No podríamos entender lo que pasa si no contáramos con un bagaje cultural, ubicado en un momento histórico que hiciera comprensible una situación dada para los sujetos participantes en el proceso de comunicación. Como se puede ver estamos hablando de los elementos modeladores del proceso de comunicación: enunciador-cliente, formalizador-tipógrafo-emisor, comunicación visual-tipográficamente expresada-, el modo particular de presentación -tipo o género discursivo-, el contexto de expresión -que vincula el mensaje particular que se está diseñando con el resto de los mensajes producidos-, y un destinatario-lector; aunque esto no quiere decir que el proceso sea lineal.

Pero en este panorama, en el que se concibe a la enseñanza de la tipografía como un fenómeno de comunicación históricamente situado, ¿cuáles son los problemas enunciativos? Uno de los más comunes es el desconocimiento o invisibilización del destinatario. Generalmente, para el diseñador, ese destina-

<sup>2</sup> Esta estructura didáctica se ha elaborado a partir de las recomendaciones del programa de lengua y literatura para nivel básico, de la Secretaría de Educación Pública de la Ciudad de Buenos Aires, Argentina. [www.buenosaires.gov.ar/educacion/docentes/planteamiento/pdf/integrado.pdf](http://www.buenosaires.gov.ar/educacion/docentes/planteamiento/pdf/integrado.pdf)

rio está en un relativo y cómodo anonimato, en un nivel de generalidad que le permite darse ciertas licencias a veces demasiado poéticas, por ejemplo cuando compone mensajes ilegibles o inentendibles, incluso para los propios colegas. Esto repercute en el tipo de compromiso social del enunciador respecto del contenido de la comunicación, o sea de aquello que se dice.

## Secuencia y tipos de contenidos

El punto de vista histórico permite aproximaciones sucesivas al objeto de estudio, no todos los contenidos se sistematizan de forma simultánea, sino que son saberes provisorios que progresivamente se van reforzando o modificando por asimilación de experiencias pasadas, de esta forma se llega a construir un sistema general de conocimiento. Pero este punto específico de sedimentación progresiva nos lleva a cuestionarnos sobre la secuencia de los contenidos, o sea qué se enseña primero y qué después. Por eso mismo es conveniente que los contextos y situaciones que se propongan para la enseñanza de la tipografía se analicen y seleccionen desde la pragmática, de esta forma se evitarán planteamientos utópicos, inexistentes y por lo tanto que no constituyen aprendizaje para la vida real.

El docente debe hacer una selección de contenidos congruentes con las posibilidades de ejecutarlos en el marco de las prácticas sociales, o sea una selección de los tipos de producción o problemas de orden general más comunes. La clase, salón o taller, como ámbito de aprendizaje particularizado, es un campo performativo, emulador, en mayor o menor medida, de la realidad. Por eso los tipos de proyectos que se trabajen pueden estar planteados a distintos niveles de realidad, o sea a recortes espaciales específicos; de esta forma se podría hablar de ciudad, región, país, subcontinente, o problemas globales.

Asimismo los proyectos son susceptibles de recortes temporales: proyectos cortos, para eventos efímeros o, al contrario, proyectos que requerirán asistencia y seguimiento por largo tiempo.

El currículo no se debe limitar a describir la práctica o lo que está pasando en un momento histórico dado, sino al estado o lugar a dónde se quiere llegar, o sea el currículo contiene elementos de la situación actual pero también comprende aspectos que podríamos considerar *ideales*, esto implica un pensamiento prospectivo que permite lentificar el envejecimiento natural de los contenidos planeados en las materias.

Pero algo que hay que tener en cuenta sobre la naturaleza de los contenidos de carácter histórico es que muchas veces no aparecen claramente o no se hacen evidentes de manera espontánea en las distintas materias, lo que no implica relativizar su importancia. Hay que establecer una diferencia entre las prácticas y los saberes, actuar de una determinada manera no implica tener sistematizados los conocimientos que estas prácticas conllevan. Por eso los conceptos de carácter histórico deben ser explícitamente planteados, tanto a nivel curricular como a nivel pragmático.

## Perfil del docente

Un factor importante en el proceso de enseñanza-aprendizaje son por supuesto los docentes. Cuando se diseña un currículo de tipografía que comprende aspectos históricos hay que tomar en cuenta cuáles son las características de los maestros que dictarán esas clases y qué conocimientos previos tienen, especialmente pensando en que no se puede enseñar aquello que no se sabe. De esto se colige que a la par del currículo hay que diseñar herramientas de apoyo o auxiliares para el desempeño académico del maestro y también concebir su capacitación en este rubro concreto. De la fra-

se *cada maestrillo con su librillo* debemos pensar concretamente ¿cuáles son los auxiliares que tiene el docente para el desarrollo de su materia?, en muchos casos estos docentes usan bibliografía que no está puesta en contexto, o sea no se analiza el lugar de su producción, la autoría de los contenidos y los saberes implicados en esos textos. Una propuesta concreta para paliar esta situación es hacer bibliografías razonadas, que permitan al docente orientarse dentro de la oferta textual. Asimismo se pueden producir otros materiales auxiliares como interactivos o, aunque suene anticuado para algunos, láminas explicativas, ya que no debemos olvidar que las realidades de equipamiento tecnológico son distintas si se trata de distintas zonas geográficas e incluso si hablamos de escuelas públicas o privadas.

Dado que el currículum no es prescriptivo, o sea no constituye una ley, hay que reconocer que existe una distancia entre los contenidos de la materia y lo que finalmente hace el docente en su clase. De esta forma no habría que pensar exclusivamente en los contenidos, sino también en los docentes, los alumnos y la interacción que entre ellos se desarrolle. Según los tipos de profesor, podemos decir que algunos siguen el currículum al pie de la letra y otros lo toman como referencia de carácter general, dando como resultado grados diversos en la interacción docente y contenidos de la materia y por lo tanto grados diversos de entendimiento y empatía del alumno respecto de la materia.

Otra situación que acontece a los docentes es la falta de autoproducción, me refiero con esto a la generación propia y reflexiva de textos sobre su área. ¿Para qué serviría que el docente escribiera sobre su materia?, en principio creo que serviría para generar una conciencia específica sobre sus saberes, sobre algunas situaciones de la clase y de esta forma compartirlas con el resto de los docentes encargados de la misma materia, así se

podrían contrastar modos y modelos de enseñanza y sacar conclusiones; por otro lado, el docente tendría mayor claridad respecto de las demandas que se le hacen a los alumnos y de alguna forma las contrastaría con sus propias capacidades. Pero tal vez la principal aportación sería la de sistematizar los saberes que el docente o grupo de docentes ha ido adquiriendo con el paso del tiempo, aquellas cosas que ha ido practicando y enseñando, que no están en ningún libro y que si no escribe se perderán.

De lo dicho hasta ahora sobre el perfil del docente que trabaja con contenidos de tipo histórico, queda claro que debe existir una capacitación específica para su desarrollo. Considero que como cualquier otra área del conocimiento humano, la historia es susceptible de ser abordada por cualquier persona, pero eso no implica que cualquier persona pueda enseñar historia. En este sentido sería conveniente considerar con seriedad la profesionalización específica de la enseñanza de la historia de la tipografía. Hay que distinguir también entre enseñar historia de la tipografía como contenido complementario para una futura práctica de diseño y como contenido en sí mismo, ya que en cada caso los acentos o refuerzos didácticos y pedagógicos variarán. Estos dos enfoques determinarán las características de los maestros que enseñan en cada una de esas dos modalidades, y modificarán el papel de la reflexión y la investigación, la libertad, la creatividad, la autonomía respecto del currículum.

Quisiera detenerme ahora en este punto, no porque considere que el tema está agotado, sino porque ésta es una línea que se debe explorar con mayor profundidad ya que admite innumerables variables, tantas como modelos educativos de diseño hay.

## Algunos tópicos de la historia del arte presentes en la enseñanza de la tipografía

La historia del arte es una de las áreas disciplinares más cercanas para el estudio sistemático de historia de la tipografía, aunque de ninguna forma la única. También podríamos incluir a la antropología en su modalidad de estudio de la cultura visual, la psicología o los estudios de percepción visual, y las materias bibliográficas, de historia del libro y la cultura escrita o de artes gráficas e impresión. En esta ocasión me limitaré a enunciar una serie de tópicos y herramientas presentes en la historia del arte que permitirían estudiar, analizar, producir y usar tipografía.

La firma como categoría no sólo de autoría sino de calidad y cosa única. A este respecto, en un ensayo anterior sobre cuestiones metodológicas para la escritura de la historia del diseño<sup>3</sup> comenté que la firma es una estrategia derivada de las artes plásticas como argumento de legitimación, prestigio y posicionamiento de los productos. La firma, como quintaesencia de la persona, garantiza individualidad, autenticidad e irrepetibilidad (aunque se trate de un objeto producido en serie). En algunos casos, las etiquetas-firmas ocupan, en la estrategia de publicidad y comercialización, un papel mucho más importante que el producto en sí. Éste es un aspecto evidente en la práctica de la tipografía ya que podemos encontrar innumerables ejemplos de nombres-marca: Baskerville, Caslon, Bodoni o Frutiger.

Y esta cuestión de la firma de algún modo se relaciona con otro elemento común en la historia del arte: la biografía.

Como la historia del diseño inicialmente giró en torno a los métodos más tradicionales del arte y de la arquitectura, la construcción del discurso y del conocimiento se centró en los maestros y artistas famosos, por ello entre los géneros discursivos utilizados para describir esta forma de enseñanza destacaron las monografías y biografías. La primera se refiere al trabajo de un diseñador, mientras que la segunda toma en cuenta la vida entera de éste, aunque en la práctica puede haber una superposición de ambos géneros. La razón del éxito de la segunda forma narrativa es que el objeto de estudio está en principio nitidamente definido, ya que se circunscribe a una persona concreta; la historia tiene un claro comienzo, un desarrollo y un final (si el personaje está muerto, claro) y el personaje funciona como catalizador de las acciones, o sea, proveen de una unidad narrativa clara. Pero uno de los problemas derivados de esta manera de contar es la dificultad en mantener una postura crítica y objetiva. Quien escribe tiene dos objetos: el personaje y su trabajo, y en la realidad pocos textos tratan de forma equilibrada ambos contenidos. ¿Qué otros problemas tiene este género?: pensar que los individuos por sí mismos hacen la historia del diseño, conformando, sosteniendo y alimentando la idea del genio creador, y por otro lado que la historia de esas personalidades conforman una idea del diseño basada en el éxito y el glamour. Esta forma narrativa es resultado de una época de enorme individualismo y no sirve para contar proyectos de claros alcances sociales y grupales. Los motivos antes mencionados han impulsado a la generación de

<sup>3</sup> Garone Gravier, Marina, *Historia del diseño. Cuestiones metodológicas*, conferencia presentada para los alumnos de la carrera de diseño gráfico, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, México, septiembre de 2003 (en prensa).

nuevos enfoques en la narración histórica como las aproximaciones histórico sociales o los estudios de género.

Otro de los tópicos que se podría discutir es el concepto de *calidad* que en el caso del arte están principalmente relacionados con los valores simbólicos o lo que comúnmente conocemos como aquello que nos transmite la obra, aunque sin desdeñar los aspectos puramente técnicos. Para la tipografía podríamos hablar en cambio de aspectos funcionales, por ejemplo factores de legibilidad. Pero basta ver la historia de la tipografía para cuestionar la inmutabilidad de este concepto. Por lo tanto, para poder hacer historia de la tipografía hay que reconocer una serie de valores visuales anclados o determinados por el tiempo y momento histórico de su generación.

También provienen de una forma de ver el arte los estilos, y estos se pueden rastrear en la tipografía, así podemos estudiar de dónde emerge la nomenclatura de barroco, neoclásico o moderno. Pero, ¿qué es lo que verdaderamente aportan estas clasificaciones?, orientan una suerte de modo de ver, la recurrencia de ciertos elementos formales, de ciertos rasgos de carácter que son un modo de conocer el mundo, en este caso que podrían contribuir al conocimiento del mundo de la tipografía.

La historia de la tipografía ha contribuido a la construcción, uso y reproducción del canon tipográfico, pero ¿qué se entiende por *canon*? En términos generales es todo aquello que sancionamos como apropiado. Por ejemplo si en este momento les pregunto cuáles son las tipografías usuales para componer textos corridos, en las respuestas habrá recurrencias, ésta es una manifestación pragmática del canon. Pero aunque éste puede ser más o menos útil para discriminar y escoger en el ancho mar de las tipografías también puede funcionar de forma restrictiva, dado que en el ejercicio y uso del canon hay una gran conti-

nuidad de objetos y métodos, o sea de paradigmas, aquello que concebimos como legible, aquello que consideramos como hermoso, útil o que está de moda. Aunque es importante mencionar que no deberíamos enseñar y aprender tipografía desligándola de la importancia y trascendencia de la escritura como medio de comunicación humana. Como mencioné anteriormente es Walter Ong quien describe que la tipografía es una de las tecnologías de la palabra. En mis propuestas para analizar las escrituras de lenguas ágrafas<sup>4</sup> comenté que a los diseñadores nos falta una relación más estrecha con lo escrito, que no implica la letra diseñada, sino la escritura que la gente usa y ha usado. Cuando se enseña historia se debe tender a construir una visión panorámica, o sea reconstruir un momento histórico con sus atributos y sobre todo sus relaciones de sentido. Por eso la sensibilidad a la herencia cultural es ineludible para el diseño y la tipografía. Para finalizar el tema de los tópicos, podemos decir que estos enfoques no son obligatorios, sino que constituyen propuestas para el abordaje histórico en la enseñanza de la tipografía.

### En torno a la bibliografía sobre tipografía

Lo que quiero plantear a continuación más que un hecho consumado es una expresión de buena voluntad. Este apartado por obvias razones no pretende ser exhaustivo, por lo tanto trataré de analizar algunas cuestiones relativas a los materiales impresos (libros y artículos) que son usados como auxiliares en las materias de tipografía, para revisar algunos conceptos y modelos históricos implicados en ellos. Asimismo haré una propuesta de tipos de contenidos que podrían ser apoyo para una comprensión histórica y social más amplia del objeto tipográfico.

Un primer punto para analizar de la bibliografía sobre el tema de tipografía

es el idioma original de producción de los textos, ya que gran parte de los que usamos en Latinoamérica han sido escritos originalmente en inglés o alemán, y aunque esto pudiera no ser un obstáculo, como dice el dicho: la traducción es traición. Precisamente por ello podemos dar un caso concreto, el libro *Pioneros de la tipografía moderna*, de Herbert Spencer. Con hojear el libro es fácil darse cuenta de que para Spencer y para cualquier europeo *tipografía* (la palabra que está en el título) es equivalente a diseño editorial y no al resultado del trabajo del tipógrafo o diseñador de tipos como entenderíamos en estas latitudes. Si esto pasa sólo con el título cuánto más pasa con el contenido. Sólo menciono este ejemplo, muy obvio por cierto, para plantear el problema de 1) poner los libros en contexto, 2) explicar a nuestros alumnos las variedades conceptuales, y 3) decidir si el libro nos sirve. En lo que toca al recorte temporal, el texto pertenece a la línea argumentativa del movimiento moderno, aquella que dice que el diseño nació en Bauhaus, y por lo tanto antes y en otros lados no hubo nada; lo dejo de tarea para aquellos que piensen algo distinto.

Otro elemento a considerar cuando hablamos de libros es la posibilidad de encontrarlos, o sea si están o no en las librerías o si las editoriales los distribuyen regularmente. En este sentido, para los que vivimos en una ciudad capital, los puntos de búsqueda son más o menos localizables pero no siempre pasa lo mismo en las ciudades de las provincias. Por otro lado es común ver una dinámica de saldos o libros que son importados de manera excepcional por algunas librerías, con lo cual es difícil poder armar una línea sólida de textos de estudio para uso

personal o docente, se dan así olas generacionales de libros.<sup>5</sup>

Asimismo la lista de libros no traducidos es bastante larga, y cito sólo como ejemplo el multicitado *The Elements of Typographic Style* de Robert Bringhurst. Y precisamente de él quiero tomar una frase muy *ad hoc*: "La historia de la tipografía es: el estudio de las relaciones entre el diseño tipográfico y el resto de las actividades humanas". Parece algo obvio pero hasta ahora no existe un trabajo sobre la historia cultural de la tipografía desde una perspectiva de diseño, sólo encontramos trabajos desde las perspectivas sociológica e histórica.

Otra cosa que hay que aclarar cuando se habla de fuentes bibliográficas es que gran parte de la producción actual de información en nuestra área está en modalidades un poco más efímeras que los libros como pueden ser las revistas o la Internet. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de esos medios? Para las primeras se puede decir que la mayor desventaja es la relativa imposibilidad de profundizar en los tratamientos de los temas, salvo que sean revistas de investigación, ya que no es lo mismo un artículo de 3000 caracteres que un ensayo de 20 cuartillas. Alguien podría argumentar en favor de las revistas acerca de la accesibilidad de precios respecto de los libros, pero a eso respondo que tal vez no debiéramos pensar que necesariamente todos los alumnos tengan libros sino más bien que se debieran fortalecer los fondos de las bibliotecas escolares. Para el caso de Internet la cosa cambia, el problema no es ya la extensión de los textos sino 1) la fugacidad de algunos sitios y 2) la severa dificultad, para alumnos y maestros, de poner esos

4 Garone Gravier, Marina: "Escritura y tipografía para lenguas indígenas: problemas teóricos y metodológicos" en *Ensayos sobre diseño, tipografía y lenguaje*, México, Editorial Designio, 2004.

5 Entre estos libros que alguna vez aparecieron y que hoy es casi imposible conseguir están por ejemplo: *Guía completa de la tipografía. Manual práctico para el diseño tipográfico*, de Christopher Perfect, Barcelona, Blume, 1994; *Diseñadores en la nebulosa. El diseño gráfico en la era digital*, José María Cerezo, Madrid, Biblioteca Nueva, 1997; *Tipografía*, de Antonio e Ivana Tubaro, Milán, Universidad de Palermo, Librería Técnica, 1994; o *La letra*, de Gérard Blanchard, Barcelona, CEAC, Enciclopedia del Diseño, 1988.

contenidos en contexto, de realmente relacionarlos con otros contenidos, de poder construir un mapa útil de información, una biblioteca no virtual sino mental. Considero que estos medios no servirán para todo tipo de trabajos por igual, sin embargo es importante reflexionar sobre el hecho de que crecientemente las tesis de grado y las investigaciones en general comienzan a estar sustentadas en fuentes de esta naturaleza. Asimismo podríamos dar como ventaja principalísima de ambos soportes la vitalidad, poder presentar cosas actuales, lo que no excluye la publicación de texto de carácter histórico.

Desde mi punto de vista, la producción local y regional de bibliografía sobre el tema está aún en un estado germinal e incipiente, considero que nos falta mucho por leer y entender, además de descubrir con claridad qué queremos decir sobre la tipografía y qué necesitamos estudiar sobre esta disciplina para resolver nuestras carencias y problemas concretos; por lo tanto éstas son cosas que tal vez sólo nosotros podremos escribir. Considero que en América Latina hay mucho por investigar e historiar en el ámbito tipográfico, esa es una tarea que hay que hacer pronto, ya que si no asumimos el reto nos seguiremos encontrando con textos foráneos, pobremente documentados, y naturalmente deficientes en su entendimiento de nuestra realidad histórica y cultural. Espero que no se malinterpreten estas opiniones como xenofobia intelectual sino por el contrario como una autocrítica y un verdadero llamado a la producción activa de nuestra historia y teoría tipográfica.

Finalmente quiero mencionar algunos temas que podrían incorporarse para una comprensión histórica y social más amplia del objeto tipográfico que deberían comprender los siguientes puntos: lenguaje y escritura, escritura y sociedad, sistemas de escrituras, tecnologías de la palabra, relaciones de género y producción escrita; y los casos concretos de las escrituras americanas, sistemas para la

producción de textos prehispánicos y coloniales y la introducción y difusión de la imprenta en nuestro continente. No es que nadie los haya tratado antes, que a nadie se le haya ocurrido, pero no se habla aquí de originalidad o ser los primeros en (enfermedad muy latinoamericana, por cierto) sino de sistematización para la comprensión de la historia cultural de la tipografía, de esfuerzos sostenidos y no de temas de moda para llamar la atención. Espero que estas reflexiones personales, fruto del genuino amor y compromiso que tengo con la tipografía, contribuyan de alguna manera a estimular un ejercicio, una enseñanza y un aprendizaje más pleno y ameno de la historia de la tipografía. ■

## Bibliografía

- Blanchard, Gérard: *La letra*, Barcelona, CEAC, Enciclopedia del Diseño, 1988.
- Bringhurst, Robert: *The Elements of Typographic Style*, Vancouver, Hartley and Marks, 1992, 254 p.
- Cerezo, José María: *Diseñadores en la nebulosa. El diseño gráfico en la era digital*, Madrid, Biblioteca Nueva, 1997;
- Garone Gravier, Marina, et. al., "Tipos de remate", historia de la tipografía, revista *Dediseño* 2001-2003.
- Garone Gravier, Marina: *Historia del diseño. Cuestiones metodológicas*, conferencia presentada para los alumnos de la carrera de diseño gráfico, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, México, septiembre de 2003 (en prensa).
- Garone Gravier, Marina: "Escritura y tipografía para lenguas indígenas: problemas teóricos y metodológicos" en, México, Editorial Designio, 2004.
- Kahler, Erich: *¿Qué es la historia?*, México, FCE, 1992, Breviarios 187, 216 p.
- McLuhan, Marshall: *La galaxia Gutenberg. Génesis del Homo Typographicus*, Barcelona, Aguilar, col. Círculo de Lectores, trad. de Juan Novella del inglés, 1993, 424 p.
- Ong, Walter: *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*, México, Fondo de Cultura Económica, 1999, 190 p.
- Perfect, Christopher: *Guía completa de la tipografía. Manual práctico para el diseño tipográfico*, Barcelona, Blume, 1994.
- Spencer, Herbert: *Pioneros de la tipografía moderna*, Barcelona, Gustavo Gili, trad. Concepción Méndez Suárez del inglés, 1995, 160 p.
- Tubaro, Antonio e Ivana: *Tipografía*, Milán, Universidad de Palermo, Librería Técnica, 1994.

# Educación musical: los retos del futuro inmediato

El reciente cambio de milenio ha supuesto una buena ocasión para imaginar el futuro y, al mismo tiempo, para reflexionar sobre el pasado en los más diversos ámbitos de la vida. Quienes nos dedicamos a la educación musical también nos hemos visto impulsados a mirar para atrás en busca de claves que nos permitieran calibrar el presente y, al mismo tiempo, a levantar la mirada tratando de perfilar un horizonte de futuro. Algunas de las ideas surgidas en este contexto son las que intentaré exponer en este artículo aclarando, como corresponde, que las mismas son fruto de reflexiones personales y que, por tanto, no pretenden adquirir un carácter universal.

Al hablar sobre la educación musical en el futuro es necesario hablar sobre el pasado y el presente, analizarlo, valorar sus aspectos positivos y negativos, pen-

sar qué nos gustaría mantener y qué deseáramos cambiar, hacer juicios de valor intentando proyectar el futuro. No podemos olvidar que «reflexionar sobre el futuro es imposible sin referirse al pasado y al presente, puesto que desde estos cimientos se construyen las líneas maestras de lo que está por venir» (Gimeno Sacristán, 1999: 29).

Partiendo de estas premisas, los retos a los que se enfrenta la educación musical serán analizados teniendo en cuenta tres cuestiones básicas: dónde y por qué aprender, qué enseñar y cómo enseñar música en las escuelas.<sup>1</sup>

**ANDREA GIRÁLDEZ**  
Doctora en Filosofía y  
Ciencias de la Educación.  
Prof. Titular del Área de  
Didáctica de la Expresión

*Musical, Escuela  
Universitaria de Magisterio  
de Segovia, Universidad de  
Valladolid.*

## Dónde y por qué aprender

*La escuela es el único lugar donde todos los niños tienen la oportunidad de recibir una educación musical.*  
Mehlig, 1997

La inclusión de la música en el currículo escolar es imprescindible. Comenzar este apartado con una afirmación tan categórica puede causar cierta prevención al lector, pero la fuerza de la aseveración pretende anular algunas consideraciones según las cuales la educación musical «es apreciada en cuanto fomenta la creación y proporciona disfrute, pero se anula como objeto de conocimiento» (López García, 1993: 84-93). Las razones que justifican una educación musical de calidad dentro del sistema escolar son múltiples y quedan avaladas por numerosas teorías e investigaciones (Gardner, 1983; Shaw, 2000; Eisner, 2002, entre otras). A pesar de ello, la realidad parece obstinada y, a diferencia de lo que ocurre con otras áreas de aprendizaje, la música no tiene garantizado un lugar en el currículo escolar.

¿Debería, entonces, preocuparnos el futuro de la educación musical en las escuelas? Si consideramos que en las últimas décadas la música ha entrado a formar parte de los currículos de los sis-

temas educativos de numerosos países y que, además, en muchos casos se cuenta con profesores especialistas, a primera vista deberíamos pensar que esto no es motivo de preocupación. Sin embargo, si tenemos en cuenta el valor que otorgan a la educación musical los políticos y, en muchas ocasiones, la sociedad, quizá tendríamos que comenzar a inquietarnos. No podemos perder de vista que «una de las principales dificultades consiste en que la música no es percibida como si tuviera un valor de supervivencia. En la sociedad contemporánea necesitamos el lenguaje, las matemáticas y las ciencias para sobrevivir, pero no necesitamos la música. Por lo menos eso es lo que se percibe comúnmente. [...] Cualquier evidencia de falta de comprensión científica se utiliza para exigir medidas drásticas, sin tener en cuenta los costes que implica remediar una desgraciada situación. En comparación, el analfabetismo musical es aceptado con ecuanimidad, incluso con indiferencia. No constituye ni siquiera una noticia. ¿Por qué debería serlo?» (Lehmann, 1993: 13-23).

La situación es compleja y, a diferencia de lo que podría pensarse, la atención que recibe la educación musical no siempre depende de las posibilidades económicas de cada país sino, más bien, de cuestiones ideológicas y del sistema de valores que surge de los distintos proyectos políticos. Valga como ejemplo la situación vivida en los últimos años en España, donde la música entró a formar parte del currículo en 1990 con la aprobación de la Ley Orgánica de Ordenación General del Sistema Educativo (LOGSE), durante la penúltima legislatura del gobierno socialista. Una ley posterior, la Ley Orgánica de Calidad de la Educación (LOCE), promulgada en 2002 por el gobierno del Partido Popular,<sup>2</sup> de corte conservador y neoliberal, recortó hasta los

1 Siendo, el de educación musical, un concepto muy amplio, aplicable a niveles educativos dispares que van desde la educación general hasta la profesional, pasando por la educación no reglada, debemos aclarar que nuestro artículo se limita a un contexto específico: el de la educación general u obligatoria.

2 La implantación de esta Ley ha sido paralizada por un Decreto de Ley aprobado por el nuevo gobierno socialista en 2004.

límites la presencia de la música en la escuela. A cambio, se potenciaban las llamadas "áreas instrumentales" (matemáticas, lengua e inglés) y asignaturas como la historia o la religión (una de las más polémicas puesto que España es un estado no confesional). La música llegó incluso a "desaparecer" del borrador del currículo para la etapa de Primaria publicado en Internet durante varios días hasta que, sin más explicación, fue vuelta a incluir. En la etapa de Secundaria, el recorte horario fue alarmante (suponía más del 50%). Por otra parte, desde el punto de vista de los objetivos y contenidos, el currículo venía a echar por tierra no sólo la labor desempeñada por los

docentes de música en la última década sino también la manera de abordar esta asignatura que, en lo propuesto por la ley, pasaba a ser fundamentalmente teórica y, en la etapa de Secundaria, se centraba básicamente en torno a la historia de la música occidental.

Situaciones como ésta forman parte de la realidad a pesar de que las razones que deberían inducirnos a legitimar la música en las escuelas son tantas y de tanto peso como las que legitiman otras áreas de aprendizaje. Pero, ¿por qué estas razones no parecen ser suficientes? Puede, como opina Philpott (2004: 65) que «la confianza excesiva en las justificaciones simplistas realizadas en relación a la presencia de la música en el currículo haya minado la inclusión de esta materia y que, paradójicamente, los numerosos argumentos que han proclamado a la música como algo especial también hayan hecho que la música fuese tomada en consideración con menor seriedad que otras disciplinas aparentemente de mayor peso».

Quizá tengamos que seguir perfilando nuevas formas de argumentar (que no argumentos) para conseguir que tanto la clase política como la sociedad en general comprenda que la música debe legitimarse definitivamente como parte fundamental de los currícula de la enseñanza obligatoria. Y debemos hacerlo porque «la música educa y es un medio poderosísimo para la formación, para el descubrimiento y la consolidación de nuestra identidad, de nuestra diversidad infinita pero también de nuestro destino común, para afianzar los fundamentos del espíritu, en momentos en que las brújulas intelectuales y morales son más apremiantes que nunca. Pero también para poner de manifiesto las capacidades de [audición], composición e interpretación musical que, de otro modo, permanecerían ocultas e inadvertidas» (Mayor Zaragoza, 2004: 7).

## Qué enseñar

*Necesitamos planificar un poco más para lograr una mayor eficacia; debemos elaborar unos currícula bien fundamentados y formulados con sensibilidad; es importante que pensemos juntos sobre la educación musical. Swanwick, 1991.*

Como afirmábamos en el apartado anterior, la inclusión de la música en el currículo escolar es imprescindible. Ahora bien, una vez reconocida su importancia debemos plantearnos qué modelo de educación musical queremos ofrecer a nuestro alumnado, algo que, entre otros factores, queda determinado por la realidad musical que nos rodea y por los contenidos que seleccionamos para conformar los programas educativos, difícil tarea si tenemos en cuenta que, a diferencia de lo que ocurría en el pasado, hay ahora demasiadas cosas que aprender y cuestiones de peso que determinan (o deberían determinar) nuestras opciones. Por una parte, nos planteamos un modelo educativo que permita al alumnado conocer y hacer música. Por otra, debemos prestar atención a un mundo musical marcado por el pluralismo, en el que conviven (y se fusionan) los más diversos estilos. Al mismo tiempo, no podemos alejar nuestra mirada de desafíos como los planteados por la globalización, la interculturalidad o la multiplicación de medios audiovisuales y tecnológicos.

Cuando hablamos de un modelo educativo que permita al alumnado conocer y hacer la música, nos referimos a un modelo que posibilite el desarrollo de lo que Gino Stefani (1982) denomina "competencia musical", concepto que él mismo define como «el saber, el saber hacer

y el saber comunicar» que se actualiza cuando se tienen experiencias musicales significativas. El desarrollo de esta "competencia musical" debería ser el objetivo último de nuestro modelo educativo y, consecuentemente, orientarnos a la hora de seleccionar los contenidos más adecuados. Al mismo tiempo, las capacidades desarrolladas mediante los contenidos seleccionados deberían permitir al alumnado continuar un aprendizaje musical independiente, más allá de los muros del aula o, como señala Lehmann (1993) «proporcionarle el entrenamiento y el conocimiento necesario como para tomar sus propias decisiones musicales y la motivación para seguir aprendiendo durante toda su vida».

También nos hemos referido a la necesidad de atender a la realidad musical que nos rodea, una realidad ecléctica en la que, como ya hemos explicado, «la música florece como un campo de actividad libre y aparentemente ilimitado donde todos los recursos compositivos y las posturas estéticas son posibles» y en la que «conviven subculturas que interactúan y se influyen mutuamente de diferentes maneras» (Giráldez, 2003: 70). Debido, en parte, al desarrollo de los medios audiovisuales, en las últimas décadas hemos podido tomar contacto prácticamente con todas las músicas posibles. A pesar de ello, los programas de música siguen centrándose en un repertorio muy reducido que, en la mayoría de los casos, suele limitarse a la música culta de tradición occidental (especialmente a aquella compuesta entre los siglos XVII y XIX) y, eventualmente, al folklore.<sup>3</sup> Todo ello a pesar de que, como afirma Small (1989:221) «limitar nuestras enseñanzas, en épocas de cambios tan profundos y turbulentos, solamente a los valores tradicionales de la música occidental es correr el riesgo de limitar la imaginación de nuestros alumnos a aquellos modos de pensamiento que

3 J. M. Vilar (1998: 78-90) analiza la presencia de las músicas modernas en los libros de texto de Educación Secundaria Obligatoria editados en España. Los valores promedio de grabaciones musicales incluidas en los discos compactos que acompañan estos textos son los siguientes: modernas (13), tradicionales (19), clásicas (68). El análisis fue realizado con textos publicados en la década de 1990. Si revisamos textos anteriores a esa fecha, comprobamos que aproximadamente el 95% de las audiciones

han traído a nuestra cultura a su desastrosa situación actual». La selección del repertorio no es algo inocente y, más allá de las convicciones que el propio profesorado pueda tener con relación a este tema, es cierto que muchos docentes piensan que deberían incluir músicas de diferentes épocas, culturas y contextos en sus programaciones, pero no tienen criterios claros a la hora de hacerlo. No podemos olvidar que, salvo excepciones, la mayor parte del profesorado se forma en conservatorios o escuelas de magisterio en las que la mayor parte de la enseñanza (por no decir la totalidad) gira en torno a la música clásica de tradición occidental. Por ello, los cambios que puedan producirse en el ámbito de la formación (inicial y permanente) del profesorado son esenciales si queremos que el ideal de una educación musical en la que tengan cabida todas las músicas posibles se haga realidad.

Finalmente, y sin agotar los factores a tener en cuenta a la hora de seleccionar los contenidos, hemos hecho alusión a los desafíos que plantean los medios audiovisuales y tecnológicos en el ámbito de la educación musical. El desarrollo tecnológico ha influido enormemente en la cultura moderna y, de manera muy especial, en la industria musical. En la educación musical, el impacto de estos recursos nos ha llevado a replantearnos no sólo algunos de los contenidos, sino también los objetivos, las actividades y los recursos metodológicos aplicados en el aula y a desarrollar diversas propuestas didácticas que atienden a las posibilidades que se abren mediante el uso de teclados, ordenadores y otras tecnologías disponibles para la producción, grabación y reproducción del sonido. Se trata, evidentemente, de un terreno en el que aún conviven mitos, promesas y realidades puesto que, a pesar del importante número de investigaciones realizadas hasta el momento, queda un largo camino por recorrer.

## Cómo enseñar

*Las preocupaciones básicas no pasan hoy de manera exclusiva por los aspectos técnico-didácticos del proceso de enseñanza y aprendizaje de la música sino, más bien, por algunos aspectos contextuales de los procesos educativos.*  
Hemsey de Gainza, 1997

Desgraciadamente, muchas personas recuerdan todavía su aprendizaje musical como una materia poco práctica, aburrida o centrada en la teoría y la lecto-escritura como primera y única vía de acceso para llegar al sonido y a la propia música. Una situación que, aunque muy lentamente, fue cambiando con la difusión de los métodos de educación musical surgidos en la primera mitad del siglo XX (Dalcroze, Martenot, Willems, Kodály, Orff) y el posterior desarrollo de nuevas propuestas metodológicas (Dennis, Paynter, Shafer, entre otras). Aunque cada uno de estos métodos o propuestas metodológicas se basan en diferentes premisas, seleccionan distintos contenidos y subrayan diferentes aspectos de los procesos de enseñanza y aprendizaje, la mayoría coincide en una idea básica: que todos los niños y las niñas pueden y deben beneficiarse de la enseñanza musical, sin importar su talento o musicalidad.

La aportación de estos métodos al mundo de la educación musical ha sido de un valor innegable y ha caracterizado una época en la que gran parte del profesorado se ha circunscrito, en un momento u otro, a uno de ellos. Sin embargo, la realidad ha demostrado que la aplicación directa de alguno de estos métodos en el ámbito escolar es inviable, especialmente si estamos atentos a algunos de los múltiples factores que afectan a los distintos procesos educativos en la actualidad, entre ellos, las características

---

eran de música clásica, quedando el 5% restante (y sólo en algunos libros) dedicado al folklore. En este sentido, parece haber habido un avance aunque, apreciando la desproporción entre las distintas "categorías" musicales establecidas por Vilar, éste es a todas luces insuficiente.

de la sociedad actual, los desafíos de la globalización y la interculturalidad o el impacto de los medios y la tecnología a los que antes hemos hecho referencia. Paralelamente, las bases filosóficas que sustentan la educación musical y las aportaciones realizadas por distintos investigadores han abierto nuevos caminos. La búsqueda de los enfoques más adecuados a los procesos de enseñanza y aprendizaje han propiciado el desarrollo de modelos pedagógicos abiertos que, como señala Hemsy de Gainza (2002: 28) parecen «concordar mejor con la época actual y las necesidades de niños y jóvenes, ya que tienden a promover vínculos flexibles e interactivos entre maestro y alumnos, padres e hijos, y también entre pares. La apertura en lo pedagógico remite a los aspectos filosóficos de la educación pero también a las técnicas educativas. Implica la evaluación y el análisis de la situación actual para, desde allí, programar intervenciones orientadas a promover procesos de desarrollo a lo largo de los diferentes ciclos de la educación formal».

Necesitamos emplear todas las metodologías y técnicas a nuestra disposición para hacer realidad una educación musical de calidad. Esto supone mucho más que pensar en cómo enseñar los diferentes contenidos; supone realizar análisis filosóficos, sociológicos, psicológicos y epistemológicos, así como investigaciones rigurosas que nos ayuden a encontrar respuestas a los múltiples desafíos que plantea la educación musical actual. Los problemas son diversos y complejos por lo que no pueden ser abordados desde una única perspectiva. El gran reto de los profesores y profesoras de música es, quizá, lograr un modelo de enseñanza que posibilite el desarrollo musical de todo el alumnado, teniendo en cuenta que la música no es un privilegio, sino un derecho. ■

## Referencias bibliográficas

- Eisner, E. (2002). *The arts and the creation of mind*. New Haven: Yale University Press.
- Gardner, H. (1995). *Inteligencias múltiples. La teoría en la práctica*. Barcelona: Paidós.
- Giráldez, A. (2003). La educación musical a las puertas del siglo XXI. *Eufonía. Didáctica de la música*, 27, 69-74.
- Lehmann, P. (1993). Panorama de la educación musical en el mundo. En Hemsy de Gainza, V. (Ed.), *La educación musical frente al futuro. Enfoques interdisciplinarios desde la filosofía, la sociología, la antropología, la psicología, la pedagogía y la terapia*. (13-23). Buenos Aires: Editorial Guadalupe.
- López García, C. (1993). A propósito de la educación artística. *Signos. Teoría y práctica de la educación*, 8/9, 84-93.
- Mayor Zaragoza, F. (2004). La música educa. *Eufonía. Didáctica de la música*, 30, 7.
- Mehlig, R. (1997). La música en el sistema educatiu alemany. En AA.VV., *Congrés de Música a l'Escola i a les Escoles de música*. (93-100). Barcelona: DINSIC / Consell Català de la Música.
- Philpott, C. (2004). La música puede ser mala para usted. *Eufonía. Didáctica de la música*, 30, 65-68.
- Shaw, G. (2000). *Keeping Mozart in mind*. California: Academic Press.
- Stefani, G. (1982). *La competenza musicale*. Bologna: CLUEB.
- Swanwick, K. (1991). *Música, pensamiento y educación*. Madrid: Morata / MEC.
- Vilar, J. M. (1998). La presencia de las músicas modernas en los libros de texto de educación secundaria. *Eufonía. Didáctica de la música*, 12, 78-90.

# El conflicto de la(s) identidad(es) y el debate de la representación

## La relación entre la historia del arte y la crisis de lo político en una teoría crítica de la cultura

*Las imágenes espaciales son  
los sueños de la sociedad.  
Dondequiera que se descifre  
alguna imagen espacial,  
se presenta la base de la  
realidad social.  
Sigmund Freud*

Es posible que el concepto de *identidad* sea uno de los más resbaladizos, confusos, contradictorios e incómodos conceptos inventados por la modernidad occidental (puesto que, para empezar, es un *invento*, es *moderno* y es *occidental*). Efectivamente, sólo la así llamada modernidad –a la que además habría que calificar: la modernidad *burguesa* – requirió de ese concepto para dotar de contenido “interior”, en principio, a otro de sus inventos, fundamental desde el punto de vista teórico-ideológico: el de la figura del *individuo*. Figura que constituye la base filosófica, política y económica de toda la construcción social de la burguesía europea a partir del Renacimiento, y cuya expresión metafísica máxima articula al *ego cogitans* cartesiano del siglo XVII con el sujeto trascendental kantiano del XVIII. Por supuesto, esta imagen dominante de la modernidad, apoyada en la “identidad” individual, no es la única posible. Hay una imagen *crítica* de la modernidad, contrapuesta desde el propio interior de esa misma modernidad europea, y ejemplarmente expresada por el pensamiento de Marx, Nietzsche o Freud, que cuestionan implacablemente ese universalismo de la identidad individual, ese esencialismo del Sujeto moderno. Semejante cuestionamiento supone una imagen colectiva y *fractu-*

**EDUARDO GRÜNER**

Sociólogo, ensayista y crítico cultural. Profesor Titular de Antropología del Arte en la Facultad de Filosofía y Letras (UBA) y de Teoría Política en la Facultad de Ciencias Sociales (UBA), de la cual es Vicedecano. Coordinador General del

Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe. Miembro del Centro Argentino de Investigadores del Arte (CAIA). Autor de los libros *Un género culpable*, *Las formas de la espada*, *El sitio de la mirada*, *El fin de las pequeñas historias*.

rada del Sujeto moderno, ya sea, respectivamente, por la lucha de clases, por la "voluntad de poder" agazapada detrás de la moral convencional, o por las pulsiones irrefrenables del Inconsciente<sup>1</sup>. Y permítasenos decir que esta imagen es infinitamente más radical que las declamaciones poetizantes sobre no se sabe qué *disolución* del sujeto, con las que nos tiene saturados la vulgata postmoderna.

En todo caso, esta noción de "identidad", pensada inicialmente para describir la *interioridad* individual es, por supuesto, una cierta *representación* de los sujetos. Representación, insistamos, relativamente novedosa y consagrada, en el campo del arte, por la generalización del género "retrato" en la pintura renacentista, o del género "novela" en la literatura moderna; por ejemplo, en la épica caballerescas medieval –que pasa por ser un antecedente de la novela moderna– el "carácter" del héroe debe ser inducido a partir de sus acciones *exteriores*. Recién en la novela moderna, "burguesa", aparecerá la *psicología* del personaje, y nos enteraremos directamente de sus pensamientos, sensa-

ciones, angustias. Eso, en primer lugar. En segundo lugar, esta representación generada para hablar de los individuos, pronto se trasladó al ámbito de las sociedades, y –especialmente a partir del romanticismo alemán– empezó a hablarse también de la identidad *nacional* (el *Volkgeist* o "espíritu del pueblo" es una primera aproximación, hacia fines del siglo XVIII). Se trata, evidentemente, de otra necesidad "burguesa", estrechamente vinculada a la construcción moderna de los estados nacionales, en el contexto del emergente modo de producción capitalista; la representación de una "identidad nacional" en la que todos los súbditos de un Estado pudieran *reconocerse* simbólicamente en una cultura, una lengua y una tradición histórica comunes (además de coexistir físicamente en un territorio muchas veces artificialmente delimitado) fue desde el principio un instrumento ideológico de primera importancia. Y, desde el principio, las *imágenes* y la *lengua* –por lo tanto el arte y la literatura, entendidos como instituciones– constituyeron elementos decisivos de dicha construcción (aunque desde luego, no puedan ser reducidos a ella): eran movimientos indispensables para el logro de aquella *identificación* (léase: de aquel reconocimiento de una *identidad*) del pueblo con "su" Estado-nación.

Pero, por supuesto, la historia –y por ende, la historia de una representación como la de la identidad nacional– no es un proceso lineal y homogéneo. La casi "natural" predisposición del capitalismo, y por ende de la nueva clase dominante en ascenso, al expandirse mundialmente para asegurar las bases de su reproducción, tuvo como rápido efecto (y hay incluso quienes, desde la así llamada Teoría del Sistema-Mundo, aseguran que fue una *causa* y no un efecto) la promoción por los Estados europeos de la empresa colonial, que no sólo supuso el más gigantesco genocidio de la historia humana,

<sup>1</sup> El carácter "colectivo" del Sujeto en Marx no necesita mayor argumentación: la subjetividad que "hace historia" es la de las *clases*. En el caso de Nietzsche y Freud, ese carácter es más difícil, pero no imposible, de demostrar: en el primero, el "aristocratismo" espiritual del Superhombre tiene una dimensión *plural*, y no necesariamente "individualista". En el segundo, está claro por lo menos a partir de la *Psicología de las Masas* que el Inconsciente es "transubjetivo"; la idea de un Inconsciente propio de cada "individuo" es una deformación psicologista que nada tiene que ver con el psicoanálisis.

sino un igualmente gigantesco *etnocidio*, con el arrasamiento de lenguas y culturas a veces milenarias, y su sustitución forzada por la lengua, la cultura y la religión del Estado metropolitano, así como el invento de "naciones" virreynales –y luego, tras la descolonización de "naciones" supuestamente soberanas- allí donde había *otras* formas de organización política, territorial, cultural.

Es decir, mediante la violencia (física o simbólica) se transformaron radicalmente las formas de *representación* identitaria de esos pueblos. Y, como acabamos de decir, las guerras independentistas no alteraron sustancialmente –no podían hacerlo: la destrucción ya estaba demasiado avanzada- esa situación. Esas guerras fueron llevadas a cabo fundamentalmente (con la única excepción de la primera de ellas, la de Haití) bajo la dirección de las élites trasplantadas, de las nuevas burguesías coloniales que habían desarrollado intereses propios y localistas, y que en general mantuvieron (y aún profundizaron, con la ayuda de las potencias rivales de la antigua metrópolis, como Inglaterra y Francia) la situación heredada de "balcanización". Y sus intelectuales orgánicos, repitiendo forzosamente y en condiciones históricas radicalmente diferentes el modelo europeo, se aplicaron a generar *representaciones* "nacionales" allí donde no habían existido *verdaderas* naciones, en el sentido moderno del término.

Pero esto produjo una extraordinaria paradoja: si por una parte ese proceso de definición un tanto artificial de "culturas nacionales" tuvo mucho de *ficción*, por el otro, cumplió un rol ideológico nada despreciable (y que aún hoy está muy lejos de haberse agotado, pese a todos los ideogemas sobre el fin de las culturas nacionales bajo el imperio de la globalización) en la lucha anticolonial. Esta *tensión* en buena medida irresoluble entre las representaciones "ficticias" y sus efectos "reales" creó, para las nuevas sociedades así "inventadas", una situación particular y altamente conflictiva bajo la cual la propia noción de "cultura nacional" se transformó en un campo de bata-

lla, y sufrió sucesivos desplazamientos según fuera la ideología, la posición política, étnica o clasista de quienes intentarían reapropiarse de esa noción. Pero, aunque durante los siglos XIX y XX la cuestión de la "identidad" (es decir de la *autorrepresentación imaginaria*) nacional o latinoamericana constituyó un debate político, ideológico e intelectual permanente, en general –y con las sempiternas excepciones del caso- no se puso en cuestión, en *interrogación* profunda, aquel origen *ficcional* de la idea misma de una "cultura nacional", que se dio más o menos por sentada, aún cuando se la percibiera como un terreno de conflicto. Quizá –es apenas una tímida hipótesis de trabajo- esto explique por qué, si bien en todo intento de definir una cultura "nacional" o "regional", la literatura o el arte, el universo de las *representaciones*, tienen un papel decisivo, en la cultura latinoamericana se puede decir que, en buena medida, esas representaciones literarias y estéticas (digamos, desde *El Matadero*, pasando por el *Ariel*, hasta el *boom* de los sesenta) fueron un espacio *dominante* -y casi nos atreveríamos a decir: el único relativamente exitoso- de construcción de representaciones identitarias colectivas. Es como si la plena y consciente asunción de una materia prima "ficcional" fuera la forma sobresaliente de articulación de una verdad latinoamericana que pertenece en buena medida al orden de lo "imaginario" o lo "alegórico". Por supuesto, estos conceptos no equivalen, en modo alguno, a "falsedad": el imaginario colectivo es la vía indirecta a través de la cual se articula –con todas las "deformaciones" del caso que es necesario interpretar- una verdad social e histórica en su carácter simbólico. La reconstrucción de una verdad a partir de materiales representacionales-ficcionales no es, por otra parte, ninguna operación insólita: es exactamente el mecanismo descubierto por Freud para el funcionamiento del Inconsciente, que se las arregla para decir una verdad *inter-dicta* (es decir, al mismo tiempo prohibida y "entredicha") mediante los textos "fccionales" del sue-

ño, el *lapsus*, el acto fallido; y, desde luego, de la obra de arte o literaria. Y es por eso que Lacan, leyendo a la letra a Freud, puede afirmar la paradoja de que *la verdad tiene estructura de ficción*.

Todo lo anterior, pues, no tenía otra finalidad que la de ejemplificar las vacilaciones de la relación entre la noción de "identidad" (incluso en su sentido colectivo, que en la moderna cultura occidental, como hemos visto, fue transportado desde el campo del individuo: ya volveremos sobre este tema) y la de "representación", como efecto imaginario y como mecanismo de construcción de la identidad. Es el momento, ahora, de profundizar en este último concepto, ensayando algunas analogías sin duda discutibles y arriesgadas, pero que podrían resultar asimismo productivas.

## II

En efecto, en los últimos tiempos nos hemos acostumbrado a hablar de una profunda crisis, que algunos califican de terminal, en lo que se suele llamar el "sistema de representación". Cuando hablamos así estamos hablando, por supuesto, de la crisis de la política, incluso de la crisis de *lo* político, en el más amplio sentido de la palabra. Pero el término "representación" tiene el ambiguo y polisémico interés de ser un concepto que no pertenece sólo al discurso de la política –al menos en su sentido moderno– sino también al discurso de la estética, de la teoría del arte o la filosofía de las formas simbólicas en general. ¿Podemos aprovecharnos de esa riqueza semántica para intentar, a mero título de balbuceante hipótesis, una suerte de articulación no reduccionista entre esos campos discursivos, basada en el concepto de "representación" y su crisis actual?

Para ensayar esa búsqueda es necesario hacer un breve rodeo histórico. Carlo Guinzburg, retomando a su vez

ciertas ideas de Ernst Kantorowicz en su famoso estudio sobre *Los Dos Cuerpos del Rey*<sup>2</sup>, explica que en la Edad Media europea el término *representatio* empezó por designar a las efigies escultóricas, normalmente hechas de madera, que acompañaban en la procesión fúnebre al féretro del rey muerto. En tanto se desconocían las modernas técnicas de conservación del cadáver, el cuerpo del ilustre fallecido era por supuesto estrictamente *inmostrable*: su estado putrefacto y repugnante hubiera producido un efecto visual de extrema *decadencia* del Poder real; o habría que decir, quizá, de decadencia de lo *real* del Poder, transformado en una pulpa informe y asquerosa, indigna de respeto y veneración.

La lógica de la *representatio*, entonces, en tanto representación simbólica incorruptible del Rey, al mismo tiempo sustituye y *es* el cuerpo del Poder. Y lo hace con toda la ambigüedad del desplazamiento llamado "metonímico", en el cual la imagen "re-presentante" hace *presente* al objeto "representado" precisamente por su propia *ausencia*, en el sentido de que esta ausencia de lo "representado" –o su estricta "inmostrabilidad", su *obscenidad* – es la propia condición de existencia del "re-presentante". O, en otras y más simples palabras: la propia condición de posibilidad de la existencia de la representación es la eliminación visual del objeto; allí donde está la representación, por definición sale de la escena el objeto representado. Y sin embargo, al mismo tiempo, la existencia *virtual* del objeto "invisible" es el determinante último de la representación. En toda representación, por lo tanto, se pone en juego una paradójica dialéctica entre presencia y ausencia. O, para decirlo con un célebre título de Merleau-Ponty, entre lo visible y lo invisible; donde lo invisible es *parte constitutiva* de lo visible, así como en la música los silencios son parte constitutiva de la articulación de los sonidos. Pero, por supuesto, no se trata de *cualquier* invisibilidad ni de cualquier silencio: si lo

2 Cfr. Guinzburg, Carlo: "Representación", en *Ojazos de Madera*, Barcelona, Península, 2001, y Kantorowicz, Ernst: *Los Dos Cuerpos del Rey*, Madrid, Alianza, 1985.

visible está determinado por lo invisible, lo contrario es igualmente cierto; lo visible *produce* lo invisible como una determinación concreta y específica de invisibilidad, del mismo modo en que la nota musical *significa* de modo específico al silencio que la antecede o la sigue.

En determinadas circunstancias históricas y sociales, este juego de visibilidad / invisibilidad puede ser producido con objetivos político-ideológicos bien precisos, y ciertamente no sólo al servicio del poder, sino por el contrario, al servicio de una reconstrucción de las representaciones e identidades colectivas con fines de *resistencia* a la opresión. Los ejemplos abundan: entre ellos, es paradigmático el ya clásico análisis que hace Frantz Fanon de la función del velo entre las mujeres argelinas del FLN (Frente de Liberación Nacional) en la lucha anticolonial a principios de la década del '60<sup>3</sup>. Fanon explica que los funcionarios coloniales franceses estaban verdaderamente obsesionados por convencer a las mujeres de que se quitaran el velo, invocando razones "progresistas" y hasta de "emancipación femenina". Pero la verdadera razón, interpreta Fanon, es que ellos perciben perfectamente que –bajo las condiciones de la ocupación colonial- ese velo que para los occidentales ilustrados fue siempre símbolo del sometimiento de la mujer, es ahora *resignificado* como índice de resistencia cultural: los conquistadores, dice Fanon, sienten que esa persistencia en el ocultamiento del rostro equivale a una fortaleza que no puede ser conquistada; la mujer argelina puede *mirar* a sus nuevos amos sin ser *mirada* por ellos. Hay allí una "desaparición" de la imagen, de la representación, que permite que ese cuerpo no pueda ser simbólicamente *violado* por el escrutinio permanente del opresor.

Pero en una segunda etapa, con la lucha anticolonial ya avanzada, el FLN hace que sus mujeres, en efecto, se quiten el velo. No, evidentemente, porque

acepten el mandato del gobierno colonial; pero tampoco con el objetivo principal de eliminar un símbolo vergonzante de la opresión femenina: esto ya ha sido plenamente comprendido. Las mujeres del FLN se quitan el velo para hacerse menos sospechosas, menos *misteriosas* a los ojos del ocupante –que ahora cree haber "quebrado" esa resistencia cultural- y así poder circular libremente, llevando en sus bolsos y carteras occidentales los panfletos de propaganda o las armas de la resistencia.

Esta es la estrategia que en otra parte hemos llamado de *intermitencia dialéctica*<sup>4</sup>. Como corresponde a toda dialéctica, es una lógica que se despliega en tres momentos: en el primero, la *ausencia* del rostro sigue siendo el síntoma y la *afirmación* de un dominio, una subordinación o una exclusión "bárbara". En un segundo momento, esa misma ausencia, inversamente, es la *negación determinada* de esa exclusión: la mujer hace sentir al "civilizado" ocupante colonial la *presencia* insoportable e inquietante de su *ausencia*. En un tercer momento, el de la *negación de la negación*, la reaparición del rostro –que, paradójicamente, hace pasar a la mujer argelina al anonimato, al menos para el invasor- es el desplazamiento (o, mejor: la inversión en lo contrario) del ocultamiento de los instrumentos de liberación. Se ve aquí, pues, cómo la alternancia entre presencia y ausencia de las representaciones de lo civilizado y lo bárbaro es *resignificada* críticamente como una política de "llenado" de los vacíos de representación. Pero esa política se monta sobre la lógica constitutiva de la que hablábamos más arriba, a saber: la de que el "representante" supone, al menos en principio, la desaparición de lo representado.

Lo que conecta al representante con lo representado es, así, una infinita *lejanía* entre ambos: es la percepción de dos mundos que nunca podrían coexistir en el mismo espacio, y cuya relación consis-

3 Cfr. Fanon, Frantz: *Sociología de la Revolución*, México, Era, 1969.

4 Grüner, Eduardo: *El Sitio de la Mirada*, Buenos Aires, Norma, 2001.

te precisamente en esa diferencia radical. Hay aquí una coincidencia, que no podemos dejar de señalar de paso, con otra famosa noción benjaminiana: la del *aura* de la obra de arte clásica, cuya "idealización" (que Benjamin compara con el estado de enamoramiento) implica asimismo esa aporética experiencia de una estrecha identificación y una inmensa distancia simultáneas<sup>5</sup>. Y ya sabemos cuál es una de las hipótesis centrales de ese extraordinario ensayo de Benjamin: que podría elaborarse toda una historia social y política del arte, y por lo tanto del concepto de representación (incluyendo su función en la construcción identitaria) sobre el eje de las sucesivas transformaciones históricas y antropológicas de esa "experiencia del aura": desde su carácter "cultural" (ritual y religioso), pasando por su transformación en mercancía hasta llegar a lo que Benjamin llama la "decadencia del aura" bajo la lógica de las modernas técnicas de reproducción.

### III

Pero volvamos ahora a los avatares de la *representatio* medieval; imaginemos por un momento un nada improbable accidente, merced al cual, en medio de la procesión, el féretro conteniendo el cuerpo "real", material, del soberano, cayera al suelo y se rompiera, exhibiendo ese cuerpo corrupto y obsceno. ¿No sucedería entonces que la propia eficacia metonímica y simbólica de la operación de *representatio*, que había permitido trasladar los emblemas de la realeza y la *realidad* del Poder a la efigie-representante, ahora trasladaría hacia la propia efigie, hacia la propia *representatio*, toda esa contaminante corrupción y obscenidad? Es esa restauración de la *cercanía*, ese retorno de lo real forcluido por la representación lo que resultaría entonces insoportable y odioso, ya que la anulación

de aquella *distancia* idealizada pondría de manifiesto el "engaño" previo sobre la incorruptibilidad del Poder. Y tal vez sea esto lo que está en el fondo de esa reiterada conducta iconoclasta de toda revolución o rebelión contra el Poder, consistente en destruir las efigies, derribar las estatuas, incendiar los edificios o acuchillar los retratos de quienes han "representado" al Poder.

En fin, prosigamos con nuestra alegoría. Otro gran historiador del arte de la escuela iconológica, Erwin Panofsky<sup>6</sup>, nos instruye sobre un cambio importante en los propios criterios de representación estética, que se produce en el pasaje de la Edad Media al Renacimiento. Mientras la representación medieval, como acabamos de verlo, mantiene simultáneamente una *identificación* y una *distancia* con el objeto representado -la efigie es inmediatamente el cuerpo, pero al mismo tiempo su existencia y su valor emblemático depende de que el cuerpo se mantenga *ausente*, "fuera de la escena" (recordemos que esta última expresión traduce etimológicamente el vocablo *obsceno*, que alude al acto de mostrar lo que debería haber permanecido fuera de la vista)-, el arte renacentista -con su descubrimiento de la perspectiva, con su impulso mimético y realista- se *apropia* del objeto, sustituye, como toda representación, su presencia física y material, pero también, ilusoriamente, sustituye y por lo tanto elimina su *ausencia*: su pretensión de última instancia es la *fusión* de la representación con lo representado, conservando la identificación pero eliminando, imaginariamente, la distancia.

Hay aquí también, sin duda, una "obscuridad", pero que se encuentra, por así decir, *legalizada*: el cambio de época ha comenzado ya a producir su propia *distancia* entre el sujeto y la naturaleza; separación que, entre otras cosas, hará posible a la ciencia moderna, pero también a una actitud puramente *contemplativa* frente al arte y a las re-

5 Benjamin, Walter: "La obra de arte en la época de su reproducción técnica", en *Discursos Interrumpidos*, Madrid, Taurus, 1978.  
6 Panofsky, Erwin: *Renacimiento y renacimientos en el Arte Occidental*, Madrid, Alianza, 1973.

presentaciones, mientras en la Edad Media las representaciones –tanto las religiosas como las políticas- forman parte de una experiencia relativamente cotidiana, de un “paisaje” social indiferenciado y todavía desconocedor de lo que Weber llamaría la “autonomización de las esferas” propia de la modernidad<sup>7</sup>, es decir, del capitalismo. Ya hemos adelantado que uno de los componentes decisivos de este cambio en la “imagen del mundo” es la promoción del protagonismo del *individuo*, expresado en la historia de los estilos artísticos por el prestigio, renovado en la modernidad, del *retrato*. Este cambio queda evidenciado de forma aún más patente en la utilización de la perspectiva en los retratos a partir del Renacimiento, por la cual ahora el *individuo* (esa nueva categoría de la era protoburguesa) es mostrado en un “primer plano” –es decir, en una posición *dominante*– respecto de su entorno, mientras que en la representación medieval típica, con su carácter igualadoramente “plano” y sin profundidad, el ser humano queda también “aplano”, “sumergido” en el *continuum* de la imagen, de manera similar a cómo, en la concepción ideológico-filosófica dominante en la época, el ser humano –toda su *identidad*– quedaba sumergido en el *continuum* de la trascendencia divina.

Pero la nueva época, la era del incipiente capitalismo burgués y liberalismo económico, requiere además una nueva idea de la legitimidad del poder, hecha posible por aquel cambio de *identidad*: esa nueva idea, esa nueva ideología, está fundada en el contrato laico entre los *individuos* como tales, y no entre lo humano y lo divino. Para eso, el individuo tiene que ser puesto en el *centro* de la escena, en el centro de una escena toda ella organizada alrededor de esa centralidad individual: el rescate renacentista de la consigna antropocéntrica “el Hombre es la medida de todas las cosas” adquiere así una nueva significación que podría

traducirse, no sin cierta violencia pero con bastante aproximación, por la fórmula “el individuo es el pretexto central de la lógica económica, política y cultural de la sociedad burguesa”. En términos de la lógica económica –es decir de lo que Marx llamaría las “relaciones de producción”– es la voluntad del *individuo* lo que lo lleva a intercambiar mercancías, incluida esa nueva mercancía esencial para el funcionamiento del sistema, que se llama “fuerza de trabajo”; en términos de la lógica política, es la libertad del *individuo* la que lo lleva a hacerse representar en el Estado, en el cual cada *individuo* delega la administración de sus derechos “naturales”; en términos de la lógica cultural, es la mirada del *individuo* la que organiza el gran espectáculo del universo desde la centralidad de la “perspectiva”.

Por supuesto, en las formas de representación visual y estética de la modernidad no sólo hay individuos, sujetos humanos, sino también, y cada vez más, objetos de la “realidad”. Pero también en ellos es la perspectiva geométrica de la mirada individual del *espectador* la que concentra la atención en el objeto como espectáculo y como objeto de potencial *apropiación*, puesto que hemos entrado en la era en la cual la *propiedad* es el criterio fundante de toda la estructura socioeconómica y política. John Berger ha analizado con extraordinaria agudeza cómo la extrema *impresión de realidad* permitida por la técnica moderna de la pintura al óleo, que hace que los objetos representados aparezcan ilusoriamente como incluso *palpables*, favorece la deseabilidad del objeto, induce la voluntad de apropiárselo, y para ello se apoya en la creciente ilusión, también permitida por esa técnica realista, de una coincidencia entre el “representante” y lo representado<sup>8</sup>, donde tiende a disolverse la función simbólica, metafórica o alegórica de la propia *representatio*.

El *realismo*, convertido así en ideología estética hegemónica (y por supuesto,

7 Weber, Max: *Economía y Sociedad*, México, FCE, varias ediciones.

8 Berger, John: *Modos de Ver*, Barcelona, Gustavo Gilli, 1974.

no es la única manera de pensarlo), es en este terreno el *pendant* exacto del individualismo: es desde la *perspectiva del individuo* que la "realidad" se organiza como espectáculo a consumir. El término "consumir" es, aquí, la clave: en la ideología "burguesa" de la modernidad hasta fines del siglo XIX –que desde luego, no es necesariamente la de *todos* los burgueses, pero bajo esa hegemonía ideológica es la de la sociedad en su conjunto– el mundo se presenta como algo ya *terminado*, que por supuesto es necesario conocer "científicamente", pero que ya no requiere ni es posible de ser esencialmente *transformado*. Una vez que la nueva clase dominante está plenamente afirmada como tal, el eje de la imagen de la realidad pasa de la esfera de la *producción* a la esfera del *consumo*. Lo cual es perfectamente lógico: la "identidad" de la clase dominante como tal está asegurada sólo si ella no puede concebir posibles futuras transformaciones de la realidad que pudieran suponer, por ejemplo, su propio *reemplazo* en la posición dominante. Como le gustaba ironizar a Marx, en efecto, la burguesía está totalmente dispuesta a admitir que siempre hubo historia, que el mundo siempre estuvo sometido a cambios permanentes... hasta que llegó ella (como puede verse, el ideologema del "fin de la historia" está muy lejos de ser una novedad). La misma separación entre el sujeto y el objeto que, decíamos, hace posible la ciencia moderna, hace posible a su vez una forma de representación en la cual, en el límite, toda la "realidad" está, como si dijéramos, *ya hecha* y disponible para su captura por el "representante".

Estamos, sin duda, ante una transformación ideológica de primera importancia, mediante la cual ahora se trata de *disimular* la brecha, la diferencia irreductible, entre el "representante" y el "representado", que antes se daba por descontada. La representación comienza a partir de aquí a ocupar –nos atreveríamos a decir: a *usurpar*– el lugar de lo representado, con el mismo gesto con el que se instaura el criterio de represen-

tación como *presencia* de lo real-representado, en tanto el criterio anterior era, como vimos, el de su *ausencia*. Una "metafísica de la presencia" –como ha sido llamada– que alcanza a la propia "autorrepresentación" subjetiva a partir de un Yo cartesiano que en efecto aparece como *presente* ante sí mismo, fuente "clara y distinta" de todo conocimiento, transparencia y posibilidad, y cuyo *desmentido* recién llegará –aunque sin registrar repercusiones decisivas en las teorías políticas y sociales hegemónicas– con la teoría psicoanalítica del Inconsciente, con la famosa tercera "herida narcisista" infligida por Sigmund Freud a una humanidad (occidental) que previsiblemente nada querrá saber con *ello*, y que tal vez no por azar coincida epocalmente con la crisis y fractura profunda de los modos de representación hegemónica y la emergencia primero del impresionismo y el postimpresionismo, y luego la subversión visual de las vanguardias de principio del siglo XX.

## IV

Y esto sin mencionar, desde un punto de vista sociohistórico "macro", el ocultamiento –mediante la abusiva "presencia" representacional de un Occidente que a partir de la modernidad se erige como cultura *universal*– del lugar fundante pero "forcluido" que los "Otros" ausentes (para empezar, el mundo colonizado entero) tiene en la propia autoimagen de ese Occidente dominante. Baste para nuestros propósitos mencionar, al pasar, que la modernidad "filosófica" se hace empezar, en los manuales al uso, precisamente en el siglo XVII, con la representación identitaria de ese sujeto cartesiano monádico, encerrado en su propia transparencia y en su propia presencia ante sí mismo, que será el "núcleo" durante siglos de toda teoría de la representación, tanto simbólica como estética y política. Muy diferente sería tal representación si aquella historia filosófica de la modernidad –incluso la occidental– se hiciera em-

pezar un siglo y medio antes: por ejemplo, con la conquista de América y los debates entre Bartolomé de las Casas, Francisco Vitoria, Ginés de Sepúlveda y muchos otros sobre el estatuto de "humanidad" de esos Otros súbitamente incorporados a (o "violados" por) la modernidad europea. Ya no tendríamos allí entonces esa representación cartesiana que funda la subjetividad moderna sobre el solipsismo autoengendrado del sujeto monádico –y que se traslada fácilmente al mito de autoengendramiento de los Estados y naciones de la Europa moderna-, sino una representación estrictamente *dialógica* (para decirlo con el célebre concepto de Bakhtin), atravesada por el conflicto permanente e inestable implícito en el "diálogo" de los sujetos colectivos y las culturas: una representación que, *mutatis mutandis* y paradójicamente, estaría mucho más cerca de la representación freudiana (y, a su manera, marxiana) de la subjetividad moderna, que de la pacífica autorreflexividad y autorreferencialidad (por no decir "autoerotividad") del Yo cartesiano –o, al menos, de la vulgata ideológicamente interesada que del Yo cartesiano se ha terminado imponiendo-.

Una representación dialógica y "descentrada" que parece estar paradójicamente preanunciada en la "excentricidad", por ejemplo, del Barroco; paradójicamente, decimos, porque como es sabido, el impulso ideológico que está por detrás de la representación barroca es –dicho en términos clásicos- "reaccionaria", ya que está estrechamente vinculado al movimiento de la Contrarreforma. Y sin embargo, no sería la primera vez en la historia que una *reacción* contra el presente que pretende volver al pasado permita entrever las potencialidades del futuro.

Transformación ideológica, decíamos antes. Y también, claro está, *política*. Puesto que –como ya lo adelantamos más arriba- es imposible olvidar que esta mis-

ma época que instituye a la representación con su pretendidamente pleno valor de *realidad*, es la época de constitución del Estado Moderno (occidental), que –una vez cumplida su etapa de transición con mayor o menor grado de absolutismo- consagra la forma de gobierno llamada "representativa", y el sistema político correspondiente. Es también imposible, entonces, sustraerse a la tentación de la analogía: "constitutivamente", como se suele decir, el sistema representativo produce el efecto imaginario de *suprimir* la diferencia representante / representado, diferencia "objetiva" sin la cual, paradójicamente, el propio concepto de "representación" carece absolutamente de sentido. Pero es que esa es, justamente, la eficacia del Mito: de esa "máquina de eliminar la Historia", como la llama Lévi-Strauss, que permite "resolver", en el plano de lo imaginario, los conflictos que no se pueden resolver en el plano de lo real. ¿Y será ocioso recordar que, para el mismo Lévi-Strauss, la "máquina mítica" por excelencia, en la sociedad occidental moderna, es la ideología política? <sup>9</sup>.

Y sin embargo, en determinadas condiciones justamente *históricas*, la máquina mítica *funciona*, tal vez durante siglos. ¿Cómo se podría negar el inmenso "progreso" que significó, en la historia política y social de occidente, la institucionalización del sistema representativo? Las ventajas de ese efecto imaginario de supresión de la diferencia representante / representado –cuya "base material", como ya hemos también adelantado, es el paralelo entre la abstracción del "equivalente general" de las mercancías y el "equivalente general" de la ciudadanía universal, según lo postulaba Marx-, son indudables. Pero no necesariamente eternas: podría llegar el momento en que una *dialéctica negativa*<sup>10</sup>, inherente a la propia lógica de las transformaciones del sistema, corrompiera la eficacia de ese

<sup>9</sup> Lévi-Strauss, Claude: *Antropología Estructural*, Bs. As., Eudeba, 1968.

<sup>10</sup> Por supuesto, tomamos en préstamo este concepto de Adorno, para calificar esa dialéctica sin resolución, sin "superación" (*Aufhebung*), en la que el conflicto permanece como tensión sostenida en la polarización. Cfr. Adorno, Theodor W.: *Dialéctica Negativa*, Madrid, Taurus, 1978.

efecto imaginario, y pusiera de manifiesto el carácter estructuralmente *imposible* de la noción moderna de representación, al menos en su versión dominante de sustitución o equivalencia entre representante y representado, sacando a la luz esa distancia insalvable, esa diferencia irreductible entre los dos términos de la ecuación que la Edad Media –o el modo de producción feudal, si se lo quiere llamar así– ni siquiera se planteaba como problema, puesto que la *representatio* no hacía más que confirmar y reforzar sin disimulos la diferencia inconmensurable, sin equivalencia posible ni imaginable, entre el dominante y el dominado, entre el amo y el siervo, entre el poder y el no-poder.

Es sólo en la Edad Moderna –o en el modo de producción “burgués”, si se prefiere la denominación– que puede desnudarse el conflicto de las “equivalencias generales”, el conflicto de las representaciones, dado que sólo ese modo de producción puede hacer entrar en crisis lo que él mismo ha generado. Es sólo en él que podría suceder, por ejemplo, que la pérdida o la corrupción simbólica del “equivalente general” licuado por el corralito arrastrara una paralela pérdida y corrupción simbólica del “equivalente general” del sistema representativo, instalando nuevamente la percepción de aquella *distancia* infinita, de aquella diferencia insorteable, entre lo representante y lo representado. Sabemos que, antes de esto, como modo inconsciente de maquillar esa crisis, la eliminación –y ya no sólo la sustitución– del objeto por parte de la representación, fue llevada a sus consecuencias extremas por eso que dio en llamarse la “postmodernidad”, en la cual la dominación de las fuerzas productivas y reproductivas de las nuevas tecnologías *representacionales* –de los medios de comunicación de masas a la *web*, por etiquetarlas rápidamente– nos hicieron pasar de la *identificación* entre lo representante y lo representado, característica de la modernidad, a la liquidación lisa y llana de lo representado, a una *desmaterialización* “globaliza-

da” del mundo por la cual hasta las guerras más atroces, injustas y sangrientas pudieron reducirse a un colorido espectáculo televisivo detrás del cual parecía no haber nada, un inmenso vacío en el que los objetos, y sobre todo los cuerpos destrozados por las bombas, quedaban ya no sólo discretamente fuera de la vista en el ataúd de contenido inmostrable, sino desplazados al infinito, a una distancia inaccesible en la que se pierde para siempre la relación conflictiva, sí, tal vez imposible, pero relación al fin, entre la imagen y el objeto. ¿Será por eso que *nunca vemos*, ni siquiera en imágenes, los cuerpos muertos en la Guerra del Golfo, en las Torres Gemelas o en Afganistán? Es como si se hubiera realizado perversamente la profecía hegeliana del “fin del arte”, o la vocación vanguardista de volver a fusionar el arte con la vida. Perversamente, decimos, porque desde luego no es que el arte –como pretendía Hegel– haya sido “realizado” y “superado” por el pensamiento crítico-filosófico, ni que la vida –como pretendían las vanguardias– se haya transformado en un escándalo estético productor de permanentes sorpresas, sino que arte y vida se eliminaron mutuamente incluso en el estimulante conflicto que los enfrentaba, que quedó disuelto en un mundo de pura representación alienada y alienante.

Y esto tuvo su correlato en el plano de la economía y en el de la política. En la economía, la transformación de la lógica productiva del capitalismo industrial clásico en la lógica parasitaria de la especulación financiera mundial –es decir, en un capitalismo soportado por la pura magia de las representaciones sin base material– también nos hizo olvidar que detrás de esa representación desmaterializada de un dinero que viajaba sin fronteras a través de las imágenes computarizadas de la Bolsa mundial, había países, sociedades, continentes enteros que se derrumbaban en el abismo de la miseria y la desesperanza. En la política, la desmaterialización de la democracia “representativa” formal también aumentó al infinito su distancia con

los representados, hasta eliminarlos casi por completo como datos de una realidad transformada en pura virtualidad, en la que la llamada "clase política" vive alienada en su propia autorrepresentatividad vacía.

¿Estamos asistiendo, crisis mundial (y no sólo local) mediante, al fin de todo este siniestro ilusionismo? El colapso de las formas de representación de la economía, de la política, del propio arte, ¿serán indicadores, o al menos síntomas, de un "retorno de lo real" que induzca, en todos esos campos, también un regreso del *realismo*, pero ahora en el mejor sentido del término; un regreso de la materia "representable", de un conflicto productivo entre la imagen y el objeto que genere formas nuevas, creativas y vitales de la relación imposible pero inevitable entre lo representante y lo representado, induciendo a su vez nuevas formas de construcción de *identidades* sociales, culturales, etc.?

Nada de esto podemos saberlo, todavía. Quizá no lo sepamos nunca, quizá no nos den tiempo de averiguarlo. Pero sí sabemos, por ahora, que la Historia está lejos de haberse terminado. En cierto sentido, recién está empezando. Y en la Historia suceden accidentes. Sucede, por ejemplo, que los ataúdes caen al suelo y se rompen, y que el cuerpo putrefacto del Poder queda exhibido en toda su repugnante obscenidad. Y cuando sucede eso, sabemos que la *representatio* muerta debe ser re-fundada entre todos. Porque en eso nos va la *vida*, y no solamente – aunque no es poca cosa- la representación que de ella nos hagamos. ■

# Las distintas fases de la identidad: Lo intercultural entre lo global y lo local

Nuestra propuesta de plantear un recorrido por la historia cultural e identitaria del arte de las dos últimas décadas supone arrinconar lo relacionado con una historia lineal, estilística o cronológica basada en una sucesión de tendencias y movimientos y retomar los conceptos de internacionalismo, nacionalismo, diáspora, multiculturalidad, globalismo, localidad e interculturalidad, conceptos que parecen responder a un común denominador: su proximidad a la palabra cultura más allá de la de arte y su apuesta por la cuestión de identidad más allá del lenguaje: "El debate cultural -sostiene Gerardo Mosquera- ha devenido espacio de lucha política, tanto en lo simbólico como en lo social".<sup>1</sup>

Este particular recorrido se centrará en diferentes momentos "culturales": el momento poscolonial posmoderno, que tiene su parangón en la ideología multiculturalista, el momento global en su constante tensión e interacción con lo local, para acabar con el que denominaremos momento post-político que, a partir de una reactualización de las formas de compromiso y de pensamiento crítico, tiene su equivalente en el interculturalismo. Siguiendo a Thomas McEville<sup>2</sup>, podríamos distinguir una serie de fases de la identidad que darían lugar a distintas

maneras de entender el arte y la cultura en el último siglo. Podríamos hablar del período premoderno o precolonial donde la cuestión de la identidad es algo dado, incuestionable para la intervención de otras realidades culturales, fase que enlazaría con el edénico mito del origen y se correspondería con las sociedades y manifestaciones artísticas llamadas tradicionales. A éste seguiría el período moderno o colonial, en el que la idea de la identidad cultural se convierte en una estrategia usada por los colonizadores para, al mismo tiempo, afianzar su propio poder y garantizar la autoconfianza del colonizado. Una tercera fase, dentro del período colonial, corresponde a episodios de "resistencia" por parte del individuo colonizado que redirige su atención hacia el restablecimiento de su propia identidad abandonada. En la cuarta fase, los artistas aceptan, tras el reconocimiento de las diferencias, la hibridación así como el mestizaje y una impureza anticipadora de la ulterior cultura global. Y finalmente, en el quinto estadio, la cuestión es cómo las nuevas y múltiples identidades "locales" (partiendo de lo que Appadurai denomina "la producción de localidad"<sup>3</sup>) pueden coexistir dentro la transnacional expansión del nuevo mapa cognitivo global y del capitalismo multinacional.

**ANNA MARIA GUASCH** es profesora de Arte Contemporáneo en la Universidad de Barcelona. Como crítico de arte colabora en numerosas publicaciones, entre ellas las revistas *Lápiz*, *Materia*, *ExitBooks*, *ArcoNews* y *Estudios Visuales*, así como en el suplemento Cultural del periódico ABC. Es directora de la colección Akal/Arte Contemporáneo de Madrid. Entre sus recientes publicaciones destacan: *Los*

*manifiestos del arte posmoderno. Textos de exposiciones 1980-1995* (Akal, Madrid, 2000), *El arte último del siglo XX. Del posminimalismo a lo multicultural* (Alianza, Madrid, 2000) y *La crítica de arte. Historia, teoría y praxis* (Serbal, Barcelona, 2003). Ha sido Visiting Scholar en el Getty Institute de Los Angeles y Visiting Fellow en las Universidades norteamericanas de Princeton, Yale y Columbia (Nueva York).

que consideraba la diversidad cultural y social como peligrosa, el "discurso de la diferencia" garantizó un reconocimiento de la diversidad y de lo que llamaríamos un efecto "collage" subyacente al discurso de la hibridación, del nomadismo, del mestizaje y de la impureza. El énfasis en el collage fue revisado en 1984 por Frederic Jameson cuando comparó a la cultura posmoderna con el pastiche, un "hablar a través de máscaras y voces situadas en el museo imaginario de una cultura global". Felix Guattari y Gilles Deleuze añadieron que el complemento de una cultura de pastiche era el nomadismo, un movimiento en el que los individuos salían de sus matrices y culturas y se desplazaban de un lugar a otro con la idea fundamental del viaje y con el sentido de la relatividad cultural que ella suponía.

## Posmodernidad y Poscolonialismo

Con la irrupción de la condición posmoderna asistimos a un nuevo episodio en la definición de la identidad: el de una máxima expansión, desplazamiento o democratización del hecho cultural fruto de la consolidación del discurso de la diferencia en el marco del posestructuralismo francés, pero también del impacto de los estudios poscoloniales, que tuvieron un importante punto de partida en las teorías de Edward Said. En un mundo ya no dividido en estructuras binarias (lo civilizado/lo primitivo, lo crudo/lo cocido, la cultura/la subcultura), ni dominado por una mirada etnocéntrica ni por una sociedad basada en el monoculturalismo radical

Quizás lo más interesante para el tema que nos ocupa es constatar cómo la llamada posmodernidad no eurocéntrica, acostumbrada a convivir en sociedades plurales y multiculturales y sobre todo liberada de las grandes narrativas, de los grandes relatos del primer mundo como el marxismo, el psicoanálisis, el estructuralismo, la metafísica, supone un nuevo estadio de la «identidad múltiple», en el que se parte de la base que no sólo cada forma cultural es significativa en sí misma sino que el proyecto de ponerlas juntas sin la sensación de pérdida es mejor que tenerlas separadas. Este es un proyecto que va más allá de nacionalismos folklóricos pero que tampoco supone aceptar un neutro y monolítico internacionalismo como una especie de fenómeno "heroico" que invita a abandonar la identidad local para que cada cultura asuma un modelo occidental y utópico del mundo. Aquí lo que importa es equilibrar la identidad propia con las

1 Gerardo Mosquera: "Robando el pastel global. Globalización, diferencia y apropiación cultural", en *Horizontes del Arte Latinoamericano*, José Jiménez y Fernando Castro (eds), Madrid, Tecnos, 1999, p. 66.

2 Thomas McEvilley: *Fusion: West African Artists at the Venice Biennale*, The Museum for African Art, Nueva York, Prestel, Munich, 1993, pp. 10-13.

3 Arjun Appadurai: *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*, Montevideo, Ediciones Trilce, y Fondo de Cultura Económica, 2001.

diversas demandas globales, incluida la derivada de la hegemonía de la tecnología occidental.

Es lo que denominaríamos "Nuevo Internacionalismo" que reflejaría la pluralización de relaciones políticas, económicas y culturales internacionales así como las contradicciones y conflictos que emergen de este proceso de pluralización. Este "Nuevo Internacionalismo" se nos aparece con todas sus ventajas y sus peligros, como la nueva fórmula que puede garantizar un mundo lleno de armonía e integración cultural. Gracias al "Nuevo Internacionalismo", es decir, el uso de los lenguajes del internacionalismo (sobre todo los derivados del minimal, del conceptual y del pop, entendidos como "linguas francas") implementados con narrativas locales (aquí tanto entrarían las narrativas africanas, latinoamericanas, chicanas, caribeñas, etc.) la marginalidad cultural, como sostiene Jean Fischer, ya no sería un problema de invisibilidad, aunque sí de exceso de visibilidad en términos de leer la diferencia cultural como algo fácilmente mercantilizable.<sup>4</sup> Pero si bien la diferencia cultural es más visible ahora que antes, como también apuntó Jean Fischer, este "Nuevo Internacionalismo" tiene el peligro de convertirse en una visión distópica, que puede acabar anulando las diferencias locales, las identidades locales esenciales, los modelos tradicionales de conocimiento, la rica diversidad de culturas, lo cual conduce a una nueva homogeneización cultural y, en último término, a un mayor control por parte de las estructuras hegemónicas de poder<sup>5</sup>.

Pero lo cierto es que en un momento dominado por la pluralización de las relaciones políticas, económicas y cultura-

les internacionales, así como por las contradicciones y los conflictos aparecidos en el proceso de esta pluralización, la fórmula del "Nuevo Internacionalismo" era la que mejor podía garantizar al artista diaspórico, periférico o emigrado a la metrópoli su condición de "vivir en los bordes", es decir, de vivir en lugares transicionales donde, al decir de Homi Bhabha, se imponen los conceptos de "más allá" (beyond) y "entre" (in-between), entendiendo por más allá una zona de "tránsito" donde se entrecruzan pasado y presente, diferencia e identidad, fuera y adentro, un espacio en último término intersticial, híbrido y liminal<sup>6</sup>. Permaneciendo en el borde, nos dice Bhabha, el emigrante es invitado a intervenir activamente en la transmisión de la herencia cultural o "tradición" mucho más que a aceptar "pasivamente" sus venerables ancestros. Lo cual hace posible que el conocimiento heredado pueda ser reinscrito con nuevos significados (de ahí el "new" de nuevo internacionalismo, que en ningún caso se trata de una novedad estrictamente formal, de lenguaje, sino de una cuestión identitaria).

El "Nuevo Internacionalismo" permitiría, desde una posición migratoria o minoritaria, reinstaurar o reinventar el pasado ("el pasado-presente como parte de la necesidad, no de la nostalgia del vivir"), lo cual según Bhabha nos llevaría a una "reinvención de la tradición" pareja a otras "inconmensurables" temporalidades culturales, entendiendo por inconmensurabilidad un aspecto de extrañeza, de disrupción, de trauma o de ansiedad que forzaría a una ruptura de la lógica binaria de la que depende gran cantidad de discursos: el nacionalista, el colonialista y el patriarcal.<sup>7</sup>

4 Jean Fischer: "The Syncretic Turn: Cross-Cultural Practices in the Age of Multiculturalism", en Melina Kalinovska (ed), *New Histories*, Institute of Contemporary Arts, Boston, 1996, p. 35.

5 Jean Fischer: "Tú dices hola y yo digo adiós", *Transatlántico, Diseminación, cruce y desterritorialización*, CAAM. Gran Canaria, 1998, pp. 159-166.

6 "En el fin de siglo nos encontramos -afirma Homi Bhabha- en un momento de tránsito donde espacio y tiempo producen complejas figuras de diferencia e identidad, inclusión y exclusión (...). Hay un sentido de desorientación, de perturbación de dirección en el "más allá". Y es así como llegamos a las nociones de raza, sexo, que habitan en un mundo postmoderno, así como a los intersticios y a las diferencias". Véase Homi Bhabha, "Beyond the Pale: Art in the Age of Multicultural Translation", *Bienal Whitney*, Nueva York, 1993, p. 62.

7 Homi K. Bhabha: *El lugar de la cultura (The location of culture)*, 1994), Buenos Aires, Manantial, 2002, pp. 218-219.

## Multiculturalismo y diáspora

Quizás lo más interesante es constatar cómo el "Nuevo Internacionalismo", acorde con la ideología multicultural, ya no constituiría un "nuevo" ismo como ocurre con los internacionalismos de corte moderno (como la Bauhaus o la arquitectura internacional) sino, todo lo contrario, un proceso de des-ismización. Y este proceso, como sostiene Hou Hanru, incluso podría compararse al concepto científico de la "entropía" en la medida en que al mismo tiempo que entra en un período de desintegración hacia un caos total, alcanza el límite de su propio desarrollo. Al tiempo que numerosos y variados nuevos órdenes emergen de este caso creando una suerte de equilibrio entre el grado de desorden y el nuevo orden<sup>8</sup>.

Esta necesidad de equilibrar la identidad propia con las nuevas demandas globales no impide, como afirma Thomas McEvilley<sup>9</sup>, que artistas de América Latina, Japón, India, China, Corea, practicantes de este "Nuevo Internacionalismo" y creando estilos que simultáneamente respetan las identidades particulares locales, llamen a las puertas del sistema artístico occidental, buscando las ventajas que ofrece: el acceso a una amplia audiencia, la entrada a un discurso vivo y activo, más allá de la historia del arte y del museo. Esta necesidad por parte de los artistas no occidentales a desplazarse a las metrópolis del poder nos lleva a hablar de la diáspora en un mundo "postnacional", es decir un mundo que desafía la idea de que la cultura deba basarse en una sola nación que actúa a favor y no en contra de las propias identidades<sup>10</sup>.

Por otra parte, tal como sostiene Stuart Hall<sup>11</sup>, las identidades fruto de la diáspora serían aquellas que se producirían y reproducirían a sí mismas, a través de la transformación y la diferencia. La diáspora habría que entenderla en una vía similar a como Jacques Derrida plantea la noción de "différance", un estado entre "diferenciar" y "diferir". En la diáspora, más allá de la noción esencialista de raza o etnicidad, no sólo se constata un factor de diferencia con el "otro" en lo que W.E.B. Dubois (1903) denominó el concepto de "doble conciencia" y la coexistencia de dos almas, dos pensamientos, dos irreconciliables esfuerzos, sino un factor de desplazamiento, un mirar hacia el futuro que garantiza un múltiple punto de vista y que hace que, en último término, las teorías de hibridación y mestizaje desarrolladas

8 Hou Hanru: "Entropy; Chinese Artists, Western Art Institutions, A New Internationalism", en Jean Fischer, *Global Visions. Towards a New Internationalism in the Visual Arts*, Londres, Kala Press, 1994, p. 79.

9 T. McEvilley: *op. cit.*, pp. 18-19.

10 Nicholas Mirzoeff (ed.): *Diaspora and Visual Culture. Representing Africans and Jews*, Londres y Nueva York, Routledge, 2000, pp. 1-3.

11 Stuart Hall: "Cultural Identity and Diaspora", en Nicholas Mirzoeff (ed.), *op. cit.*, p. 21.

## Territorios globales y postnacionales

por los indios o latinoamericanos aparezcan como las herramientas contemporáneas de examinar el Occidente.

De ahí que la imagen visual "diaspórica" sea necesariamente intertextual en el sentido de que puede crear múltiples asociaciones visuales e intelectuales a la vez dentro y más allá de la producción de la propia imagen<sup>12</sup>. Y tal como ha reconocido Stuart Hall en el artículo "Cultural Identity and Diaspora", lo más destacado del fenómeno de la diáspora es que el individuo (el propio Hall parte de su experiencia de la diáspora africana, habiéndose formado en Jamaica pero habiendo desarrollado su carrera profesional en Gran Bretaña) si bien ya no puede volver de nuevo a casa, no obstante su trabajo cultural le permite ver y reconocer sus propias historias con las que puede construir aquellos puntos de identificación y aquellos posicionamientos que definen las identidades propias<sup>13</sup>. Según esta teoría, el individuo fruto de la diáspora desarrollaría mejor su identidad fuera de su ámbito nacional buscando sus puntos de fricción y diferencias con él mismo (de ahí el doble juego de palabras diferente y diferimiento) y además sería esta identidad la que ayudaría a Occidente a conocerse mejor a sí mismo, a reconocerse en la figura del "otro".

En esta historia de identidades culturales sin duda resta un último estadio que es en el que estamos sumergidos en la actualidad, que ya no es el espacio del "del más allá" ni tampoco el espacio dialógico del uno y del otro. Se trataría más bien, al decir de Hardt y Negri, del espacio de un renacido "Imperio", un renovado concepto de imperio que nada tiene que ver con el concepto "colonial" de Imperio como algo que colonizaba imaginaciones o que funcionaba a un nivel psicológico para el oprimido. Un "imperio" que emerge como un nuevo "orden global", como una nueva forma de soberanía. A qué se llama Imperio, se preguntan los autores ante el irresistible e irreversible proceso de globalización, de corporativismo transnacional, del capitalismo multinacional en el ámbito de los intercambios económicos y culturales, para a renglón seguido responder, por "Imperio" se entiende una nueva forma global de soberanía compuesta de múltiples organismos nacionales o supranacionales que invitan a la descentralización y desterritorialización en el marco de la economía global. Ya no hay centro territorial de poder, aludiendo al hecho de que el imperio sólo está allí donde esté acumulado capital colectivo, en Singapur, en Wall Street, en Harvard o en la región más recóndita de Africa Negra y, por consiguiente, tampoco hay límites o barreras fijas en la nueva cartografía del "no lugar"<sup>14</sup>.

Este nuevo espacio metafóricamente "sin fronteras", que puede parecer la consolidación de la agenda utópica de la "aldea global" que nos proponía en los años sesenta Marshall McLuhan, estaría dominado, como reconoce Frederic Jameson, por un concepto comunicacional que alternativamente enmascara y transmite significados culturales y eco-

12 Nicholas Mirzoeff (ed.): *Diaspora and Visual Culture*, op. cit., p. 7.

13 Stuart Hall: "art.cit.", p. 23.

14 Michael Hardt y Antonio Negri: *Empire*, Cambridge, Mass., y Londres, Harvard University Press, 2000.

nómicos: "Tenemos el convencimiento de que en la actualidad existe un más denso y extensivo circuito de redes comunicaciones alrededor del mundo, redes que son resultado de importantes innovaciones en las nuevas tecnologías de comunicaciones de toda clase y que nos hacen cobrar conciencia de que en el contexto de la globalización lo que cuenta es la importación y exportación de culturas, lo cual supone de entrada una cierta redistribución igualitaria superadora de la antigua dicotomía y oposición, todavía muy presente en el estadio puramente multiculturalista entre culturas colonizadoras y colonizadas<sup>15</sup>.

Al margen de estos cantos al fenómeno de la globalización que necesitarían una mayor concreción económica en lo que se conoce como cultura corporativa a escala global, lo cierto es que en este nuevo orden global se impone un replanteamiento de los conceptos de identidad y diferencia que suponen una relación cada vez más tensa entre el estado-nación y los nuevos estados posnacionales: "Lo que está emergiendo, sostiene Arjun Appadurai, son poderosas formas alternativas de organización del tráfico de recursos, imágenes e ideas, formas que o bien desafían al estado-nación de una manera activa o bien son alternativas antagónicas pacíficas constituyentes de lealtades políticas a gran escala".<sup>16</sup> En este mundo posnacional se impondría, al decir de Appadurai, la aparición de una nueva etnicidad, capaz de atraer a personas y grupos que por su dispersión espacial son mucho más vastos que los grupos étnicos de los que se ocupaba la antropología tradicional. Una etnicidad que, lejos de estar vinculada con las prácticas "primordialistas" del estado-nación, es transnacional y reclamaría un nuevo entendimiento de la relación entre la historia y la agencia social, el campo de los afectos y el de la política, los

factores a gran escala y los factores locales: "En la medida – sostiene Appadurai – que los Estados pierdan su monopolio respecto a la idea de nación, es perfectamente entendible que grupos de toda clase intenten usar la lógica de nación para conquistar el Estado. Esta lógica encuentra su poder de movilización en la intersección entre el cuerpo (lo subjetivo, lo individual) y las políticas del estado (lo público), es decir, en aquellos proyectos que reivindicamos como étnicos, y que equivocadamente solemos tomar por atávicos"<sup>17</sup>.

Este pensar "más allá de la nación" (entendiendo por nación el último reducto del totalitarismo étnico) pero contemplando las múltiples y fragmentarias realidades nacionales no sólo es en la actualidad un tema recurrente en los estudios de política global, sino que también puede clarificar el ámbito de la cultura visual y la teoría del arte contemporáneo y su posición entre los flujos culturales globales y las realidades específicas locales, entre los contextos propios y los contextos ajenos. ¿Qué lugar corresponde a lo local, a las identidades locales (aquí ya no decimos nacionales, regionales, ni folklóricas, ni vernáculas, ni periféricas, ni étnicas, ni subalternas) en los esquemas relativos al flujo cultural global? ¿Cuál es el significado de lo local? En un mundo pleno de flujos diaspóricos, un mundo que se ha desterritorializado, un mundo donde además los medios masivos de comunicación electrónicos (entre lo que llamaremos comunidades electrónicas y virtuales, por ejemplo Internet) están transformando las relaciones entre la información y la mediación.

15 Frederic Jameson: "Notes on Globalization as a Philosophical Issue", en Frederic Jameson y Masao Miyoshi (eds.), *The Cultures of Globalization*, Duke University Press, 1998, pp.55-58.

16 Arjun Appadurai: *op. cit.*, p.177.

17 Arjun Appadurai: *op. cit.*, p. 166.

## Lo global y lo intercultural

Para finalizar esta reflexión nos gustaría aportar un nuevo concepto cultural clarificador de las actuales tendencias a la globalización y de resistencia a la globalización. Pensamos en este sentido que habría que superar la fase del "multiculturalismo" por otra filosofía política, la del "interculturalismo", es decir, la del intercambio de culturas a través de las naciones, con todo lo que ello supone de una nueva reapropiación de lo "nacional" y sus renovados contactos críticos con lo internacional. Lo intercultural estaría en este sentido más cerca de lo transcultural<sup>18</sup> que de lo multicultural (entendiendo por multicultural aquello que hace referencia a la cohabitación de diferentes grupos culturales y étnicos dentro de un común marco de ciudadanía), y en él lo nacional ni menos un nacionalismo de resistencia (calificado por algunos teóricos poscoloniales de coercitivo, elitista, autoritario, esencialista y reaccionario) ya no tendría futuro: "El mundo está en proceso de desplazarse de la fase nacionalista a la fase cultural y es preferible distinguir áreas culturales más que naciones", afirma Rustom Bharucha<sup>19</sup>.

El futuro estaría en lo "intercultural" superador de la antigua dicotomía identidad/diferencia y los diálogos entre distintos contextos nacionales a través de una mayor potenciación de las subjetividades, las realidades particulares de cada ser humano más allá del concepto de lo "étnico", y de un mayor diálogo entre lo

universal y lo local, entendiendo lo local (sinónimo de sitio o lugar) más como relacional y contextual que como escalar o espacial: "Entiendo lo local- afirma Appadurai- como una cualidad fenomenológica compleja, constituida por una serie de relaciones entre un sentido de la inmediatez social, las tecnologías de la interacción social y la relatividad de los contextos"<sup>20</sup>. Porque hay que reconocer que en la actualidad más que nunca, los numerosos grupos humanos y poblaciones desplazadas, desterritorializadas y transeúntes que conforman los "paisajes étnicos del mundo contemporáneo" se hallan envueltos en la construcción de lo local, en tanto estructura de sentimientos como respuesta a la erosión, la dispersión y la implosión de la homogeneización global<sup>21</sup>.

De un modo distinto al multiculturalista el cual se distanciaría a sí mismo del otro a través de una privilegiada universalidad, el interculturalista, al menos en sus manifestaciones más idealizadas, borraría las distinciones defendiendo ante todo una universalidad compartida en la búsqueda de un diálogo entre lo global y lo local ("lo gloocal"): "En el espacio vacío del encuentro intercultural, que es como un `punto cero´ de un `primer contacto´ entre la existencia humana esencial, desaparecen las `etnicidades´ de los diferentes participantes a favor de sus identidades humanas universales, de sus creatividades y potencialidades"<sup>22</sup>. ■

18 Tal como sostiene G. Mosquera, el vocablo "transculturalización" es familiar en el discurso teórico latinoamericano. Al respecto señala la aportación del cubano Fernando Ortiz que en el texto de 1940, *Contrapunteo cubano del tabaco y el azúcar* habría inventado el vocablo "transculturación", para enfatizar el "toma y daca" presente en toda relación intercultural, y señala también el trabajo del crítico literario uruguayo Ángel Rama, *Transculturación narrativa y novela latinoamericana*, 1982. Cit. por G. Mosquera: "Robando del pastel global", "art. cit.", p. 64.

19 Rustom Bharucha: "Interculturalism and its discriminations. Shifting the Agendas of the National, the Multicultural and the Global", *Third Text*, 46, primavera 1999, p. 9.

20 A. Appadurai: *op. cit.*, p., 187.

21 A. Appadurai: *op. cit.*, p.207.

22 *Ibidem*.

# De la fraternidad de las artes: las imágenes y las palabras

## MARTINE JOLY

Profesora Emérita de la Universidad Michel de Montaigne-Bordeaux 3. Docente – investigadora en la Universidad Michel de Montaigne-Bordeaux 3 desde 1985 hasta 2003, en *Semiología de la imagen y del film*. Profesora invitada en muchos países europeos y no europeos. Ha participado en la creación de varias formaciones en imagen en Francia y en el extranjero. Ha fundado en 1996 el equipo de investigación IMAGINES, *Image/Histoire/sociétés* (IMAGINA, *Imagen/Historia/sociedades*) (EA 2959) en la Universidad Michel de Montaigne-Bordeaux 3.

Última obra aparecida en francés: *L'image et son interprétation*, col. *cinéma*, Paris, Nathan, 2002. Fueron traducidos en Argentina los siguientes libros: 1999: *Introducción al análisis de la imagen*, Ed. La Marca, Buenos Aires, Argentina. Título original: *Introduction à l'analyse de l'image*, Paris, Nathan, col. 128, 1994. 2003: *La imagen fija*, Ed. La Marca, Buenos Aires, Argentina. Título original: *L'image et les signes: approche sémiologique de l'image fixe*, Paris, Nathan, col. fac, 1994. 2004: *La interpretación de la imagen*, Paidós Comunicación 144, Barcelona, Buenos Aires, México.

Se distinguen naturalmente las imágenes y las palabras como pertenecientes a universos diferentes: de un lado, aquel de las palabras, del Verbo, del pensamiento, de la creación literaria o de la información; del otro, aquel de las imágenes, del sueño, de la emoción, de la seducción o de la manipulación mediática.

En la película titulada *The passenger*, (en francés *Profession reporter*), en 1974, el cineasta Michelangelo Antonioni hace decir a uno de sus personajes, traficante de armas, al dirigirse a un periodista reportero de imágenes: "ustedes trabajan con las palabras y las imágenes: son cosas frágiles...". Se podría (¿se debería?) colocar esta frase en el frente de todas las escuelas de arte o de periodismo: las palabras y las imágenes son, en efecto, cosas frágiles y preciosas. Sin embargo, no dejamos de oponerlas y maltratarlas prejuiciosa y apresuradamente.

Este texto tiende a apaciguar esta tensión, deseoso de conducir esta oposición a modalidades de interacción más justas.

Nos proponemos entonces examinar el proceso hecho a la imagen en nuestras sociedades en un discurso común y repetitivo en términos de "a favor de las palabras, contra la imagen"<sup>1</sup>. Frente a ello, nos propondremos un discurso "a favor de la imagen con las palabras", con la ayuda de algunos escritores.

## A favor de las palabras contra la imagen

La multiplicación de las imágenes en nuestras sociedades (aumento de los canales de TV hertzianas, cableadas o satelitales, las revistas, las fotos de prensa, la televisión, los videos y los DVD, los CDroms, los juegos de video, las pantallas de las computadoras, etc.) es asiduamente presentada, y, sin duda, sentida como una "invasión", una "proliferación" mientras que los términos empleados para evocarla son tanto términos guerreros, referidos a animales, insectos nocivos o aún la enfermedad. Después de la imagen-metamorfosis de los Antiguos y la imagen-metáfora de los Modernos, ¿estaremos en la época post-moderna y contemporánea de la imagen-metástasis?.

La consecuencia de esta "invasión" en nuestras sociedades sería que ella conllevaría una exclusión del lenguaje (en una oposición "ver" versus "leer") y, por lo tanto, del pensamiento y del juicio ("reflexionar" versus "ser manipulado"), pues la lectura de la imagen sería "por naturaleza" más fácil que la del libro, el espectador del film o de la imagen sería más pasiva que la del lector de textos verbales, y así sin interrupción. En efecto, cuando, parafraseando la gran helenista francesa Jacqueline de Romilly, uno se pregunta "¿Por qué la imagen?" (como un eco de su magnífica *¿Por qué Grecia?*), la respuesta se hace siempre, tanto que se trate de comunicación en general, de pedagogía, de juego o aún de diversión, por *más* o por *menos*: la imagen sería más sintética, más rápida, más expresiva, más placentera, más seductora, más cautivante, más persuasiva, más fácil, y entonces menos difícil, menos larga, menos austera, etc. Se puede preguntar así: ¿*más* o *menos* que qué? La comparación es también evidente como implícita y omnipresente entre la imagen y el len-

guaje verbal, escrito preferentemente. Esta oposición aparece hasta en las directivas ministeriales de formación de la imagen donde, cuando la relación imagen/lenguaje no está presentada como exclusiva, su complementariedad está presentada lo mejor posible como ilustrativa del lado de la imagen y comentativa del lado del texto. En revancha, la riqueza, la solidaridad y la necesidad de las relaciones imagen y lenguaje son muy raramente estudiadas en profundidad, ni anunciadas como indispensables y productivas tal como son, según lo veremos más adelante. Se encuentra aquí una desconfianza muy antigua frente a la imagen que ya se lee en Platón que consideraba, entre otras cosas, que su eficacia venía del hecho de que movilizaba la parte "más débil" de nuestro espíritu.

Se llega a la conclusión paradójica, pero muy extendida, de considerar que la imagen, juzgada inferior y enemiga de las palabras, nos influenciaría no obstante aún más que las palabras: tal es, en efecto, el tenor general del discurso contemporáneo sobre la imagen.

Podemos, sin embargo y felizmente, escapar a esta *doxa* y reconsiderar esta cuestión con los artistas, los cineastas, los escritores que nos ofrecen precisamente universos de reflexión y meditación sobre las imágenes y sobre su relación con el lenguaje verbal. Partir del estudio de las ficciones literarias y cinematográficas se justifica porque "éstas no ofrecen una reproducción de la experiencia real pero sí una puesta en forma estilizada, dramatizada o depurada, susceptible de construir un imaginario común."<sup>3</sup> La literatura aparece entonces

1 Como lo remarcaba Christian Metz hace algunos años, en el curso del seminario de EHESS en París.

2 Baudrillard no distinguía de este modo las diferentes edades de la imagen en *Simulacres et Simulations*.

3 Caroline Eliacheff y Natalie Heinich: *Mères-filles. Une relation à trois*, Avant Propos, Livre de Poche, 2003.

como un territorio donde la verdad de la obra de arte desborda y trasciende la del documento. Acerquémonos por tanto a la realidad de las relaciones imagen/lenguaje a través del filtro de la ficción y de lo que ella nos dice en particular de los lazos entre pintura y literatura.

## A favor de las imágenes con las palabras

Recordemos preliminarmente que uno no puede hablar de imágenes sin hablar de las palabras que las constituyen, ni de las palabras en el seno de las cuales aquéllas están en gestación o de las palabras que les aseguran su supervivencia.

En primer lugar y efectivamente porque el lenguaje verbal (oral o escrito) es un compuesto de la imagen donde puede intervenir como herramienta "de anclaje" de la significación bajo forma de leyenda, de comentario, de slogan, al punto que cuando está ausente se lo señala por la mención (¡verbal!) "sin palabras"; puede también tener una función de "relevo" del mensaje "icónico" cuando éste encuentra sus límites en la expresión de tiempo y espacio, por ejemplo. Estas dos funciones evocadas más arriba y descritas por Barthes en su famoso ensayo "Retórica de la imagen" de 1964<sup>4</sup> son muy comunes y muy frecuentes, pero existen otras como la suspensión, el anuncio o aún la espera.

*El lenguaje es también fuente u origen de imágenes.* En efecto, una imagen antes de aparecer es, en primer término, encarada verbalmente. Tanto se trate de adaptación de relatos al cine o a la televisión, como de un proyecto redactado sea cual fuere: película o emisión, campaña electoral o comunicación de

empresa. El proyecto es ante todo verbal incluso si es acompañado de un *story board* o de un "piloto".

El lenguaje verbal interviene además como una herramienta de interpretación, de comprensión o de memorización de imágenes, y uno puede constatar hasta qué punto la imagen nutre las palabras mismas bajo la forma de anuncios o de comentarios en la prensa, la radio o aún en las conversaciones. Son verdaderamente las palabras las que aseguran entonces la supervivencia de las imágenes aunque no se las contemple o se las tenga cerca.

---

4 Cf. *L'obvie et l'obtus. Essais critiques III*, Seuil, 1982.

## Literatura y pintura

Finalmente y sobre todo, en una reciprocidad infinitamente productiva, y es sobre este punto que queremos detenernos aquí, las imágenes son una fuente de imaginario muy variado.

Las imágenes y las historias de imágenes, o de obra de arte, son en efecto muchas veces formidables disparadores de ficciones literarias que las utilizan y las ponen en escena.

Pensemos en *Delirio y sueño en la Gradiva de Jensen* de Sigmund Freud (historia de un bajo relieve antiguo), en *La Venus de la Isla* de Próspero Mérimée (una estatua), en el *Retrato de Dorian Gray* de Oscar Wilde (un retrato pintado), en *Paula o el elogio de la verdad* del sueco Torny Lindgren (una madona del Renacimiento), en *Hilo del Horizonte* de Antonio Tabucchi (una fotografía), más recientemente en *La tormenta* del español Manuel de Prada (el cuadro del mismo nombre de Giorgione), en *Manual de caligrafía y pintura* de Saramago (méritos comparados de la pintura y la escritura), o aún en *Un episodio en la vida del pintor viajero* del argentino César Aira (a propósito del pintor viajero alemán Rugendas). Algunos ejemplos entre otros.

Fotografías, pinturas, funciones de cine, imágenes de síntesis, emisiones de televisión, tantas imágenes que han nutrido la ficción en autores tan variados como Romain Rolland, Proust, Céline, Queneau, Sartre, Breton, Aragon, Leiris, Soupault, Valéry, Duras, por citar autores "nobles" franceses ya consagrados, pero uno podría encontrar sin esfuerzo otros ejemplos aún en la literatura llamada "popular" o en la literatura "extranjera". Pensemos, por ejemplo, en una pequeña colección de noticias del escritor marroquí Abdelfattah Kilito, *La querrela de las imágenes*, o aquel, recientemente publicado, del suizo Nicolas Bouvier (2001), el autor de *Uso del Mundo*, titulado *Historias de una imagen*, que se pre-

senta y se desarrolla a partir de imágenes que el autor amaba, etiquetas o modos de empleo...

Muchos son así los textos poderosos y plenos de "encanto" en los que la intriga tiene como punto de partida, o como argumento principal, lo que uno llama una "imagen" que, entonces, alimenta las palabras.

Sin embargo, quisiéramos insistir sobre el hecho que la interacción, en la novela, entre las imágenes y las palabras no se reduce a la cuestión del argumento: ella concierne también una articulación fundamental y más general entre ellos.

Cuando la literatura evoca o integra imágenes, ella se plantea, y se propone también, como un espacio de *manifestación de la experiencia* de la imagen por un lado, y como lugar de *confrontación* entre los desafíos de decir y de decir lo que se ve: la literatura deviene entonces en un lugar de apropiación y de interpretación de las imágenes que reúne la antigua *ekphrasis*, este ejercicio retórico que consistía en describir un objeto, como uno puede leerlo en *La Ilíada* donde los motivos que adornan el escudo de Aquiles son largamente evocados. Muy habitualmente la *ekphrasis* describe un objeto elaborado, "un arma, una vestimenta bordada (...) una obra de arte, pintura o estatua. La *ekphrasis* busca (...) animar la obra por medio de la palabra, traducir mediante palabras el efecto que produce sobre el espectador"<sup>5</sup> se puede leer al respecto en *La Galería de cuadros* de Filostrato. Ejercicio de *ekphrasis*, esta compilación, que describe para un joven espectador sesenta y cuatro cuadros dispuestos en una residencia, puede también aparecer como la puesta en obra de la *memoria* retórica, según la cual el orador (el retórico) recorría una arquitectura imaginaria (casa, cuerpo humano, signos del zodiaco) y disponía las imágenes

5 Cf. Introducción a *La galerie de tableaux*, Philostrate, Les Belles Lettres.

compuestas de los elementos principales del discurso a pronunciar. Estas imágenes, activas o activadoras, se llamaban las imágenes agentes y se caracterizaban con frecuencia por su aspecto provocador<sup>6</sup>.

Se comparte en estas obras la confrontación entre experiencias estéticas diferentes, una, visual o audiovisual, trabajada por otra, verbal, literaria, novelesca.

El discurso desarrolla entonces un espacio de inter-representación donde se manifiesta "la idea de la fraternidad de las artes" cuando "el discurso no es sólo un encadenamiento de términos genéricos que exponen el pensamiento con fuerza y nobleza sino que es un tejido de jeroglíficos apilados los unos sobre los otros que lo deshilachan"<sup>7</sup> según la idea de que la poesía es "una pintura invisible" mientras que la pintura sería un "poema silencioso". Se ve aquí como la palabra permite a la obra visual "realizarse".

El texto literario se despliega entonces también como una *huella interpretativa de las obras* y establece una relación de fuerza entre ellas. De manera implícita, pero no obstante directiva, propone una especie de jerarquía entre las diferentes artes, una orientación interpretativa que, desbordando la lectura de un texto específico, marca de esta manera los trechos no sólo para la recepción de las diferentes artes sino también para su apreciación. Es lo que pudimos observar, por ejemplo, en una novela como *La Montaña Mágica* de Thomas Mann donde toda clase de imágenes tiene lugar (cine, retrato pintado, fotografía, radiografía, grabado) y hace aparecer la función crítica de la obra literaria misma<sup>8</sup>.

En cuanto a las modalidades de tratamiento de la obra visual por la obra literaria, éstas son variables.

Sin embargo, se ha podido constatar que para que una imagen se transforme en novela, son necesarias algunas condiciones: es necesario, en particular, que después de haber aparecido, ella se borre en beneficio de un detalle que sólo subirá a la superficie, tal como la comba del pie de *Gradiva* o el aura luminosa de la radiografía y el grano de la tela pintada en *La Montaña Mágica*. Para alimentar plenamente las palabras es necesario que las imágenes, después de haber aparecido, se ausenten progresivamente y devengan falibles y como abiertas. Entonces, sólo la complementariedad texto-imagen puede ponerse plenamente en la obra hundándose en la abertura hecha y permitiendo que el poder de las imágenes se ejerza; un poder lejano de aquel sospechado de manipulación que uno atribuye a las imágenes mediáticas, un poder transmutado en potencia creadora. Uno encuentra la misma transformación creadora en la crítica y en lo que nos dice con relación a la obra sin olvidar, con Barthes, que ¡el crítico también es un escritor!

Dos ejemplos más precisos servirán a nuestra intención, un ejemplo argentino y un ejemplo portugués que, cada uno a su manera, no aceptan la riqueza y la complejidad de la interacción entre las palabras y las imágenes. Los citaremos largamente, prefiriendo el texto a su comentario.

6 Cf. Frances Yates: *L'Art de la mémoire*, Gallimard, 1994 (traducción francesa).

7 Según la expresión de Mario Praz, en *Mnemosyne, Parallèle entre littérature et Arts plastiques*, Paris, 1986.

8 Cf. "Les discours sur", ch 1, en Martine Joly, *L'image et son interprétation*, Nathan, col. cinéma, 2002.

## Demos a César...

Comenzaremos en efecto con César Aira, escritor argentino<sup>9</sup>, que cuenta en *Un episodio en la vida de un pintor viajero*<sup>10</sup> la historia del pintor viajero alemán Rugendas:

"Occidente ha contado poco de los pintores viajeros de calidad. Entre aquellos que recordamos, el mejor fue el gran Rugendas."

Es la primera frase del libro... Entramos enseguida progresivamente en su argumento: *"Hijo, nieto y bisnieto de prestigiosos pintores del género, Johan Moritz Rugendas nació en la ciudad imperial de Augsburgo el 29 de marzo de 1802. (...) A los diecinueve años, le ofrecieron partir a América con la expedición dirigida por el barón Langsdorff y financiada por el zar de Rusia. Su misión era la que habría tenido cien años más tarde un fotógrafo: inmortalizar los descubrimientos y los paisajes."* Rugendas recorre así, en las distintas expediciones durante muchos años, Brasil, Méjico, Chile, Perú, Argentina y publica libros ilustrados que hicieron su reputación.

Un día *"partió a fin del mes de diciembre de 1837 de San Felipe de Aconcagua (Chile) en compañía del pintor alemán Robert Krause, con una pequeña tropilla de caballos y mulas, y dos guías chilenos. Su idea, que llevaron a cabo, era la de aprovechar el buen tiempo estival para atravesar sin obstáculos la Cordillera por sus pasajes pintorescos, haciendo croquis y pintando todo lo que valiera la pena."*

Pero pintar de manera satisfactoria todos esos paisajes aparece difícil, en particular desde la óptica de una *"fisonomía de la naturaleza"*, teoría preconizada por el naturalista Humboldt del que Rugendas era discípulo. *"Las cimas de mica observaban sus largas marchas. ¿Cómo hacer verosímiles esos panoramas? El cubo tenía demasiadas aristas,*

*demasiadas caras. La continuidad de los volcanes dibujaba los interiores del cielo. El crepúsculo lanzaba resplandores, que el silencio alargaba. En cada recodo el sol surgía de una arboleda o de un cañón. Siempre en un silencio de masas gigantescas, de acantilados grises suspendidos para la eternidad, fallas vastas como los océanos..."*

Las sensaciones visuales se mezclan con sensaciones auditivas, la geometría con la retórica.

"Llevaban cartones repletos de recuerdos. 'Tengo llenos de ellos los ojos' decía uno corrientemente. ¿Por qué los ojos? La cara también, y los brazos y los hombros, los cabellos, los talones... El sistema nervioso (...) Contemplaban extasiados la conjunción de aire y silencio."

Y al igual que la marcha es propicia para la reflexión y la meditación, la pintura naturalista también, ya que respeta el ritmo de la naturaleza: *"El pintor podía darse un descanso, la naturaleza lo había habituado a esperar"*.

Es entonces cuando el libro se hace intermediario y, confiándonos las preguntas del pintor viajero, nos empuja, a nosotros también, a las trincheras de nuestra lectura y nos conduce a situarnos en la problemática de la representación, entre experiencia, ficción y arte.

A la vuelta de una hoja, o de un sendero del Aconcagua, o de un rasgo y de un plan, somos embargados por la evidencia de las preguntas y de los dichos, la evidencia del encuentro y del regalo de la obra: *"Por alguna razón misteriosa, ciertamente porque no pintaban, Rugendas y Krause descubrieron a fuerza de conversar durante sus viajes a caballo, una relación entre la pintura y la historia. (...) Estaban particularmente de acuerdo en un punto: la ventaja de la historia para saber cómo se hacían las cosas. Una escena natural o cultural, por más detallada que fuera, no decía nada*

9 Nacido en 1949 en Coronel Pringles, en la provincia de Buenos Aires.

10 Traducción francesa, edición André Dimanche, Marsella, 2001. Título original: *Un episodio en la vida del pintor viajero*, ed. Beatriz Viterbo, Rosario, Argentina, 2000.

de lo que la había precedido, respecto de las apariciones o del encadenamiento casual que había concluido en su configuración. Y justamente, lo que explicaba la abundancia de relatos, era la necesidad que experimentaba el hombre de saber cómo habían sido las cosas. (...) Pero la ausencia de relato no explicaba ninguna pérdida. Incluso era posible que la repetición fuera más completa si no había relato. En el lugar del relato, era necesario transmitir un conjunto de `herramientas` que lo reemplazarían ventajosamente, permitiendo reinventar, con la inocencia espontánea de la acción, todos los eventos del pasado. (...) Y la llave de esas herramientas, era el estilo. Según esta teoría, entonces, el arte era más útil que el discurso."

Y he aquí como, a la vuelta de un sendero, donde estamos con ellos, surge la proposición de escapar a la trampa del relato, no abandonándolo, sino sublimándolo por medio del estilo y del arte. Límites de lo visible (de lo sensible), deseo de conocimiento, méritos de la discusión, uno reconoce allí las bases de una estética de las artes visuales que el arte literario, en la circunstancia, podría contribuir a refinar.

En Chile, se puede todavía contemplar algunos cuadros del verdadero Rugendas, expuestos en una sala consagrada, precisamente, a los pintores viajeros, en el Museo Nacional de Bellas Artes de Santiago. Por ejemplo, se puede ver allí ese cuadro de 1835 *El huaso y la lavandera* que da una idea de lo que era la pintura "fisonómica" del paisaje por la cual se trataba de transmitir a la "sensibilidad del observador" una suma de informaciones que conciernen a la vez "al clima, la historia, las costumbres, la economía, la raza, la fauna, la flora, el régimen de lluvias y de vientos".

El segundo ejemplo literario que hemos elegido nos lleva a Portugal al final de la dictadura de Salazar. Se trata de

una pequeña "novela" del escritor José Saramago<sup>11</sup>, titulada *Manual de pintura y caligrafía*<sup>12</sup>.

El libro se presenta como una especie de diario que mantenía, en primera persona, un cierto H., pintor convencional, retratista de los ricos del régimen, que, en un período de duda sobre su oficio, más que sobre su arte, se prueba en otra forma de pintura, la escritura: "Continuaré pintando el segundo cuadro, pero sé que no lo terminaré jamás. La tentativa ha fracasado y la mejor prueba de este fracaso, o de este fiasco, o de esta impotencia, es la hoja de papel sobre la que comienzo a escribir".

Son las primeras frases de esta novela puesta en apariencia bajo el signo del fracaso y que se revelará, en el transcurso de su desarrollo, como un pequeño tesoro de reflexión, de gracias, de erudición y de inteligencia respecto del tema de la creación artística y de los lazos precisamente entre las diferentes artes: "Tengo dos retratos sobre dos caballetes diferentes, cada uno en una habitación, el primero accesible a todas las personas que entran, el segundo, encerrado en el secreto de mi tentativa, también abortada, y estas hojas de papel que representan otra tentativa que abordo con las manos desnudas, sin colores ni pinceles, con esta sola caligrafía, este hilo negro que se enrosca y se desenrolla, que se detiene en los puntos y en las comas, que respira en pequeños claros blancos para avanzar en seguida de manera sinuosa, como si recorriera el laberinto de Creta o los intestinos de S. (...) Iría de una habitación a la otra, de un caballete al otro, pero yo terminaría por concluir en esta pequeña mesa, en esta lámpara, en esta caligrafía, en este hilo que continuamente se rompe y que renuevo bajo mi lapicera y que es, no obstante, mi única posibilidad de salvación y de conocimiento".

Salvación y conocimiento, necesidad

11 Nacido en 1922 en Azinhaga, Portugal, Premio Nobel de Literatura en 1998.

12 Traducción francesa Seuil 2000, col. Points. Título original *Manual de pintura e caligrafia*, ed. Caminho, Lisboa, 1983.

de la expresión artística, visual hasta en la plástica de la escritura, "hilo negro" que concreta aquí lo que el narrador llamará "ejercicios de autobiografía" en la que, según él, nadie escapa, incluso el pintor: "el que pinta un retrato se pinta a sí mismo (...) Lo que importa es el pintor, no el modelo" y recordar los Escritos de Leonardo Da Vinci "Observa bien, pintor, la parte más fea de tu cuerpo y concentra tus estudios sobre ella, de manera de corregirte. Ya que si tú eres brutal, tus figuras lo serán también y ellas estarán desprovistas de espíritu; de este modo todo lo que es bueno o malo en tí transparentará de una manera u otra en tus figuras".

Pero estas citas-consejos no conciernen únicamente a la pintura, porque no es ni fácil, ni recomendable, distinguir netamente la pintura de las letras: abriendo un libro "al azar", nos dice el narrador, éste se detiene en el pasaje de *Diálogos de Roma*<sup>13</sup> donde Messer Lactancio Tollomei escribe a Miguel Ángel: "Conozco la fuerza considerable de la pintura que, del modo que usted la dio a ver, se encuentra en todas las actividades de los Antiguos e incluso en la escritura y en la composición. Puede ser que con su fértil imaginación, contrariamente a mí, usted no habrá sido golpeado por la gran afinidad de las letras con la pintura (pero más bien por aquella de la pintura con las letras); ni por el hecho que esas dos ciencias son hermanas tan legí-

timas que si uno aleja una de la otra, ninguna es perfecta aún cuando uno podría creer que la época actual se ingenia para tenerlas separadas de alguna manera (...) Así pues si uno abre los libros antiguos, hay pocos de entre ellos que no se parezcan a pinturas y retablos; y si algunos son pesados y confusos es seguramente porque su autor era un pobre dibujante, poco entendido para concebir una obra y compartirla: es indudable que las obras más inteligibles y más densas provienen de los mejores dibujantes. E incluso Quintiliano en la perfección de su Retórica ordena a su orador no sólo dibujar con palabras sino también saber trazar y extender sobre el papel un dibujo de su propia mano."

De esta manera, a la sombra de los Antiguos, pintores y escritores, Saramago nos ayuda a superar el salto de la incompreensión recorriendo con él el "aún no" del cuestionamiento y de su paso: "Habiendo visto, no sé lo que he visto, aún no lo he transformado en saber. Aún no."

De este modo las palabras y las imágenes no se contentan con nutrirse mutuamente, ellas aseguran y combinan su existencia recíproca, aseguran y combinan su fuerza recíproca, en la "fraternidad" de estos textos "que uno denomina desde hace algunos siglos 'literatura' (...) La imagen atraviesa los textos y los cambia; atravesados por ella, los textos la transforman"<sup>14</sup>. ■

13 De Francisco de Holanda.

14 Louis Marin, *Des pouvoirs de l'image*, Glòses, Seuil, 1993.

# Arte y medios: aproximaciones y distinciones

**ARLINDO MACHADO** es Doctor en Comunicaciones y Profesor de la PUC-SP y de la ECA/USP. Publicó, entre otros, los libros *Eisenstein: Geometria do Êxtase, A Ilusão Especular, A Arte do Vídeo, Máquina e Imaginário, El Imaginario Numérico, Vídeo Cuadernos, Pré-cinemas & Pós-cinemas, A Televisão Levada a Sério, O Quarto Iconoclasmo, El Paisaje Mediático*, además de innumerables artículos en revistas como *Dispositio, The Independent, Chimaera, Acta Poetica, Epiphaneia, World Art,*

*Leonardo, Performance Research, etcétera.* Fue también co-autor de *Os Anos de Autoritarismo: Televisão e Vídeo, Rádios Livres: a Reforma Agrária no Ar e Made in Brasil: Três Décadas do Vídeo Brasileiro.* Organizó varias muestras de arte eletrônico brasileño para eventos internacionales como *Getxoko III (Bilbao), Arco '91 (Madrid), Art of the Americas (Albuquerque), Brazilian Video (Washington), Medi@terra 2000 (Atenas), L.A. Freewaves (Los Angeles) e Image Forum (Tóquio).*

La expresión inglesa *media art* y su correlato portugués *artemídia* son usados hoy para designar formas de expresión artística que se apropian de recursos tecnológicos de los medios y de la industria del entretenimiento en general, o intervienen en sus canales de difusión, para proponer alternativas cualitativas. Esa designación genérica presenta el inconveniente de restringir la discusión de la *artemídia* apenas al plano técnico (soportes, herramientas, modos de producción, circuitos de difusión), sin llegar al meollo de la cuestión, que es la comprensión de la imbricación de esos dos términos: medios y arte. ¿Qué hacen ellos juntos y qué relación mantienen entre sí? ¿Decir *artemídia* significa sugerir que los productos de los *media* pueden ser encarados como las formas de arte de nuestro tiempo o, al contrario, que el arte de nuestro tiempo busca de alguna forma interferir en el circuito masivo de los medios? En su acepción propia, la *artemídia* es algo más que la mera utilización de cámaras, computadoras y sintetizadores en la producción de arte, o la simple inserción del arte en circuitos masivos como la televisión o Internet. La cuestión más compleja es saber de qué manera pueden combinarse, contaminarse y distinguirse arte y medios, instituciones tan diferentes des-

## Desviando la tecnología de su proyecto industrial

de el punto de vista de sus respectivas historias, de sus sujetos y protagonistas y de la inserción social de cada una.

El soporte instrumental parece resumir el aspecto más simple del problema. El arte siempre fue producido con los medios de su tiempo. Bach compuso fugas para clave porque éste era el instrumento musical más avanzado de su época en términos de ingeniería y acústica. Ya Stockhausen prefirió componer texturas sonoras para sintetizadores electrónicos, pues en su época ya no tenía más sentido concebir piezas para clave, a no ser en términos de citación histórica. Pero, el desafío enfrentado por ambos compositores fue exactamente el mismo: extraer el máximo de las posibilidades musicales de dos instrumentos recién inventados y que daban forma a la sensibilidad acústica de sus respectivas épocas. Edgar Degas, que nace casi simultáneamente con la invención de la fotografía, utilizó extensivamente esa tecnología no sólo para estudiar el comportamiento de la luz, que él traducía en la técnica impresionista, sino también en sus esculturas, para congelar cuerpos en movimiento con la misma frescura con que lo hacía el rapidísimo obturador de la cámara. La serie fundante de Marcel Duchamp *Un descendant l'escalier* es una aplicación directa de la técnica de la cronofotografía (precursora de la cinematografía) de Étienne Marey, con que el artista tomó contacto a través de su hermano Raymond Duchamp-Vallon, cronofotógrafo del Hospital de La Salpêtrière, en París. ¿Por qué, entonces, el artista de nuestro tiempo rechazaría el video, la computadora, Internet, los programas de diseño, procesamiento y edición de imagen? Si todo arte es hecho con los medios de su tiempo, las artes electrónicas representan la expresión más avanzada de la creación artística actual y aquella que mejor expresa sensibilidades y saberes del hombre en el cambio al tercer milenio.

Pero, la apropiación que hace el arte del aparato tecnológico del cual es contemporáneo difiere significativamente de aquella hecha por otros sectores de la sociedad, como la industria de bienes de consumo. En general, aparatos, instrumentos y máquinas semióticas no son proyectadas para la producción de arte, por lo menos no en el sentido secular de ese término, tal como él se constituyó en el mundo moderno a partir más o menos del siglo XV. Máquinas semióticas son, en la mayoría de los casos, concebidas dentro de un principio de productividad industrial, de automatización de los procedimientos para la producción en gran escala, pero nunca para la producción de objetos singulares, sencillos y "sublimes". La pianola, por ejemplo, fue inventada a mediados del siglo XIX como un recurso industrial para automatizar la ejecución musical y permitir la actuación en vivo. Gracias a una cinta de papel cuyas perforaciones "memorizaban" las posiciones y los tiempos de las teclas presionadas durante una única ejecución, el piano mecánico podía reproducir esa misma ejecución cuantas veces fuera necesario y sin necesidad de la intervención del intérprete. La función del aparato mecánico era, por lo tanto, aumentar la productividad de la música ejecutada en ambientes públicos (cafés, restaurantes, hoteles) y disminuir los costos sustituyendo al intérprete de carne y hueso por su clon mecánico, más disciplinado y económico. Las perforaciones de una cinta podían ser también copiadas por otra cinta y así una única representación se multiplicaba en infinitas otras, dando inicio al proyecto de reproductibilidad en escala que, un poco más tarde, con la invención del fonógrafo, desembocaría en la poderosa industria fonográfica.

La fotografía, el cine, el video, la computadora fueron también concebidos y desarrollados según los mismos principios de productividad y racionalidad, en

el interior de ambientes industriales y dentro de la misma lógica de expansión capitalista (sobre la relación entre la invención de esos dispositivos técnicos y el contexto político-económico ver, sobre todo, Winston 1998 y Zielinski 1999). Tanto las aplicaciones explícitamente destinadas a la creación artística (o, por lo menos, aquello que la industria entiende como creación), como las de autoría en computación gráfica, *hipermidia* y video digital, apenas formalizan un conjunto de procedimientos conocidos, heredados de una historia del arte ya asimilada y consagrada. En ellos, la parte "computable" de los elementos constitutivos de determinado sistema simbólico, así como sus reglas de articulación y sus modos de enunciación son inventariados, sistematizados y simplificados para ser colocados a disposición de un usuario genérico, preferentemente lego y descartable, de modo de permitir la productividad en gran escala y atender a una demanda de tipo industrial.

Los actuales algoritmos de compactación de la imagen, utilizados en casi todos los formatos de video digital, son la mejor demostración de la "filosofía" que ampara buena parte de los progresos en el campo de las tecnologías audiovisuales. Ellos parten de la premisa de que toda imagen contiene una tasa elevadísima de redundancia, entendidas como tal las áreas idénticas dentro de un mismo cuadro y las que se repiten de un cuadro a otro, en el caso de la imagen en movimiento. Eliminandose esa redundancia por medio de una codificación específica se obtiene una significativa compactación de los archivos de imagen. La premisa del video digital es evidentemente discutible, pues es sólo aplicable a la producción más banal y cotidiana, de donde, no obstante, fue extraída. Ella no puede aplicarse a imágenes limítrofes del arte contemporáneo, como los cuadros del *action painting* o los flickering films (films "parpadeantes", en que cada cuadro individual es diferente de los demás) del cine experimental norteamericano, razón por la cual obras de

esa naturaleza resultan destruidas por la compactación digital. Experiencias de este tipo, que lindan con cuestiones esenciales del arte, como el extrañamiento, la incertidumbre, la indeterminación, la histeria, el colapso, el desaliento existencial no están obviamente en el horizonte del mercado y de la industria, ambientes usualmente positivos, optimistas y banalizados. Algoritmos y aplicaciones son concebidos industrialmente para una producción más rutinaria y conservadora, que no traspasa límites, ni perturba los patrones establecidos.

Existen diferentes maneras de lidiar con las máquinas semióticas crecientemente disponibles en el mercado de la electrónica. La perspectiva artística es ciertamente la que más se aparta de todas, una vez que ella se aleja con tal intensidad del proyecto tecnológico originalmente impreso a las máquinas y programas que equivale a una completa *reinención* de los medios. Cuando Nam June Paik, con ayuda de imanes poderosos, desvía el flujo de los electrones en el interior del tubo iconoscópico de la televisión, para corroer la lógica figurativa de sus imágenes; cuando fotógrafos como Frederic Fontenoy y Andrew Davidhazy modifican el mecanismo del obturador de la máquina fotográfica para obtener no un congelamiento de un instante sino un "fulminante proceso de desintegración de las figuras resultado de la inscripción del tiempo en el cuadro fotográfico" (Machado 1997: 64); cuando William Gibson, en su romance digital *Agrippa* (1992), coloca en la pantalla un texto que se mezcla y se destruye, gracias a una especie de virus de computadora capaz de detonar los conflictos de memoria del aparato, no se puede más, en ninguno de esos ejemplos, decir que los artistas están operando dentro de las posibilidades programadas y previsibles de los medios invocados. Ellos están, en verdad, atravesando los límites de las máquinas semióticas y reinventando radicalmente sus programas y sus finalidades.

Lo que hace, por lo tanto, un verdadero creador, en lugar de simplemente so-

meterse a las determinaciones del aparato técnico, es subvertir continuamente la función de la máquina o del programa que él utiliza, es manejarlas en el sentido contrario de su productividad programada. Tal vez también se pueda decir que uno de los papeles más importantes del arte en una sociedad tecnocrática sea justamente la negación sistemática a someterse a la lógica de los instrumentos de trabajo, o de cumplir el proyecto industrial de las máquinas semióticas, reinventando, en contrapartida, sus funciones y finalidades. Lejos de dejarse esclavizar por una norma, por un modo estandarizado de comunicar, obras realmente fundadas en la verdad reinventan la manera de apropiarse de una tecnología.

Veamos el caso de Conlon Nancarrow, compositor anglo-mexicano que, a partir de 1950, decidió componer específicamente para pianola, el mismo instrumento del siglo XIX que introdujo, juntamente con la fotografía, la estandarización, la reproductibilidad y la serialización de la producción audiovisual. Un siglo después de la invención del piano mecánico, Nancarrow vio en él algo que las generaciones anteriores no pudieron ver, limitadas como estaban por la adhesión al proyecto industrial del instrumento. Como la música era producida gracias a la "memorización" de las notas codificadas en las cintas perforadas, ella podía ser producida a través de la manipulación directa de las cintas y no sólo, como se hacía entonces, a través del registro de una interpretación. Produciendo las perforaciones manualmente, era posible hacer sonar el piano como nunca había sonado antes, pues ya no había una imposición de la actuación de un intérprete, restricta, como no podría dejar de ser, a los límites del desempeño humano. La máquina, también entonces limitada a la reproducción de una actuación humana, podía ahora producir una música que potencializaba infinitamente esa actuación. Más que eso: explorando diferentes velocidades de rotación de las cintas, "voces" diferentes podían ser

combinadas de forma compleja en simultáneos *acelerandos* y *ritardandos*. De esa manera, al invertir o corromper la programación original de la pianola, Nancarrow contribuyó a una radical reinención de esa máquina hasta entonces restricta a aplicaciones comerciales banales.

Las técnicas, los artificios, los dispositivos que utiliza el artista para concebir, construir y exhibir sus trabajos no son sólo herramientas inertes, ni mediaciones inocentes, indiferentes a los resultados, que se podrían sustituir por cualquier otras. Ellas están cargadas de conceptos, tienen una historia, derivan de condiciones productivas bastante específicas. La *artemídiá*, como cualquier arte fuertemente determinado por la mediación técnica, coloca al artista delante del desafío permanente de al mismo tiempo en que se abre a las formas de producir el presente contraponerse también al determinismo tecnológico, rechazar el proyecto industrial ya incorporado en las máquinas y aparatos, evitando que su obra resulte simplemente un traspaso de los objetivos de productividad de la sociedad tecnológica. Lejos de dejarse esclavizar por las normas de trabajo, por los modos estandarizados de operar y de relacionarse con las máquinas, lejos de dejarse seducir por la fiesta de efectos y clichés que actualmente dominan el entretenimiento de masas, el artista digno de ese nombre busca reapropiarse de las tecnologías mecánicas, audiovisuales, electrónicas y digitales en una perspectiva innovadora, haciéndolas trabajar en beneficio de sus ideas estéticas. El desafío actual de la *artemídiá* no está, por lo tanto, en la mera apología ingenua de las actuales posibilidades de creación: la *artemídiá* debe, por el contrario, trazar una diferencia nítida entre lo que es, de un lado, la producción industrial de estímulos agradables para los medios de masas y, del otro, la búsqueda de una ética y una estética para la era de la electrónica.

## El arte como metalenguaje del medio

¿Cómo podríamos entender ese “desvío” del proyecto tecnológico en el diálogo con los medios y la sociedad industrializada? Ahora bien, la *artemidia* es justamente el lugar donde esa cuestión encuentra una respuesta consistente. El hecho mismo de que sus obras estén siendo producidas en el interior de los modelos económicos vigentes, pero en una dirección contraria, hace de ellas uno de los más poderosos instrumentos críticos de que disponemos hoy para pensar el modo como las sociedades contemporáneas se constituyen, se reproducen y se mantienen. Se puede aún decir que la *artemidia* representa hoy el *metalenguaje* de la sociedad mediática, en la medida en que posibilita practicar, en el interior del propio medio, y de sus derivados institucionales (por lo tanto no sólo en los guetos académicos o en los espacios tradicionales del arte), alternativas críticas a los modelos actuales de normativización y control de la sociedad.

El videoarte tal vez haya sido uno de los primeros lugares donde esa conciencia se constituyó de forma clara desde el inicio. Incluso antes de que la invención del *video tape* portátil y del medio electrónico sea reconocida como campo de posibilidades para la expresión estética, algunos creadores como Wolf Vostell y Nam June Paik ya desmontaban los sintagmas televisivos en instalaciones en vivo o a través del registro en soporte cinematográfico. Se puede decir, como lo hace Anne-Marie Duguet (1981: 86), que la perturbación de los signos visuales y sonoros de la televisión, el recorte y la descomposición impiadosa de sus programas, de sus fragmentos, o también sus ruidos naturales, constituyen la materia de buena parte de las exploraciones plásticas en video. De ahí que no sería exagerado decir que la televisión ha sido el referente más directo y más frecuente del videoarte en sus casi cuarenta años de historia.

Algunas verificaciones. *This is a Television Receiver* (1971), video de David Hall: en él, la imagen y la voz bastante familiares del presentador de la BBC Richard Baker recitando las noticias de un informativo son progresivamente deformadas en anamorfosis cada vez más acentuadas, al mismo tiempo en que sucesivas copias van haciendo desintegrar sus formas originales. Así, asistimos a una desintegración implacable de la cara del presentador, a medida que las anamorfosis la distorsionan, tornándola cada vez más grotesca, y a medida también que las sucesivas grabaciones van degenerando la señal original, disolviéndola progresivamente en los ruidos del canal. El resultado es que esa figura respetable y emblemática del medio se ve reducida a aquello que es en esencia: una secuencia de patrones pulsantes de luz sobre la superficie de la pantalla. Otra verificación: *Technology/Transformation* (1979), video de Dara Birnbaum, que utiliza imágenes “pirateadas” de la serie americana *Wonder Woman (Mujer Maravilla)* y las desmonta para discutir la imagen de la mujer en los medios de masa. El artista se fija básicamente en la secuencia de la transformación de la mujer común en Mujer Maravilla, un espectáculo típico de series juveniles, basado en efectos pirotécnicos de mago de *vaudeville*. Esa secuencia es repetida más de una decena de veces, hasta agotar toda su capacidad seductora y resultar banalizada por el exceso de énfasis.

En el camino que va del videoarte al *artemidia*, hay una obra que puede considerarse fundante en lo que dice con respecto al cuestionamiento de la sociedad mediática: la de Antoni Muntadas. De hecho, pocas obras, a partir de la segunda mitad del siglo XX, fueron capaces de revelar el funcionamiento más íntimo e invisible de nuestras sociedades con la misma perspicacia y radicalidad con que lo hace este artista catalán. Los medios

electrónicos, los espectáculos de masa, los escenarios de la actuación política y económica, las instituciones de las artes, la arquitectura y la organización urbana, todo eso fue diseccionado por él con el rigor de un cirujano, el alcance de un filósofo, pero sobre todo con la sensibilidad de un artista capaz de experimentar las contradicciones más agudas de nuestro tiempo y expresarlas en el lenguaje más adecuado. En otras palabras, el análisis que hace Muntadas de las estructuras de poder, que subyacen por debajo de las formas aparentemente inocuas de nuestras sociedades, no toma la forma de un discurso racional y distanciado, sino que es producida con los mismos instrumentos y medios con que esas estructuras son construidas. Se trata, por lo tanto, de un ataque *por dentro*, de una contaminación interna, que hace que esas estructuras dejen momentáneamente de funcionar como habitualmente se espera, para que las podamos ver desde otra óptica, preferentemente crítica.

La obra de Muntadas es extensa y variada: comprende videos, programas para la televisión, instalaciones multimedia tanto en espacios cerrados como en espacios públicos, intervenciones en el paisaje urbano y, más recientemente, proyectos para Internet. En ella, la tendencia más fuerte consiste en reciclar materiales audiovisuales, por medio de la construcción de nuevos enunciados a partir de los materiales que ya están en circulación en los medios de masa. En ese aspecto, Muntadas retoma una gran tradición del arte contemporáneo, que comienza con los *ready mades* de Duchamp, sigue con la reapropiación de objetos industriales por el dadaísmo, los collages de Schwitter, Rodtchenko y Heartfield, también retomada en la iconografía de masas por el *pop art*. Pero su contribución particular está en colocar toda esa poética del reciclaje al servicio de una investigación sistemática e im-

placable del modo como se organizan y se reproducen las formas del poder en el mundo contemporáneo.

Para proceder al examen crítico de los mecanismos subjetivos con que trabaja, por ejemplo, la televisión, Muntadas hace reciclar las imágenes y los sonidos del propio medio electrónico, yuxtaponiendo fragmentos unos seguidos de otros, como si estuviese practicando el zapping, pero, en un ritmo más lento, de manera de permitir un examen más sistemático de su modo de funcionamiento.

Básicamente, él hace correr en la pantalla, tal cual fueron en ella encontrados, *spots* publicitarios, programas religiosos, propaganda electoral o créditos de apertura o cierre de programas, todos ellos tomados de los más diferentes canales, de los más variados modelos de televisión de las distintas parte del mundo. El resultado perturbador es que todo, sea cual fuere la fuente o el origen, es tristemente igual y repetitivo, confirmando una especie de variación infinita en torno de la identidad única. *Cross-cultural Television* (1987), realizado en conjunto con Hank Bull, es ejemplar en ese sentido: imágenes electrónicas provenientes de innumerables países del mundo demuestran que, a pesar de las variaciones locales dictadas por especificidades culturales o lingüísticas y por diferencias de soporte económico, la televisión se construye de la misma manera, se dirige de forma semejante al espectador, habla siempre en el mismo tono de voz y utiliza el mismo repertorio de imágenes sobre cualquier régimen político, sobre cualquier modelo de tutela institucional, sobre cualquier nivel de progreso cultural y económico. Se trata, en ese video, de tornar evidente el imperialismo de lo Mismo en la pantalla chica.

Los ejemplos podrían multiplicarse al infinito. En nuestro tiempo, los medios están permanentemente presentes alre-

## El medio como reordenamiento del arte

dedor del artista, desplegando su flujo continuo de seducción audiovisual, invitando al gozo del consumo universal y trayendo para sí el peso de las decisiones en el plano político. Es difícil imaginar que un artista sintonizado con su tiempo no se sienta forzado a posicionarse con relación a todo esto y a preguntarse qué papel significativo puede todavía jugar el arte en ese contexto. Las respuestas que él puede dar constituyen la diferencia introducida por la intervención artística en el universo mediático. En lugar de simplemente cumplir el papel que le fue asignado como creador de *demo tapes* certificadores del poder de la tecnología, alimentando así con enunciados agradables la máquina productiva, el artista, la mayoría de las veces, tiene un proyecto crítico relacionado con los medios y circuitos en los cuales opera. Él busca interferir en la propia lógica de las máquinas y de los procesos tecnológicos, subvirtiendo las "posibilidades" prometidas por los aparatos y colocando al desnudo sus presupuestos, funciones y finalidades. Lo que él quiere es, en cierto sentido, "desprogramar" la técnica, distorsionar sus funciones simbólicas, obligándolas a funcionar *fuera* de sus parámetros conocidos y a explicitar sus mecanismos de control y seducción. En ese sentido, al operar en el interior de la institución del medio, el arte tematiza, discute sus modos de funcionar, transformándola en lenguaje-objeto de su mirada metalingüística.

Pero hay también un movimiento en sentido inverso. Hablamos aquí de arte como si correspondiera a un concepto definitivo. No obstante, sabemos que el arte es un proceso en permanente mutación. Arte era una cosa para los arquitectos egipcios, otra para los calígrafos chinos, otra para los pintores bizantinos, otra para los músicos barrocos y otra para los cineastas rusos del período revolucionario. En ese sentido, no es necesario mucho esfuerzo para percibir que el mundo de los medios, con su ruidosa irrupción en el siglo XX, ha afectado sustancialmente el concepto y la práctica del arte, transformando la creación artística en el interior de la sociedad mediática en una discusión bastante compleja. Basta considerar el hecho de que, en medios surgidos en el siglo XX, como el cine por ejemplo, los productos de la creación artística y de la producción mediática no son tan fáciles de ser distinguidos con claridad. Todavía hoy, en ciertos medios intelectuales, hay una controversia sobre si el cine es un arte o un medio de comunicación de masas. Ahora, él es las dos cosas al mismo tiempo, si no fuera aún otras más. Hubo un tiempo en el que se podía distinguir con total claridad entre cultura elevada, densa, secular y sublime y, por otro lado, una subcultura denominada "de masas", banalizada, efímera y rebajada al nivel de la comprensión y de la sensibilidad del más rudo de los mortales. Si en tiempos heroicos, como aquellos de la Escuela de Frankfurt por ejemplo, la distinción entre un buen y un mal objeto de reflexión era simplemente axiomática, en nuestros tiempos de malestar de la llamada "posmodernidad", la escisión entre los varios niveles de cultura no parece tan cristalina. En nuestra época, el universo de la cultura se muestra más híbrido y turbulento de lo que fue en cualquier otra época.

La idea de que se puede hacer arte en los medios o con los medios, no obstante, es una discusión que está lejos de ser materia de consenso. De una forma ge-

neral, los intelectuales de formación tradicional resisten la tentación de vislumbrar un alcance estético en productos de masa, fabricados a escala industrial. En su modo de entender, la buena, profunda y densa tradición cultural, lentamente filtrada a lo largo de los siglos por una valoración crítica competente, no puede tener nada en común con la epidérmica, superficial y descartable producción en serie de objetos comerciales de nuestra época, de ahí que hablar de creatividad o cualidad estética a propósito de la producción mediática sólo puede ser una pérdida de tiempo.

Los defensores de la *artemídia*, por su parte, acostumbran ser menos arrogantes y más sagaces. Ellos defienden la idea de que la demanda comercial y el contexto industrial no inviabilizan necesariamente la creación artística, a menos que identifiquemos el arte con el artesanado o con el aura de objeto único. En la concepción de estos últimos, el arte de cada época es hecho no sólo con los medios, los recursos y las demandas de esa época, sino también en el interior de los modelos económicos e institucionales en ella vigentes, incluso cuando ese arte es francamente contestatario con relación a ella. Por más severa que pueda ser nuestra crítica a la industria del entretenimiento de masas, no se puede olvidar que esa industria no es monolítica. Por ser compleja, está repleta de contradicciones internas y es en esas brechas que el artista puede penetrar para proponer alternativas cualitativas. Así, no hay ninguna razón por la cual, en el interior de la industria del entretenimiento, no puedan surgir productos – como programas de televisión, *videoclips*, música *pop*, etcétera – que en términos de calidad, originalidad y densidad significativa rivalicen con el mejor arte “serio” de nuestro tiempo. No hay tampoco ninguna razón por la cual esos productos cualitativos de la comunicación de masas no puedan ser considerados ver-

daderas obras creativas de nuestro tiempo, sean ellas consideradas arte o no.

El hecho de que determinadas formas artísticas sean creadas en el interior de regímenes de producción restrictivos, estandarizados y automatizados, con el soporte de instrumentos, *know how* y lenguajes desarrollados por o para la industria del entretenimiento de masas, algunas veces hasta incluso encomendadas y/o financiadas por las mismas instancias económicas que sustentan o promueven esas formas industrializadas de producción, no las torna necesariamente homologables a esas estructuras y poderes. Por el contrario, ellas pueden estar siendo producidas bajo fuerte conflicto intelectual y con arraigada capacidad de resistencia contra las imposiciones del contexto industrial. Finalmente, la cultura de otras épocas no estuvo menos constreñida por imposiciones de orden político y económico que la actual y no por eso dejó de ser realizada con grandeza. Así como el libro impreso, tan hostilizado en sus comienzos, acabó por ocupar el lugar privilegiado de la literatura, no hay razón para que la televisión o Internet no puedan albergar las formas de arte de nuestro tiempo.

Tal vez podamos con provecho aplicar al arte producido en la era de los medios el mismo razonamiento que Walter Benjamin (1969: 72) aplicó a la fotografía y al cine: el problema no es saber si podemos considerar “artísticos” objetos y eventos tales como un programa de televisión, una historieta, o un show de una banda de *rock*. Lo que importa es percibir que la existencia misma de esos productos, su proliferación, su inserción en la vida social pone en crisis los conceptos tradicionales y anteriores sobre el fenómeno artístico, exigiendo formulaciones más adecuadas a la nueva sensibilidad que ahora emerge. Una crítica no dogmática sabrá estar atenta a la dialéctica de la destrucción y la reconstrucción, o de la degene-

ración y del renacimiento que se hace presente en todas las etapas de grandes transformaciones. Lo que no se puede es juzgar toda esa producción sobre la base de una legislación teórica prefijada, basada en categorías asentadas y familiares, ya que ella está siendo gobernada por modelos formativos que probablemente no fueron aún percibidos o analizados teóricamente (Lyotard 1982: 257-267). Con las formas tradicionales del arte entrando en fase de agotamiento, la confluencia del arte con el medio representa un campo de posibilidades y de energía creativa que podrá resultar próximamente un salto en el concepto y en la práctica tanto del arte como del medio, si pudiera lograr, es claro, inteligencias y sensibilidades suficientes para extraer frutos de esa nueva situación.

Existe hoy toda una polémica con respecto a los orígenes de las artes electrónicas y esa polémica puede traernos algunas enseñanzas. Para algunos, nace en el ambiente sofisticado del videoarte, como las primeras experiencias del alemán Wolf Vostell y del coreano Nam June Paik. El videoarte surge oficialmente en el comienzo de los años '60, con la disponibilidad comercial del *Portapak* (grabador portátil de *videotape*) y gracias sobre todo al genio indomesticable de Paik. Pero si la televisión pudiera ser incluida en el ámbito de las artes electrónicas (y no hay ninguna razón para que no lo sea) tendremos que acrecentar la galería de sus nombres pioneros como el del húngaro-americano Ernie Kovacs y del francés Jean-Christophe Averty, que introdujeron en la televisión la autoría y la creación artística, más allá de haber sido los primeros en explorar largamente el lenguaje del nuevo medio, razón por la cual algunos autores los consideran los verdaderos creadores del videoarte, antes incluso que Vostell y Paik.

Averty, el Méliès de la televisión, fue uno de los primeros en proponer y en realizar, en casi un centenar de progra-

mas, una televisión autoral y delirante, utilizando ampliamente recursos de inserción electrónica cuando ellos aún no habían terminado de ser inventados. Sus *Ubu Roi* y *Ubu Enchaîné*, producidos para la *Radio et Télévision Française* en la década de 1960, hipertrofiaron lo que ya había de absurdo en la pieza homónima de Alfred Jarry, inaugurando abiertamente una televisión de invención.

Kovacs, por su parte, desde el comienzo de los años '50, escribió, dirigió e interpretó una serie de programas fulminantemente inventivos para las tres principales redes comerciales de la televisión de los EEUU, donde fueron experimentados, de manera sistemática y radical, varios procedimientos que después serían conocidos como *deconstructivos*: disociación entre imagen y sonido, mostración de los bastidores de la televisión, con sus aparatos y técnicos, desmitificación de las técnicas ilusionistas, constante referencia a la televisión como dispositivo. Bruce Ferguson (1990: 349-365) llegó a vislumbrar en la obra de autores seminales de la vanguardia contemporánea, como Michel Snow, Bruce Nauman y Vito Acconci, varios procedimientos deconstructivos y metalingüísticos que ya habían sido utilizados antes por Kovacs.

El sentido de las artes electrónicas adopta rumbos completamente diferentes si contamos su historia a partir de Paik y Vostell, que vienen del circuito sofisticado y erudito de los museos y galerías de arte, o a partir de Kovacs y Averty, que surgen de la experiencia de la cultura popular "electrificada" y ampliada por las tecnologías electrónicas. Es la misma tensión que existe entre Chaplin y Eisenstein en el cine, o entre Theremin y Stockhausen en la música electrónica. Tradicionalmente, la historia del arte contemporáneo es contada sólo a partir de la primera perspectiva, ignorando casi completamente la segunda, pero una *artemidia* consecuente tiene que ser capaz de encontrar un punto de fusión de

las dos principales perspectivas.

Tal vez las dificultades estén sólo para aquellos que encaran esa cuestión a través del prisma de las artes tradicionales y para los teóricos que se colocan también en ese horizonte. Quien hace arte hoy, con los medios de hoy, está obligatoriamente enfrentando en todo momento la cuestión de los medios y de su contexto, con sus constricciones de orden institucional y económico, con sus imperativos de dispersión y anonimato, como con sus atributos de alcance e influencia. Se trata de una práctica, al mismo tiempo, secular y moderna, afirmativa y negativa, integrada y apocalíptica. Los públicos de ese nuevo arte son cada vez más heterogéneos, no necesariamente especializados y no siempre se dan cuenta de que lo que están vivenciando es una experiencia estética. En la medida en que el arte migra del espacio privado y bien definido del museo, de la sala de concierto o de la galería de arte al espacio público y turbulento de la televisión, de Internet, del disco o del ambiente urbano, donde pasa a ser consumido por masas inmensas y difíciles de caracterizar, él cambia de estatuto y alcance, configurando nuevas y estimulantes posibilidades de inserción social. Ese movimiento es complejo y contradictorio, como no podía dejar de serlo, pues implica un gesto positivo de apropiación, compromiso e inserción en una sociedad de base tecnocrática y, al mismo tiempo, una postura de rechazo, de crítica, a veces hasta incluso de contestación. Al ser excluido de sus guetos tradicionales, que lo legitimaban e instituían como tal, el arte pasa a enfrentar ahora el desafío de su disolución y de su reinención como evento de masas. ■

## Bibliografía

- Benjamin, Walter (1969). "A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica". *A Idéia do Cinema* (José Lino Grünnewald, org.) Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Duguet, Anne-Marie (1981). *Vidéo, la mémoire au poing*. Paris: Hachette.
- Ferguson, Bruce (1990). "The Importance of Being Ernie". *Illuminating Video* (Doug Hall and Sally Jo Fifer, eds.). New York: Aperture.
- Lyotard, Jean-François (1982). "Réponse à la question: qu'est-ce que le Post moderne?". *Critique*, Paris, n. 419.
- Machado, Arlindo (1997). *Pré-cinemas & Pós-cinemas*. Campinas: Papirus.
- Winston, Brian (1998). *Media Technology and Society*. London: Routledge.
- Zielinski, Siegfried (1999). *Audiovisions. Cinema and Television as Entr'actes in History*. Amsterdam: Amsterdam Univ. Press.

# Viejas historias, nuevos mercados. Tensiones entre lo local y lo global en la circulación de telenovelas

## Introducción

A pesar de que los géneros televisivos están en constante estado de reformulación, y que la expansión de los reality shows es la gran novedad en la industria televisiva, la telenovela continúa siendo el género con mayores posibilidades de exportación. Mientras que aparecen nuevas formas de comercialización -la venta del formato, en lugar del producto terminado, que se adapta mejor para los programas de entretenimiento y juegos- la telenovela se expande por mercados cada vez mayores. La dificultad en producir que tienen muchos países a causa de los costos elevados, o del desconocimiento del «know how», hace que el género latinoamericano aún no haya alcanzado un límite en lo que hace a expansión territorial.

En este artículo me refiero a las tres instancias fundamentales para comprender la expansión del género. En primer lugar, expongo las características

que en la actualidad ha tomado el negocio de la telenovela; luego, me refiero a las audiencias y a las maneras en que se expresa o se hace visible; y en tercer lugar, tras establecer los diez títulos de mayor circulación internacional, me pregunto por las razones del éxito de los mismos.

La gran mayoría de los datos han sido tomados de Internet, de sitios de revistas, de las páginas de los canales, de las productoras, de las estrellas, de los foros de fans, etc., en una búsqueda de casi dos años atrás. Me ha resultado muy difícil encontrar datos que no se contradijeran ni anularan entre sí, o que pudieran verificarse por otras fuentes. De cualquier manera, creo que son útiles, dado la falta de datos oficiales, de cifras reales y no engrosadas artificialmente por distintos motivos.

**NORA MAZZIOTTI**  
Profesora de la carrera de  
Ciencias de la Comunicación  
de la UBA.  
Coordinadora de la carrera de  
guionistas de radio y  
televisión del ISER.  
Coordinadora del grupo de

trabajo sobre «Telenovela y  
ficción seriada» de  
ALAIC (Asociación  
Latinoamericana de  
Investigadores de la  
Comunicación), desde  
1997.

## 1. El crecimiento del negocio

### 1.1. Los principales jugadores

Las telenovelas se han ido convirtiendo en el único producto de reconocimiento internacional de la televisión latinoamericana. Si bien desde los inicios de la producción, en la década del 50, existió una instancia de circulación continental y luego internacional, hoy la expansión transnacional del género adquiere características cada vez más significativas.

No es fácil adentrarse en las instancias de comercialización transnacional de las telenovelas. En México venden tanto Televisa, como TV Azteca, en Brasil está TV Globo, y también SBT; Coral Pictures vende los productos de RCTV (Radio Caracas Televisión), Venevisión Internacional, los de Venevisión de Venezuela, Tepuy distribuye novelas de Colombia y Venezuela, etc. Algunas empresas están relacionadas con Univisión o con Telemundo de EEUU.

Entre esas empresas hay competencias, celos, secretos, estimaciones, trascendidos, ganancias no declaradas, sistemas de ventas puntuales, asociaciones no siempre claras. Se realizan acuerdos parciales, coproducciones, joint-ventures, contratación de elencos internacionales o de figuras de otro país para asegurar las ventas en diversos mercados. De allí que haya escasa información precisa, ordenada u objetiva sobre ventas, circulación y distribución de los productos.

También difieren las prácticas y las trayectorias de exportación. Mientras que países como México comenzaron a exportar muy tempranamente, en la década del '50, y Brasil lo hace en la del '70, la difusión notable ocurre a partir de los años '80 y '90, cuando varias empresas entran a jugar en el plano internacional.

En esos años se produce la apertura de nuevos mercados, tanto por la desregulación de los canales públicos en Europa, como por la caída de la Unión Soviética. Las nuevas señales privadas, el

surgimiento del cable y del satélite, el aumento del número de horas de la programación de los canales, hace que la circulación de productos televisivos adquiere un volumen cada vez mayor (Mazziotti, 1996:36).

Es así que empresas de México, de Brasil, de Venezuela, luego de Colombia y en menor medida, de Argentina, y recientemente de Chile y Perú, han logrado colocar sus títulos en países de Europa occidental, pero sobre todo en Europa del este, Medio Oriente y Asia. La escasez de programación generada por la ruptura de la ex Unión Soviética, y las dificultades económicas para producir sus propios seriales, tanto en Europa oriental como en el sudeste asiático, hace que nuestras novelas se exhiban en esos territorios. En Rusia, la emisión exitosa de *Los ricos también lloran*, verdadero disparador de la expansión de la industria latinoamericana, en 1992, llenaba el vacío de programación entre las transmisiones de las sesiones de la cámara de diputados (Baldwin, 1995:285).

### 1.2. La producción y circulación de telenovelas

Otro dato a tomar en cuenta en el negocio, es la capacidad de producción de cada empresa. Porque para que puedan exhibirse, primero tienen que haber sido hechas. TV Azteca produce entre 8 y 10 telenovelas al año; Televisa más de 20; TV Globo produce 1100 horas, entre novelas, series y películas para televisión.

Hay referencias contundentes que ilustran sobre la circulación transnacional de telenovelas. Por día, a fines del 2000, se exhibían en pantallas de todo el mundo, 200 horas producidas por Televisa y 45 de TV Azteca (Villanueva, 2000). Hay señales dedicadas exclusivamente a transmitir telenovelas: Romántica, asentada en Polonia, llega a 4.500.000 hogares en 25 países, y trasmite más de 1000 horas al año, abastecida exclusivamente con novelas de Venevisión. La señal Viva, extendida por Medio Oriente,

emite productos de varios países, y ya ha coproducido en Argentina.

Venevisión de Venezuela vende sus novelas en 104 países, Televisa en 127, seguido muy cerca por la Rede Globo de Brasil, que las vende en 123 naciones, y Coral Pictures (RCTV) de Venezuela, mientras que TV Azteca las ha colocado en 83 países (*tvmasmagazine*, 2001, *Correo de la Unesco*, 1999).

Que las novelas de Televisa hayan sido dobladas a 25 lenguas, o a 21 las de TV Azteca, no son datos menores. Como tampoco lo es que *Azul tequila*, de esta última cadena, sea la primera novela latinoamericana transmitida en dos ocasiones por un canal de la BBC de Gran Bretaña (*La Reforma*, 27.11.01), o que *Yo soy Betty, la fea* -que fue portada del *Washington Post* y del *New York Times*- haya sido comprada por la NBC para transformarla en una sitcom a fines del 2002, y además vaya a hacerse con ella un dibujo animado infantil.

### 1.3. Ferias y cifras

El hecho de que las empresas tengan oficinas de venta internacional en Miami o en Los Angeles, o que en la segunda mitad de la década del '90 se institucionalizara la realización de ferias de venta y exhibición de programación televisiva, son muestras de que el volumen del negocio televisivo creció y se globalizó. En estas ferias, que se reparten a lo largo del año y del mundo, participan productoras y compradoras de programación televisiva.

Aunque como dije al comienzo, los datos sobre cifras de venta son de difícil acceso y verificación, y presentan diferencias. La revista *TVmas Magazine* calcula que la telenovela genera un negocio de «130 millones de dólares al año, de los cuales un 55% a 60% va a las arcas de Televisa» (*tvmasmagazine*, 2001). Mato expone cifras mayores: «según estimaciones confiables, en 1997 el total de exportaciones de telenovela de Protele (la distribuidora internacional de Televisa de México) y de TV Globo de Brasil representó aproximadamente unos 100

millones de dólares para cada una de ellas; el de Radio Cadena Nacional de Colombia, Venevisión Internacional (distribuidora de Venevisión de Venezuela) y Arter y Telefé de Argentina representó aproximadamente unos 15 millones para cada una de ellas» (Mato, 1999:238).

Hasta el 2000, *Café con aroma de mujer* había sido vendida en 54 países y generado ganancias por 8 millones de dólares, y en el 2001 llegó a los 77 países (*tvmasmagazine*, 2001). En ese año 2000, para Venezuela la telenovela representó un negocio de 15 millones de dólares; de 50 millones para México y de 35 millones para Brasil (*dinero.com*, 2000). Las dos cadenas de Colombia, Caracol y RCN, en el 2001 ganaron 12 millones de dólares la primera y 13,5 millones la segunda (*Radio Enlace*, 2001). Mientras que TV Azteca vendió por 13 millones de dólares en el 2000 (*tvmasmagazine*, 2001).

A pesar de que la venta internacional de telenovela es el principal rubro de exportación de las empresas latinoamericanas, alrededor del 70 y 80 % de sus ventas internacionales, los ingresos más altos provienen del mercado local, debido a la inversión publicitaria (Mato, 2002:54). Porque en las novelas sigue siendo prioritario el éxito local, continúan produciéndose orientadas a la repercusión en el país de origen.

### 1.4. Precios de venta

El precio es otro de los datos a tomar en cuenta en el estudio del negocio de la telenovela. El valor de venta por capítulo no es uniforme, sino que entran en juego varios elementos. Ellos son: el éxito que obtuviera la novela en su país de origen; la zona geográfica donde esté ubicado y del alcance regional del canal comprador; la cantidad de títulos que adquiere; el valor de la torta publicitaria en ese país; y la cantidad promedio de televisores por habitante.

Esto hace que haya enormes diferencias, ya que mientras España paga entre 7 y 10.000 dólares por capítulo de una hora de duración, y los canales

## 2. Las audiencias

hispanoparlantes de EEUU, entre 2500 y 5000 dólares, República Dominicana sólo abona de 100 a 200 dólares (*tvmasmagazine*, 2001; Mato, 2002:56; Mazzioti, 1996:40).

Y, si bien no se desprecia la venta en ningún mercado, el objetivo de las empresas son los canales estadounidenses y de Europa occidental. La opinión de Ignacio Barrera, de Tepuy International, expresa las expectativas que mueven a todos los exportadores: «la telenovela es un regalo que tenemos reservado en América Latina para el primer mundo y el público angloparlante se deleitará con ella» (*tvmasmagazine*, 2001).

Sin embargo, se avicinan conflictos. A pesar de que hoy se venda en diversos países, muchos de los actuales compradores, de Europa del este o del Sudeste asiático, son los que pagan precios menores, como se vio.

También hay que señalar que la preferencia por la programación local, que se experimenta en todos los países, hace que se estén encarando proyectos de telenovelas locales, como el que se está comenzando a coproducir en Bosnia. Por otro lado, la recesión prolongada de las economías latinoamericanas ha puesto un freno a la inversión publicitaria local, la que sustenta la producción.

Y ya hay quienes hablan de sobreoferta. Los mercados que conquistó la telenovela serían insuficientes para colocar toda lo producido: Pérez Nain, presidente de una distribuidora de novelas, habla de «una producción de 80 novelas al año para un mercado que consume de 50 a 60 máximo» (*tvmasmagazine*, 2002).

El hecho de que se exhiban en tantas y tan diversas pantallas poco dice de su consumo, de su repercusión. «Que las telenovelas de Venezuela, Argentina, México, Perú, y otras naciones se vean en Roma, París, Hanoi y Pekín, no significa que se transmitan en las mismas condiciones que en Maracaibo, Cali y Brasilia. La mayoría de las veces pasan en canales especiales y en horarios que para muchos productores sonarían humillantes» comenta el mexicano Alvaro Cueva (2001).

Aunque, no obstante, un ejecutivo de la Globo opina que la venta de una novela en China, en un cálculo conservador, a razón de tres espectadores por aparato de TV, significa que es vista por 870 millones de espectadores (*tvmasmagazine*, 2001).

De cualquier manera, y aunque algunas se exhiban en horarios marginales, o en señales de escasa penetración o alcance, el hecho de que en pocos años se hayan convertido en el principal producto televisivo latinoamericano de circulación transnacional es relevante. Y a esto se debe agregar las maneras en que la telenovela apoyan el desarrollo de la industria de la música latina a través de sus bandas de sonido, o interpretadas por sus mismos protagonistas.

### 2.1. La audiencia se hace visible

En este apartado me quiero referir a dos fenómenos que de manera diversa ponen en escena a las audiencias, modos en los que los espectadores se hacen visibles, de manera real o virtual.

La primera es las formas en que son aclamadas y agasajadas las figuras de las novelas en las giras internacionales que realizan. Ya en 1992 Verónica Castro había sido recibida en Moscú con honores correspondientes a un jefe de estado, a causa del furor que desató en Rusia la emisión de *Los ricos también lloran*, y la tendencia continuó. Más recientemente, Leticia Calderón fue rodeada de una multitud que coreaba «Es-me-ral-da, Es-me-ral-da», en Eslovenia, donde en pocos años se emitieron 50 telenovelas, luego de la

exhibición de la novela de ese título. Algo semejante ocurrió con Coraima Torres y Osvaldo Dorios, protagonistas de *Kassandra*, en Macedonia. O el éxito de ventas de sus CDs y el recibimiento a Natalia Oreiro en Israel, Polonia, Chequia y Hungría, como a Thalía en Filipinas, donde también se le dio trato protocolar correspondiente a jefe de estado.

Estas referencias no son sólo anecdóticas o curiosas sino que resultan significativas para ser pensadas desde una óptica de globalización de los ídolos y de los consumos culturales, y de la creciente interculturalidad mediática.

La segunda es la existencia de páginas y de foros de opinión sobre telenovela a que ha dado pie la expansión de Internet. Si bien las páginas oficiales de un título o de un/a protagonista están en castellano y en varias lenguas diferentes, los foros de fans están escritos de forma predominante en castellano, revirtiendo la hegemonía del inglés en Internet. Foristas de diversas naciones dialogan, se cuentan capítulos, se explican modismos, colocan información periodística y

también escriben sus propias novelas, las foro-novelas. Y dan lugar también a discusiones y bromas. Cada día más desarrollados, en ellos se encuentran, desde saludos que sólo implican un contacto, a espectadores/as con un afinado y minucioso conocimiento de los títulos y de la historia del género, o coleccionistas de videos (Borda, 2002; Benassini, 2000).

Constituyen una fuente de estudio indirecto de recepción del género que habla de la conformación de comunidades interpretativas virtuales, cuya cohesión y formación se sustenta a partir de una mediatización determinada -una telenovela o sus intérpretes- que traspasa fronteras territoriales y lingüísticas.

A pesar de sus diferencias, a ambas manifestaciones, que conjugan formas de comunicación interpersonal -el cara a cara con otros fans y hasta con los artistas en un estadio o en una sala teatral- o el virtual de Internet, las originan textos que en gran medida expresan valores o prohibiciones que poco tienen que ver con la vida cotidiana de las sociedades actuales.

### 3. Los títulos más vendidos

A partir de diferentes -y no sencillas- búsquedas en Internet, armé este listado de los diez títulos de mayor circulación transnacional. El ranking establecido no pretende ser acabado ni menos

establecer un criterio de valor. Solamente se refiere a los títulos que se mencionan en la red como los que más se exhibieron, los que llegaron a mayor cantidad de territorios. Ellos son:

Título	Año	Autor/a original	Productora / país	Nº países
<i>Kassandra</i>	1992	Delia Fiallo	Rctv / Venezuela	150 <sup>1</sup> -121 <sup>2</sup>
<i>Terra nostra</i>	1999	B. Ruy Barbosa	Tv Globo / Brasil	121 <sup>1</sup>
<i>Los ricos también lloran</i>	1980	Inés Rodena	Televisa / México	Más de 100
<i>Esmeralda</i>	1997	Delia Fiallo	Televisa / México	100 <sup>4</sup>
<i>Rosalinda</i>	1999	Delia Fiallo	Televisa / México	100
<i>La esclava Isaura</i>	1976	Gilberto Braga	Tv Globo / Brasil	95 <sup>3</sup>
<i>Café con aroma de mujer</i>	1994	Fernando Gaitán	Rcn / Colombia	77
<i>María Mercedes</i>	1992	Inés Rodena	Televisa / México	70
<i>Marimar</i>	1994	Inés Rodena	Televisa / México	70
<i>María la del barrio</i>	1995	Inés Rodena	Televisa / México	70

1 En la página del protagonista masculino, Osvaldo Dorios.

2 Entrevista a Delia Fiallo, realizada por Daniel Mato, 18/03/01.

3 Berbenni, Stefani (2002).

4 En páginas dedicadas a Delia Fiallo.

5 En página de Herval Rossano.

Sobre la primera se puede agregar que, entre los países a que fue vendida *Kassandra*, hay 27 de la ex Unión Soviética y 16 países árabes, según datos de enero del 2001, y se dice que figura en el libro Guinness de los records. Fue la primera doblada al griego, porque en las emitidas anteriormente en Grecia se las pasaba con el sistema de voice-over, como se hace en muchos países.

Entre las cuestiones que pueden observarse a partir de este cuadro, están

- que a Televisa le corresponde el 60% de los títulos.

- que la mayoría de ellos son remakes de títulos anteriores, fenómeno al que me voy a referir en el próximo apartado.

- que los títulos escritos originalmente como telenovela son sólo dos: *Terra nostra* y *Café con aroma de mujer*.

- que las autoras cubanas- como Delia Fiallo e Inés Ródena, mediadas por Televisa- son las que más hicieron por la transnacionalización del género, porque figuran con 3 títulos la primera, y con 4 la segunda.

- que se debería considerar a *Los ricos también lloran* como la novela de mayor circulación, ya que *María la del barrio* es la más reciente versión, por el momento, de ese título.

### 3. 1. Nuevas versiones para viejas historias

El hecho de que muchos de esos títulos sean nuevas versiones de éxitos anteriores, habla, en primer lugar, de una estrategia de búsqueda de seguridad por parte de las empresas. En Televisa es prácticamente una norma que, cada diez años, se vuelven a hacer los títulos de mayor suceso.

En segundo lugar, subraya la escasa gravitación que la innovación tiene, por lo menos en este género, tendencia que también se hace presente en otros textos televisivos. Aunque no me atrevería a asegurar que ocurre de manera tan constante como en la telenovela.

La lógica de la industria es repetir, si la historia gustó. En este sentido, los tex-

tos más clásicos, los tradicionales, como los de Delia Fiallo o Inés Ródena son los que mejor se adaptan a estos requerimientos. *Esmeralda*, de 1997, es la remake de la exitosa *Topacio*, de RCTV, con Grecia Colmenares, de 1984, también vendida en 45 países, y que a su vez lo fue de *Esmeralda*, con Lupita Ferrer de 1971.

Y cabría referirse también a títulos emblemáticos del género, reciclados una y otra vez, como *El derecho de nacer* o *Simplemente María*, que han tenido tanto versiones realizadas en diferentes países, como transposiciones a otros soportes: radio, cine, libro, historieta (Mazziotti, 1996:69).

### 3. 2. Por qué esos títulos

Quisiera reflexionar ahora sobre cuáles pueden haber sido las razones del éxito de ventas de estos títulos, sabiendo que nunca puede ser atribuido a un único factor. Hay varios indicadores para analizar el éxito o el fracaso de un título. En términos de estrategias de programación, se debe tomar en cuenta la señal por la que es emitido un programa, el horario, el programa que va antes o el que le sigue, la protagonista o la pareja protagónica, el elenco, los exteriores, el vestuario, la musicalización, etc. Pero es sabido que el motivo principal de un éxito -o de un fracaso- radica en la historia que se cuenta.

En primer lugar, voy a reiterar que no me muevo con un criterio de valor. Por eso quiero dejar de lado el interrogante acerca de si se trata de los mejores títulos, de los mejores exponentes del género. Porque ello depende desde la óptica con que las miremos.

Parto de un criterio básico para analizar los productos masivos, que es el de que no se debe menospreciar ningún éxito, y ningún público. A pesar de que muchos de esos títulos hayan sido juzgados como anodinos, tontos o hasta despreciables, o que en algunos de nuestros países muchos no hayan obtenido buenos resultados, lo cierto es que se exhibieron y algunos triunfaron en

vastísimos territorios. Tal vez se debe a que corresponden a los modelos más tradicionales, más clásicos, como desarrollaré más adelante.

En segundo lugar, tampoco me parece pertinente preguntarse si introdujeron rasgos innovadores con relación al género. Por un lado, porque las innovaciones son valoradas de manera diversa, y que tienen que ver con el grado de competencia en el género que poseen las audiencias. Por otro lado, y acudiendo a Eco, es sabido que las historias conocidas tienen el encanto de lo frecuentado, de lo previsible, lo que hace que los espectadores y espectadoras se sientan más seguros y vean satisfecha su capacidad de previsión (Eco, 1988). No resulta un criterio operativo para su comprensión juzgar las historias masivas por su capacidad de innovación, de novedad o de ruptura.

Me parece que tendríamos que considerarlos relatos arquetípicos, míticos, en la medida en que relatan, una y otra vez, la misma historia conocida y compartida por la comunidad. Se trataría de aquellos relatos que tienen que ver con dudas, deseos e inquietudes de los seres humanos. La empatía con esos relatos vía la televisión habla de una vivencia electrónica del mito (Bueno Fischer, 1984:19).

Y como ocurre con los mitos, encontramos en ellas la narración modular «que no avanza a través de un mecanismo de repetición, sino que se vale de una sistemática variación de un esquema de base» (Villa, 1992:63).

### 3.3. Historias tradicionales y clásicas

Quisiera detenerme ahora en las tramas de estos títulos. ¿Qué rasgos comparten? ¿De qué hablan esas historias? De amor, de odio, de reivindicaciones, de sacrificios, de desencuentros, de fracasos y triunfos, de aprendizajes. O sea, de situaciones humanas básicas, que pueden ser compartidas por la totalidad de los seres humanos.

En cuanto al tratamiento de esas historias básicas, están contadas con emoción, buscando movilizar los sentimien-

tos de los espectadores, apelar a sus afectos, a sus instancias más profundas, bloqueadas o desconocidas. Que se produzca empatía con el público.

Delia Fiallo, la autora ya mencionada, cubana residente en Miami, en una entrevista, opinó: «creo que el éxito, la fuerza de penetración de la telenovela, consiste nada más que en las emociones. La emoción es el común denominador de todo el género humano, en todas las épocas y en todos los países del mundo. Desde el hombre de las cavernas hasta el último hombre sobre la tierra. El amor, el odio, la ambición, la envidia, los celos son comunes. Es el común denominador y explica que una novela que tú escribes para Venezuela y que puede tener éxito en Santo Domingo, pueda tener éxito en Grecia, en Turquía, en Japón. Porque no son seres del planeta Marte, todos somos seres humanos, que respondemos a las mismas emociones. Ese es todo el secreto» (Mato, 2002:74)

Por otro lado, en esos títulos están presentes varios plots, o tramas argumentales que conforman los relatos básicos, de acuerdo a la clasificación de Lewis Herman, basada en *Las 36 situaciones dramáticas*, de George Polti, como:

1. Plot de amor: una pareja que se ama es separada por alguna razón, se vuelve a encontrar y todo acaba bien.
2. Plot cenicienta: es la metamorfosis de un personaje de acuerdo a modelos sociales vigentes.
3. Plot triángulo: el caso del triángulo amoroso.
4. Plot del regreso: el hijo pródigo que vuelve a la casa paterna.
5. Plot venganza: la reparación de una injusticia por la propia mano.
6. Plot sacrificio: el héroe o la heroína se sacrifica por alguien, o por algo (Comparato, 1986:77).

Eduardo Adrianzén Herrán, en el capítulo «Museo del corazón. Breve análisis de algunos clásicos del género» se detiene en varios títulos «que todos los amantes de la TN [telenovela] recuerdan y conocen, al menos por referencias»

(Adrianzén Herrán, 2001: 229). Varios coinciden con el listado a que me estoy refiriendo. En el caso de *Esmeralda-Topacio*, consigna como «el secreto de su éxito: la reivindicación de la ilegitimidad» (ibid: 226). En *María Mercedes* el «secreto de su éxito [es] de nuevo el complejo de cenicienta» (ibid: 239), lo mismo que para *Los ricos también lloran- María la del barrio* (ibid:241). Sobre *Esclava Isaura* asienta «la templanza» como motivo del éxito (ibid:243), mientras que para *Café con aroma de mujer* sería «la revisión del cliché de la masculinidad» (ibid:249).

Dado que la telenovela es un género multiplot, o sea que combina varias tramas, también se puede hablar del plot cenicienta en *Esmeralda* y, si se quiere, en *Café con aroma de mujer*, aunque el ascenso social de la heroína es producto de su esfuerzo, más que del enamoramiento del príncipe.

Otro de los motivos de la repercusión de estos 10 títulos y de la telenovela en general está, a mi juicio, en la presencia de la matriz melodramática. Si ya no es posible hablar de la actuación enfática que se encontraba en los primeros títulos del género, y que el cruce con el humor, con la sátira, con la comedia y la parodia es cada vez más frecuente en la telenovela, el melodrama está en lo que Brooks denomina «la economía moral». O sea, el momento del triunfo público de la virtud, «el drama del reconocimiento», ya que la virtud, necesariamente perseguida, mal juzgada, llega el momento en que se libera y se manifiesta para ser asombrosamente saludada, reconocida (Brooks, 1976). Y esto, que ha sido históricamente el principio constructivo del melodrama, persiste y es tal vez lo que explica la emoción, la empatía, el vínculo que generan estos textos.

También se podría agregar que la reivindicación de los débiles, de los ilegítimos, de los caídos, de los Otros, que proclama el melodrama, y que lo convierte en un género no etnocéntrico, en un defensor de los sin poder, continúa atrayendo. Hay un potencial subversivo en el género, una ebullición interna que pue-

de superar el esquematismo de los relatos.

Por eso, frente a los diagnósticos que hablan de la excesiva reiteración en el género, de la falta de innovación, tal vez se deba pensar que no se trata de que las historias se repitan, sino que pareciera que no se precisa contar nuevas historias, que las que están, son suficientes. Para contarlas una y otra vez. Para retomarlas, para hacer nuevas versiones. Van a gustar, siempre que apelen a la emoción.

Valerio Fuenzalida explica que el discurso televisivo debe considerarse un lenguaje «lúdico-afectivo». «Como lenguaje polisémico y glamoroso afecta más a la fantasía y a la afectividad que a la racionalidad humana; se rige más por la retórica dramática que por la lógica formal» (Fuenzalida, 2002:99-100).

Seguramente el anclaje de la telenovela en el mundo de la emoción, su capacidad de desplegar simultáneamente las enormes potencialidades del bien y del mal, tiene que ver con su expansión, con su repercusión trasnacional.

Creo que la telenovela es un género que ha sabido encontrar un lugar, sin abandonar los elementos de melodrama ni apartarse del juego entre lo conocido y lo novedoso que lo caracteriza. Y ese lugar -en las programaciones locales, en las ventas internacionales, en la preferencia de audiencias bien diversas- lo ha conseguido más allá de prejuicios, de etiquetas que lo despreciaron, de la indiferencia de programadores, de productores, de intelectuales y académicos. Tan sólo apoyándose en el viejo recurso de contar historias, en la fuerza de la emoción.

Que éstas, nuestras historias de amor, relatadas a diario a lo largo de cincuenta años, sean uno de los productos por los que nos reconocen como subcontinente, tiene que ver con nuestra capacidad de imaginar, de soñar. En el contexto de las luchas y los sufrimientos que causa el desempleo, la violencia, la pobreza y la exclusión social y las economías atadas

a las recetas de la globalización neoliberal, la ficción televisiva se convierte en uno de los lugares donde sueñan, se miran, se refugian, se emocionan, se comparten nuestras plurales, precarias y acosadas identidades. ■

## Bibliografía

- «10 gigantes de telenovela» (2001) en *Tvmasmagazine*. A 3, N° 24, agosto y A 3 N°25, septiembre, en <http://www.tvmasmagazine.com>.
- Adrianzén Herrán, Eduardo (2001) *Las telenovelas: cómo son, cómo se escriben*. Lima, Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Baldwin, Kate (1995) "Montezuma's revenge: Reading *Los ricos también lloran* in Russia" en Allen.
- Robert C (ed) *To be continued... Soap operas around the world*. London & New York: 285-301.
- Benassini, Claudia (2000) "Comunidades virtuales, ¿espacios de convivencia pacífica?" En *Diálogos de la comunicación*, N° 59-60, octubre: 208-224.
- Berbenni, Stefani (2002) «Brasile/ Viaggio nella fabbrica dei telesogni» en <http://www.mondadori.com/panorama/area>.
- Borda, Libertad (2002) «Audiencias en la red: De la etnografía a los foros» Ponencia leída en el Encuentro Argentino de Carreras de Comunicación Social, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Olavarría, 3-5 octubre.
- Brooks, Peter (1976) *The Melodramatic Imagination: Balzac, Henry James, Melodrama and the Mode of Excess*. New York, Columbia University Press.
- Bueno Fischer, Rosa María (1984) *O mito na sala de jantar. Discurso infanto-juvenil sobre televisão*. Porto Alegre, Movimento.
- Comparato, Doc (1986) *El guión. Arte y técnica de escribir para cine y televisión*. Buenos Aires, Gray ediciones.
- Cueva, Alvaro (2001) *Sangre de mi sangre. Verdades y mentiras de las telenovelas en América latina*. México, Plaza y Janés.
- Eco, Umberto (1988) «La innovación en el serial» en *De los espejos y otros ensayos*. Barcelona,

Lumen.

- Fuenzalida, Valerio (2002) *Televisión abierta y audiencia en América latina*. Buenos Aires, Norma.
- «Llamado a escena» en *dinero.com/larevista*. 7/04/2000
- Mato, Daniel (1999) «Telenovelas: transnacionalización de la industria y transformaciones del género» en García Canclini, Néstor y Carlos Moneta (coords.) *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*. Buenos Aires, Eudeba/Sela: 229-257.
- Mato, Daniel (2001) Entrevista a Delia Fiallo», *mimeo*.
- Mato, Daniel (2002) «Transnacionalización de la industria de la telenovela, referencias territoriales y producción de mercados y representaciones de identidades transnacionales» en Lacarrieu, Mónica y Marcelo Alvarez (comps) *Una cartografía de los procesos culturales contemporáneos*. Buenos Aires, Ciccus-la Crujía.
- Mazziotti, Nora, (1996) *La industria de la telenovela*. Buenos Aires, Paidós.
- Ortiz de Urbina, Araceli y Asbel López «Un mundo de telenovelas» en *El Correo de la Unesco* ([unesco.org/courrir/1999\\_05](http://unesco.org/courrir/1999_05)).
- Sorrosa A., Raúl «Telenovela Latinoamericana en Europa del Este» en *Chasqui* N° 78, 2001.
- Villa, Federica (1992) «La forma de la fiction televisiva» en Casetti, Francesco y Federica Villa (a cura di) *La storia comune*, Torino, RAI.
- Villanueva, Mario «Minas de oro. El melodrama, la telenovela en América y su nacimiento en México», en <http://www.operamundi.com.mx/2000/dic/011/>

## Páginas web consultadas

- [www.proexport.com](http://www.proexport.com).
- [www.tvmasmagazine](http://www.tvmasmagazine), desde julio de 1999 a agosto de 2004.
- [www.zonalatina.com](http://www.zonalatina.com)
- [www.hervalrossano.com/isaura](http://www.hervalrossano.com/isaura)
- [www.tvlatina.net](http://www.tvlatina.net)
- [www.rinconlatino.com](http://www.rinconlatino.com)
- [www.dinero.com/larevista](http://www.dinero.com/larevista)
- La Reforma*, México, 27.11.01
- [www.produccion&distribucion.com](http://www.produccion&distribucion.com)
- [www.tvinsite.com](http://www.tvinsite.com)

# El horizonte estético

## **MARIO PERNIOLA**

*Es profesor Titular de Estética en la Universidad de Roma "Tor Vergata" desde 1983. Director del Departamento de Investigaciones Filosóficas de la misma Universidad entre 1996 y 1999. Ha sido "Visiting professor" en numerosas universidades y centros de investigación (En Francia, en Dinamarca, en Canadá, en Brasil y en Japón). Es director de*

*la revista *Ágalma*, revista de estudios culturales y de estética. Entre sus obras, han sido traducidas al castellano *El sex appeal de lo inorgánico*, Madrid, Trama, 1998; *Estética del XX siglo*, Madrid, visor, 2001; *El arte y su sombra*, Madrid, Cátedra, 2002. Su último libro es *Contra la comunicación*, Torino, Einaudi, 2004.*

La existencia de un horizonte estético depende de la coexistencia de múltiples factores de distinta naturaleza que interactúan entre ellos. No bastan las reflexiones en torno a lo bello y al arte para crear un horizonte estético. La palabra "estética" es introducida en el Settecento por la filosofía para indicar una articulación disciplinar propia que pudiera ubicarse cerca de la lógica; esta circunstancia histórica, sin embargo, no debe hacernos olvidar que la filosofía es desde su nacimiento en la antigua Grecia un elemento esencial en el horizonte estético. A estos tres elementos, se le agrega después un cuarto que pertenece a la acción y a la socialización: éste puede ser definido como el estilo de vida ejemplar.

Para que exista un horizonte estético es por lo tanto necesario que estén presentes en su interior cuatro elementos: lo bello, el arte, la filosofía y el estilo de vida ejemplar. Cada uno de estos es en sí mismo muy problemático y puede ser considerado de muchas maneras. Como variaciones de lo bello se deben tomar en cuenta lo sublime, lo gracioso, lo sutil, lo interesante, lo refinado y otras nociones cercanas. El arte como concepto unitario bajo el cual puedan ser pensadas cosas tan distintas entre sí como

la poesía y la arquitectura, el teatro y la escultura, la música y la pintura, la literatura y la danza (para no mencionar a la fotografía y al cine) se ha ido formando lentamente sólo a partir del Renacimiento. La filosofía, en el curso de su milenaria vida, ha adoptado todos los géneros literarios, de la poesía al tratado, de la historia al fragmento, del ensayo al discurso poligráfico, sin dejar de lado el caso límite de una transmisión exclusivamente oral (como Sócrates y Pirrón en la Antigüedad y Lacan en el Novecento). Finalmente, los estilos de vida ejemplares han sido extremadamente variados: desde el héroe al santo, desde el mártir al *dandy*, desde el filósofo a la *femme fatale*, desde el poeta al *sex symbol* y combinándose en muchísimos modos.

La amplitud del horizonte estético no implica sin embargo que él mismo pueda contener todo: se trata justamente de un horizonte. Como dice la etimología de la palabra (del griego *orízo*, limitar, señalar los confines), ella se determina sobre la base de aquello que excluye. Antes que nada, no me parece que se pueda hablar de horizonte estético si falta la idea de uno de los elementos indicados. Un mundo en el cual se esté completamente ajeno a la idea de las parejas antinómicas "bello-feo" y "arte – no arte" es extraño al horizonte estético. Con esto no quiero decir que debamos pronunciarnos a favor de lo bello o a favor del arte, sino solamente que resulta necesario conocer lo que estas nociones han significado en el curso de la historia: el ataque que el arte contemporáneo ha traído a la noción de belleza forma parte en su totalidad del horizonte estético; la misma cosa debe sostenerse con relación a las teorías del fin o de la muerte del arte o del anti-arte del Novecento.

Igualmente, un mundo en el cual el lugar de la filosofía ha sido enteramente tomado por la tecno-ciencia o por la religión, ha suprimido el horizonte estético: forman parte de éste las críticas que los artistas y los poetas han dirigido muchas veces a la filosofía. Finalmente, la falta

de modelos de vida ejemplar impide el surgimiento de la admiración, la cual constituye el más potente estímulo del compromiso estético: no por casualidad la educación ha sido reconocida como un elemento esencial del horizonte estético. Además, las tendencias contra-culturales que se han manifestado, por ejemplo, durante la controversia de la segunda mitad del Novecento, forman parte del horizonte estético.

Raramente ha sucedido que los cuatro elementos que conforman el horizonte estético hayan estado de acuerdo entre ellos: esta situación se verificó en el Settecento y está en estrecha relación con el movimiento neo-clásico y con la constitución de la estética como disciplina autónoma. Es entonces cuando la bella naturaleza, el arte bello, el bello pensar y la educación estética establecieron entre ellos un pacto vinculante. Limitar el horizonte estético a aquel particular momento histórico, considerando como prehistoria de la estética a todo aquello que precede y descomposición de la estética a todo aquello que sigue, es demasiado restrictivo y también demasiado aburrido. Por otra parte, también en plena edad neoclásica, se han escuchado voces contrarias a este acuerdo, que ha tenido no obstante una duración muy breve.

Por estas razones estimo mucho más provechoso considerar al horizonte estético como a un territorio en el cual cuatro contendientes (lo bello, el arte, la filosofía y el estilo de vida ejemplar) se enfrentan, confrontan y discuten entre ellos dando lugar a las más variadas situaciones estratégicas. Por eso, el horizonte estético no es para nada un lugar simbólico de paz y de armonía; está caracterizado por un dinamismo permanente que de tanto en tanto se manifiesta en abiertos conflictos, pero que está siempre atravesado por tensiones y fricciones.

Los contendientes que actúan en el interior de dicho horizonte no son identificables de manera esencial, independientemente de las relaciones que paso a paso establecen los unos con los otros. Quien se pregunta acerca de sus

identidades, es decir, se interroga qué cosa es el arte, qué cosa es lo bello, qué cosa es lo estético (entendido lo neutro como el objeto por excelencia de la disciplina estética), qué cosa es la conducta ejemplar, corre el riesgo de llegar a resultados nulos. Esta aproximación metodológica, si bien está precedida por una amplia reseña histórica acerca de las distintas maneras en las cuales han sido pensados lo bello, el arte, lo estético y el estilo de vida ejemplar, llega a la desilusionadora conclusión de que todo puede ser considerado como bello (también lo feo en sus distintas apreciaciones), como arte (también el anti-arte), como lo estético (también lo antiestético), como estilo de vida ejemplar (también lo despreciable).

Es un hecho que los lazos interrelacionales entre los actores del horizonte estético son mucho más importantes que sus determinaciones específicas: cada uno de ellos establece y muta su propia identidad sobre la base de la interacción con los otros y con referencia a una visión estratégica integral. Lo bello, el arte, lo estético y el estilo de vida ejemplar no son entidades que existan en sí mismas, separadamente de su relación; ellas no pueden ser sacadas de su horizonte estético, en cuyo interior han nacido y se han desarrollado. Se trata de nociones abiertas y fluidas que se posicionan y se mueven en el horizonte estético según las circunstancias y las oportunidades, organizando de vez en cuando alianzas y antagonismos, concordancias y contrastes.

Hay, sin embargo, una especie de límite insuperable de cuyo mantenimiento depende la existencia misma del horizonte estético. En vías de aproximación, se podría hablar de la libertad que caracteriza al horizonte estético, el cual estaría por eso opuesto a la necesidad que rige en el mundo natural, que usualmente se presume está regulado por leyes científicas. Igualmente por vías de aproximación, se podría sostener que el horizonte estético tiene un carácter simbólico y por ello netamente separado de

la realidad efectiva, en la cual están inmersos los mundos de la técnica, de la política y de la economía. Más aún, la libertad que rige en el horizonte estético no debe ser confundida con el arbitrio ni con el capricho; aquí es mucho más fácil equivocarse porque no existen normas codificadas. Estando regulado por el *esprit de finesse*, en lugar de por el *esprit de géométrie*, es necesario en cada ocasión tomar tanto la regla como la excepción. En cuanto a su carácter simbólico, no resulta necesario pensar que se pueda proceder sin tener en cuenta la realidad efectiva; a diferencia de la moral y de la religión, en las cuales muchas veces se atribuye a la pureza de la intención subjetiva más importancia que a los resultados efectivos o bien se recurre al más allá y a la trascendencia, el horizonte estético queda esencialmente terrenal; lo que lo caracteriza es propio de la pretensión de valer y de afirmarse en el mundo según dispositivos que son absolutamente diferentes de aquellos de la guerra, de la política y de la economía. El plano sobre el que se coloca al horizonte estético es por así decir intermedio respecto del idealismo o del de la efectividad: no se encuentra demasiado elevado en el reino de los ideales inútiles y de las utopías, ni demasiado bajo en la idolatría del hecho y del suceso. La grandeza estética no nace del esfuerzo hacia metas inalcanzables, ni por la manía de vencer a cualquier costo: la misma se coloca en el espacio intermedio entre los valores incapaces de ser realidades o las realidades privadas de esplendor.

Se trata entonces de un horizonte muy singular en el cual las exigencias espirituales y las prácticas de la vida humana están juntas, reconocidas y negadas, o mejor aún están sacadas de su contexto habitual y transferidas a otro ámbito, caracterizado por un excepcional dinamismo, debido a la presencia simultánea de cuatro elementos bastante heterogéneos entre sí. Este texto se propone dar especial relevancia a los momentos más salientes del acontecimiento estético y resaltar sus particularidades:

el horizonte estético no debe ser considerado como algo obvio, descontado, o tal vez algo adquirido para siempre. Puede ser que en el futuro, cada uno de los cuatro elementos que lo componen – lo bello, el arte, la filosofía y el estilo de vida ejemplar – tomen caminos completamente independientes el uno del otro, sin tener más la posibilidad de confrontarse y de oponerse. No es difícil imaginar que lo bello termine por ser absorbido por completo desde una perspectiva hedonístico-cosmética, privada de cualquier relación con los otros actores del horizonte estético; la tendencia a transformar el arte en un simple *business* es muy fuerte en la sociedad contemporánea y no resulta fácil contrastarlos eficazmente; la filosofía por su lado, puede abandonar lo bello, el arte y los estilos de vida fútiles y atrincherarse en un cientificismo duro y pretencioso o en una erudición encerrada en sí misma; en cuanto a los estilos de vida ejemplares, a partir del momento en que se disuelven en simples *look* a asumir momentáneamente, ellos pierden no sólo la grandeza fatal sino hasta cada posibilidad de constituir una moda. Sin embargo, no son los fenómenos de degradación en sí mismos los que constituyen una amenaza para el horizonte estético. Por el contrario, el mismo cobra gran vigor desde las posiciones encontradas; el peligro reside en el menosprecio de la energía emocional y en el sumergirse en la inercia de un consumismo autodestructivo.

El horizonte estético presenta efectivamente un aspecto paradójico: su valor no depende de la invariabilidad como sucede en la esfera religiosa y moral ni su fuerza de la unidad como sucede en la esfera militar y política. Aquel adquiere valía y potencia no por la invariabilidad ni por el consenso plebiscitado, sino por el surgimiento de las diferencias y de la novedad. El aspecto combativo no se refiere solamente a los cuatro elementos que lo componen sino que se encuentra obviamente en el interior de cada uno de ellos: no existe una sólo noción de lo bello, sino muchas en concurrencia en-

tre ellas; los artistas están en competencia no solamente con otros artistas contemporáneos sino en mayor medida con los artistas del pasado. Es esencial a la idea misma de filosofía la confrontación entre diferentes tendencias. Finalmente, el estilo de vida ejemplar se concretiza en tanto implica una decisión y una elección que excluye todas las otras. No se trata de una guerra de todos contra todos, justamente porque las relaciones que existen en el interior del horizonte estético no son belicosas. De hecho, nadie puede dejar de reconocerlo y esto es tanto más válido y fuerte cuanto más adversas son las partes de las cuales proviene: sin la apreciación y la admiración no se tiene horizonte estético. El horizonte estético está lleno de estrategias ingeniosas y paradójicas, cuyo último propósito no es ciertamente la nulidad de las multiplicidades ni la negación de los adversarios... Aquel que se propusiera dichas metas, se trasladaría del horizonte estético hacia el horizonte político-militar; pero es sabido que el recurrir a fuerzas externas para prevalecer en la arena estética es objeto de reprobación y de desprecio. Al mismo tiempo, si bien el santo fue un modelo estético ejemplar muy importante, queda una diferencia esencial entre la esfera moral-religiosa, caracterizada por lo categórico y por lo permanente, y la esfera estética, caracterizada por lo mundano y por el dinamismo. Con esto no se quiere decir que el horizonte estético es ineficiente sino que las vías a través de las cuales logra la efectividad son diferentes de las político-militares. Tampoco se quiere decir que el horizonte estético es efímero, sino que las vías a través de las cuales logra una larga duración son diferentes de aquellas ético-religiosas.

Muchas veces se ha planteado que la estética no provee un núcleo de principios teóricos y de métodos de investigación compartidos por la mayoría de sus cultores, como sucede en las disciplinas científicas. El único punto sobre el cual existe un consenso casi unánime es la referencia al diccionario histórico sobre los

conceptos estéticos, pero a este tipo de aproximación se le escapa necesariamente el aspecto sincrónico de las experiencias estéticas (y de sus respectivos conceptos clave) en pugna entre ellas. El hecho es que en el horizonte estético, el aspecto científico y el militar están presentes: el pensador estético es un poco científico y otro poco guerrero. La investigación estética une en sí misma el aspecto teórico y el práctico y de esta mezcla deriva su interés: es como una habitación que se ilumina por dos lados. Bajo el aspecto científico, se presenta como una historia de conceptos y por eso está completamente compenetrada en la discusión acerca de los métodos y los fines de la historiografía filosófica. Desde el aspecto militar, tiene una relación de cercanía con las poéticas artísticas, con los estudios culturales y de igual modo con la práctica de las artes y con las modas.

Puede dar perplejidad el hecho de que en la determinación del horizonte estético se introduzca también la filosofía como actor que juega en el interior de un campo; la filosofía es considerada no como espectadora externa de aquello que sucede en el campo de lo bello, del arte y de los estilos de vida, sino como parte involucrada. Parecería así comprometida su dimensión científica, es decir la posibilidad de consenso de la mayor parte de sus cultores sobre algún núcleo mínimo de premisas teóricas y de métodos. Pero se olvida que resulta de interés para todos los actores presentes en el horizonte estético el que este consenso perdure. Esto sería un último análisis a favor de la defensa de la autonomía del horizonte estético, por un lado, con relación a la religión y la moral y, por el otro, con relación a la política y la economía. Por otra parte, si la filosofía fuese sacada del campo estético y puesta en un rol de espectadora desinteresada o peor aún desempeñando el papel de juez en el campo estético, se convertiría en algo demasiado débil respecto del horizonte religioso y político. En otras palabras, hacia el interior del horizonte estético, las cuatro entidades en juego pueden

establecer una relación de amistad o de enemistad. Pero, con relación al enemigo ajeno al horizonte estético y que se presenta como la trascendencia o como la violencia, la posibilidad de un acuerdo entre los cuatro factores en juego debe ser mantenida. La palabra común en este acuerdo puede variar: la misma será de tanto en tanto el clasicismo, el saber o la cultura según las vicisitudes y las circunstancias históricas.

Una última observación se refiere a la pluralidad y a la heterogeneidad de los estilos de vida involucrados en el horizonte estético. Pertenecen plenamente al mismo los estilos de vida ascéticos, religiosos, políticos y militares, como así también aquellos explícitamente orientados hacia lo bello y la práctica de las artes. No es su contenido lo que resulta importante, sino la idea de la perfectibilidad del ser humano, la referencia hacia cualquier forma de grandeza y, por lo tanto, el sometimiento a pruebas y a juicios. De eso deriva aquella unión entre la estética y la educación, muchas veces señalada por los cultores de la estética. Quien pretende sustraerse a cualquier tipo de prueba y de juicio cae fuera del horizonte estético: de hecho o favorece la existencia de jerarquías fijas, establecidas de una vez para siempre y determinadas sobre la base del estatuto de pertenencia, o tal vez se aplanan todo en un mismo nivel, eliminando cualquier tipo de dinámica de valoración o de desvalorización. Resulta, en cambio, un aspecto esencial del horizonte estético el hecho de que las pruebas y los juicios no sean nunca definitivos y que exista siempre un espacio para la competencia y para el desafío. De eso deriva la importancia que ha sido siempre atribuida por los cultores de la estética a la energía emocional, que ha sido siempre pensada y denominada en el transcurso de los siglos de distintas maneras: inspiración, entusiasmo, furor heroico, impulso vital, sobreinversión o performance. ■

# De la creatividad

Las leyes de la naturaleza nos enseñan que sólo consiguen sobrevivir aquellas especies cuya fisiología o conducta dispone de unas dotes que les permiten enfrentarse con éxito a la lucha por la vida.

En algunas especies, estas dotes se hacen evidentes en su propia anatomía. Será un caparazón duro o hiriente que protege su cuerpo, o su capacidad de camuflaje o su sola corpulencia, lo que les propicia una defensa que diríamos «pasiva». En otras, en cambio, son sus performances físicas en velocidad, agilidad y reflejos las que, posibilitándoles la huida, las salvaguardan. Si, por el contrario, la naturaleza las ha dotado de fuerza y de «armamento», será mediante una actitud ofensiva, haciendo frente, que se defienden y sobreviven, dominando en su territorio. En otras será el hábitat específico en el que viven o su alimentación peculiar lo que les permite mantenerse al margen de las pugnas por el alimento con las demás. En otras, en fin, será su enorme capacidad reproductora la que posibilita la persistencia de la especie. En todas ellas, se evidencian siempre unas dotes genéticas que permiten su supervivencia, de un modo que podríamos llamar «natural».

Siendo éstas las pautas naturales de la supervivencia, es evidente que la especie humana carece de cualquiera de estas facultades fisiológicas descritas, cuanto menos, en grado suficiente, como para explicar el hecho de que siga existiendo como especie. Su piel es frágil, no le protege ni abriga, sus performances físicas y su armamento ofensivo natural (uñas, dientes y fuerza) mediocres frente a la que poseen la mayoría de los animales. Vive y se alimenta en el mismo medio natural que sus competidores irracionales; y su capacidad reproductora es lenta y poco productiva. Nada hay en todo ello, pues, que explique cómo ha podido sobrevivir durante milenios una especie tan mal dotada fisiológicamente por «natura».

Las razones -pues evidentemente las hay-, se hallan a otro nivel. No son aparentes en su fisiología. Y es que con la especie humana entra en juego un factor distinto, excepcional. Una dimensión «salvadora» hasta entonces desconocida. El ser humano ha desarrollado una singular habilidad para suplir por sí mismo esas dotes naturales de las que carece. Ha sido capaz de elaborar un equipo extra-corporal que completa las carencias de su fisiología y le permite sobrevivir a pesar de todo.

*ANDRÉ RICARD es Diseñador Industrial, escritor y profesor. Ha sido presidente de la Agrupación de Diseño del Fad, Presidente Fundador de la Asociación de Diseñadores Profesionales, Vice-Presidente del Consejo Internacional del Diseño, Vice-Presidente del Barcelona Centro de Diseño y Miembro de la Facultad del Art Center de Suiza.*

*Es Patrono de la Fundación Eina, Patrono de la Fundación Loewe y Presidente del DESIGN FOR THE WORLD (la ONG del diseño).*

*Ha publicado varios libros sobre diseño, el último recién publicado: "En resumen..."*

*Ha merecido numerosos premios nacionales e internacionales, entre ellos, Premio Nacional de Diseño, Creu de Sant Jordi, Ordre Olympique, Medalla de Oro al mérito artístico de Barcelona, Chevalier des Arts et des Lettres.*

*La Fundació Miró dedicó la exposición "El diseño cotidiano" al conjunto de su obra.*

Para que llegara a consolidarse la estirpe humana, la selección natural tuvo que ir reteniendo el linaje de aquellos especímenes de un cierto tipo de primates que, dotados de una mayor cefalización, intuyeron que utilizando guijarros desportillados o ramas, a modo de tosco herramental, podían defenderse y sobrevivir. De este modo, fue perfilándose el código genético específico de esta nueva especie en el que persistían y se perfeccionaban esas nuevas dotes indispensables para su supervivencia: la creatividad.

En cada generación sobrevivían y se reproducían preferentemente aquellos individuos que mejor se las ingeniaban para detectar en su entorno material aquello que podía ayudarles a defenderse y alimentarse. A lo largo de una dilatada criba genética se alcanzó así la familia de los homínidos quienes, yendo más allá del mero instinto animal de sus antecesores, desarrollaron todo un arsenal de objetos que suplían sus carencias naturales. Fue esta capacidad de saber inventar en cada momento las «prótesis» que precisaba, la que permitió al hombre afincarse como especie. Una especie que introduce un nuevo género en la tierra: lo artificial. Es decir,

cosas que no crea la naturaleza y que surgen como fruto de la necesidad.

Esta artificialidad con la que ha sabido rodearse el hombre constituye un fondo de datos y conocimientos que se ha ido ampliando de generación en generación. La especie humana sobrevino gracias al constante incremento de ese legado cultural que cada generación ha recibido de sus antecesores. Esa memoria colectiva que es la cultura humana es, en cierto modo, así equiparable al conocimiento innato que el genoma transmite por vía genética.

Siendo así que, si no le resulta fácil a un joven animal sobrevivir falto de sus progenitores -y ello a pesar de la riqueza de la información genética que le dictan las pautas de comportamiento propias de su especie- resulta impensable que un niño abandonado a sí mismo, sobreviva. El hombre, incluso adulto y culto, necesita de los demás y de los conocimientos acumulados durante generaciones para vivir. Cada individuo no puede reinventar todo el bagaje de experiencias acertadas que llamamos «cultura».

Ese nuevo mundo artificial siguió un proceso selectivo similar al que hizo la propia naturaleza para extraer la rama de los homínidos del tronco de la materia viva. La cultura humana se ha ido estructurando según un sistema de selección natural. La retención de cualquier solución se hizo por el sistema de tanteo de prueba-error. Es decir: nueva proposición -> experiencia -> análisis del resultado. Si éste era favorable, aquella propuesta se retenía, si resulta desfavorable, se modifica (es decir se transforma en otra propuesta) o se descarta definitivamente. El proceso reflexivo que aplica el hombre para crear actúa según un sistema semejante al de la selección natural darwiniana. La diferencia estriba en que, en lo que crea el hombre, tanto las propuestas como su comprobación se efectúan a un ritmo mucho más rápido. Las variantes que se proponen no se producen como resultado del puro azar, como ocurre con los có-

digos genéticos, lo que conlleva un lento ciclo de miles de generaciones hasta hallar la fórmula que permita consolidar una nueva alternativa. En el área abstracta del proceso de reflexión-imaginación propio de la creación, en cambio, los planteos y los descartes se hacen en milésimas de segundo, por la sinápsis de las neuronas. Del mismo modo las comprobaciones prácticas que precisa una nueva idea imaginada puede llevarse a cabo en un corto espacio de tiempo. A veces bastan unos días. Además, cada generación parte de ese legado que supone la experiencia forjada por sus antecesores. Un legado cultural que le evita repetir errores y al que cada generación aporta nuevos datos y conocimientos. En este sentido el proceso de evolución de lo artificial es más lamarckiano que darviniano.

Esa rapidez en el proceso selectivo de las obras de factura humana explica el desarrollo fulgurante de lo artificial y de la propia inteligencia de la especie humana, en comparación con la lenta evolución biológica. La creatividad humana ha permitido una proliferación de alternativas, a la vez que se ha acelerado la valoración de las mismas. Veamos sino, lo poco que significan los 30.000 años transcurridos desde las herramientas neolíticas hasta la más sofisticada electrónica, frente a los millones de años que tuvieron que transcurrir para que, por medio de la adaptación natural, una escama de reptil se tornara pluma de ave.

El hombre llegó a crear todo un instrumental artificial a medida que iba comprendiendo e infiriendo lo que ocurría en su alrededor. Si primero supo observar que un guijarro desportillado podía servirle para cortar aquello que sus uñas y sus dientes no lograban rasgar, luego acertó en reproducir y perfeccionar ese canto cortante hasta crear el filo. Siguiendo este proceso llegó a desarrollar, en pocos siglos, un amplio surtido de elementales herramientas y, a su vez, un modo de organizar su propia mente. Crear supone, en efecto, una «gimnasia

intelectual» que exige observar, inferir e imaginar. Los antropólogos se interrogan hasta qué punto la habilidad manual ha ayudado a la mente a racionalizarse o ha sido la razón la que ha dotado a esa mano de habilidad.

Lo cierto es que esa potencialidad intelectual fue creciendo de forma geométrica y pronto desbordó su marco primitivo que la circunscribía al ámbito de lo esencialmente práctico. Esta capacidad de REFLEXIONAR e IMAGINAR que le dio al hombre acceso a la CREACION no es una potencialidad unidimensional que sólo había de servirle para elaborar objetos y discernir conductas. Es, por su propia esencia, una capacidad abierta y versátil que, una vez activada, no podía limitarse a la tarea primaria de velar por la subsistencia. Una vez satisfecha la acuciante y primordial necesidad de sobrevivir, esa capacidad de razonar para comprender lo que ocurre, estaba disponible para lanzarse a otros menesteres, más allá de los problemas meramente prácticos del vivir.

Ese mismo mecanismo reflexivo le llevó a preguntarse sobre sí mismo, llegando a tomar así conciencia de su propia existencia como ser efímero, capaz de gozar y sufrir, amar y odiar. Vivir, para un ser irracional, no tiene otro significado que resolver el presente inmediato. «Vivir» es entonces un acto que se rige por los dictados del innato programa genético. Esa pauta impresa en sus cromosomas no le facilita al ser irracional más que una muy limitada capacidad de deducción, aplicada a la supervivencia. Del ayer sólo retienen unos reflejos condicionados. El mundo orgánico, animal o vegetal, vive en la ignorancia de que existe futuro. No sólo no puede incidir conscientemente en su destino, sino que no es consciente de que este destino existe. El animal o la planta viven en un estado de permanente no-conciencia. Esta imposibilidad de inferir el mañana es la suerte de lo irracional.

El hombre, en cambio, descubre esa otra dimensión de su existencia en la rea-

lidad cotidiana que le rodea. Sabe de su propia degradación y de su ineludible muerte. Esta revelación es en sí desoladora. Es el gran secreto que el Hombre ha descubierto. Como la caja de Pandora, una vez abierta, cambiaría su modo de entender su vida. Su ingenio o su intuición le llevan entonces a buscar una explicación, una esperanza o, en último extremo, una forma de olvidar lo fatal del desenlace. Desde hace milenios, buena parte de la capacidad intelectual e intuitiva del hombre no sólo se dedica a negociar la supervivencia, sino que intenta explicar, justificar o mitigar su destino.

Con el Hombre se ha introducido en la tierra a un ser que sabe que ha sido creado, que es mortal y quiere ahora comprender el cómo y el por qué. Las religiones ofrecen una razón y significado a la aparente sinrazón de la vida. Ese ¿por qué? se trasciende y explica entonces más allá de la vida misma. La ciencia, por su lado, por caminos racionales, busca explicación o remedio a esta fatalidad humana. Para muchos la sabiduría les lleva a aceptar su destino y, para otros, hallan en la evasión, en sus múltiples formas, el último refugio para olvidar, aunque sea unos instantes, esa misma fatalidad.

La primera teoría filosófica hedonista, de Aristipo y de Epicuro, que buscaba en los placeres «nobles» un medio para elevar al hombre, perseguía ya esa evasión. El placer como el deporte exaltan nuestros sentidos y provocan emociones que, aun dejándonos conscientes de la realidad, la subliman. No son un fin en sí, sino un medio para desconectarse de esas preguntas que plantea nuestra propia realidad como seres efímeros, conocedores de su fragilidad y de su tránsito fugaz. También lo lúdico, que involucra habilidad y destreza, exige una concentración mental que aleja cualquier otra preocupación existencial. Los éxitos, en esa esfera lúdica, son alicientes que perduran incluso de retorno a la vida real. Los fracasos en ese terreno jamás llegan

a tener el carácter irremediable que tiene nuestro destino. En ellos, siempre cabe la esperanza de una segunda oportunidad. Buscamos aquellas actividades que permiten evadirse, perder de vista la cruda verdad existencial. Actividades que no sólo estimulan nuestro intelecto sino además logran que nuestro cuerpo segregue sus propias drogas: adrenalinas o endorfinas y de un modo natural ayudan a crear esa distancia con la problemática realidad. Cualquier «diversión» o «distracción» por lo que supone de inatención al presente, es útil para alcanzar ese fin. Y esa desconexión se hace necesaria, aunque sea momentánea, pues una continua constatación de nuestro destino podría restarle sentido al propio hecho de vivir. La constante percepción de la realidad resultaría insoportable. Tal estado de alerta ha de relajarse, de modo que cuando volvemos a considerar nuestra condición humana, después de un periodo de olvido, parece como si tuviéramos mayor capacidad para matizar, mitigar o reenfocar sus profundas implicaciones.

La creatividad, en fin, se sitúa entre el juego y el placer. Ese intenso esfuerzo de concentración que se precisa para desenvolverse con soltura en el espacio mental en que las ideas se forjan, supone un auténtico «despegue» de la realidad, a la que se rebasa hasta acceder a un nivel otro, superior. Esa órbita «otra» en la que la dimensión de nuestra propia vida, con todo lo que puede tener de desesperado, adquiere un calibre relativo ante lo que estamos creando. Por unos instantes somos dioses. La obra creada justifica y trasciende así nuestra propia vida. El hombre en su faceta creativa se sobrepasa a sí mismo dando vida a algo cuya esencia conceptual deviene imprecadera. Algo que justifica y, en cierto modo, compensa lo efímero de su vida.

La creatividad es así la forma de evasión más trascendente. Una evasión con la máxima economía de medios y energías físicas. Una actividad que puede

vivirse en solitario, moviendo en el espacio mental ideas surgidas de lo más remoto de nuestro ser. Con la sola capacidad imaginativa que poseemos, somos capaces de alejarnos de la realidad existente y de elevarnos hasta unos niveles en que esa realidad ya no nos acosa. Libres del sometimiento a lo conocido, inmersos en los torbellinos imaginativos que exige y permite la actividad creativa, el mundo real se aleja de nosotros y esas angustias existenciales pierden su tremendismo. En esos momentos del éxtasis creativo podemos, sin temor, mirar cara a cara nuestro destino. Los valores son otros. Y es que crear le da al hombre algo más que una evasión momentánea. En el acto creativo el hombre se une al mundo, trascendiendo su rôle pasivo. Cuando la creación culmina en una obra, la esencia de esa obra deviene un viático que da significado a la existencia de quien la creó. A través de su obra el hombre afirma que existe y la nada de su vida se perpetúa. Esa huella de su tránsito fugaz llega así a integrarse en el tejido mismo del universo cultural. De ese tejido entramado de infinitas aportaciones humanas que han hecho posible el advenimiento de nuestra especie. Por eso sólo, valía la pena haber vivido. ■

# Capacidades comunicativas de la música

## OSCAR SANTACREU FERNÁNDEZ

*Doctor en Sociología por la Universidad de Alicante con la Tesis Doctoral «La música en la Publicidad». Actualmente desarrolla su actividad docente e investigadora de ámbito nacional y europeo en el Departamento de Sociología II de la Universidad de Alicante. Paralelamente ha realizado estudios musicales en el*

*Conservatorio Superior de Música «Oscar Esplá» de Alicante con el guitarrista Ignacio Rodes, obteniendo el título de Profesor Superior de Guitarra con Premio Extraordinario. Ha ofrecido cursos y seminarios sobre música, así como conciertos en España y Ecuador. Forma parte del quinteto de guitarras Camerata Tedesco.*

*“El único condicionamiento natural de la música consiste en la capacidad de un cuerpo para vibrar y en la capacidad del mecanismo del oído para registrarlo.”  
Harry Partch, 1964*

Hace unos días tuve ocasión de escuchar por la radio que una asociación de dueños de restaurantes había realizado un curioso estudio, consistente en comparar el gasto medio de los clientes de sus restaurantes en función de la música ambiental del local. Pues bien, del estudio se desprende que, cuando sonaba música de Mozart, los clientes pedían más platos y más caros que cuando sonaba cualquier otro tipo de música. El consumo era también mayor cuando se ponía como fondo musical las obras de otros compositores del período clásico. ¿Hay algo mágico en las notas de Mozart?

## Un poco de historia...

La idea de que hay algo “mágico” en la música viene de muy antiguo. En la sociedad de la Grecia clásica se valoraba, y mucho, la importancia de la influencia de la música sobre el ser humano. Así, la doctrina del *Ethos* atribuía a cada uno de los modos de su sistema musical una determinada cualidad expresiva y emocional, en la convicción de que la música afecta al carácter, a la voluntad y a la conducta de los seres humanos. Por ejemplo, Aristóteles afirma en su *Doctrina de la Imitación* que toda melodía implica imitación del carácter, de modo que, al

escuchar una música que imita o representa un sentimiento concreto, uno puede resultar influido por ese sentimiento. Aristóteles, Platón y otros filósofos de la época crearon extensas listas de correspondencias entre los distintos rasgos del carácter y las distintas escalas y ritmos.

En el Renacimiento y también a finales de la Edad Media se crearon listas que relacionaban los distintos estados emocionales y la música a aplicar en cada caso para conseguir el equilibrio emocional, y en el Barroco, la música estaba considerada como un arte retórico: la *Doctrina de los Afectos* consideraba que varias figuras musicales podían servir (una vez aprendidas) como signos capaces de comunicar al oyente de una forma objetiva todo tipo de pasiones, afectos y emociones.

En el período Clásico, la armonía se convertirá en un estudio de las relaciones entre acordes dispuestos en progresiones, o cadencias, cuyo elemento más significativo va a ser la cadencia perfecta final –subdominante, séptima de dominante, tónica–, tres acordes que podemos identificar fácilmente porque se dan en los finales de muchas obras de música clásica (y también en las canciones actuales). La disonancia de la séptima de dominante crea una tensión en el oyente que sólo se resuelve con la llegada del acorde de tónica, creándose de este modo una respuesta aprendida en el oyente que, después de escuchar un acorde de séptima de dominante, desea escuchar el acorde de tónica para no sentirse frustrado. Algo parecido a lo que nos sucede cuando escuchamos el principio de cualquier refrán que nos resulta conocido y necesitamos completarlo, aunque sea mentalmente (por ejemplo: No por mucho madrugar...). Volviendo al tema, precisamente para potenciar esta sensación de anhelo por la tónica, las relaciones entre acordes irán evolucionando a lo largo de la historia para hacerse cada vez más complejas, demorando cada vez más la cadencia perfecta final y manteniendo en vilo a los oyentes. Lo curioso es que no es necesario haber es-

tudiado música para poder sentir este efecto.

Pero el género que en su época más representó la utilización del sentido anímico de la música para crear una situación emocional concreta fue la ópera romántica. La música del compositor alemán R. Wagner era capaz de crear por sí misma situaciones anímicas. Así por ejemplo, el *leit motiv*, un fragmento de música muy definido que aparecía con cada personaje y que estaba ligado a él, se iba modificando o desarrollando según la acción y el estado de ánimo de dicho personaje dentro de la trama.

## La música como lenguaje

Todas estas consideraciones tienen en común el atribuir a la música la capacidad de comunicar y transmitir. De hecho, no son pocos los que afirman que la música es un lenguaje universal, si bien se debe ser cauto a la hora de realizar este tipo de afirmaciones (la música tiene una gran carga cultural y por tanto la forma de entenderla varía entre las distintas culturas). Parece claro que existen nexos de unión entre la música y el lenguaje, siendo el más evidente la capacidad de música y lenguaje para expresar sentimientos y crearlos en quien escucha. Si entendemos que la música es un lenguaje, se podría sugerir la existencia de ciertas reglas compartidas entre el compositor y el oyente, reglas que en todo caso deberían entenderse como orientaciones, no como norma. Por ejemplo, actualmente podemos encontrar numerosos programas informáticos que son capaces de componer, sobre la base de una serie de reglas definidas por el programador o por el mismo usuario, piezas musicales con todo lujo de detalles. Sin embargo, y como demostración de que estas reglas tienen una importancia sólo relativa, al escuchar esta composición echaremos normalmente en falta cierto sentimiento, cierto *feeling* que el compositor humano aporta a una obra. Y eso no quiere decir que las reglas sean triviales; simple-

mente no hay que olvidar que la música forma parte de las Bellas Artes.

La importancia de la música como medio expresivo de comunicación no ha sido ignorada por disciplinas como la Sociología. Max Weber analizó las relaciones entre religión y música como medio para alcanzar el éxtasis, e hizo también un estudio evolutivo del lenguaje musical que muestra su progresiva racionalización. Por su parte, el marxismo ve en la música una inclusión de significados que se relacionan directamente con la sociedad y de la cual son expresión superestructural. Pero el sociólogo que ha intentado captar con mayor profundidad los nexos que ligan de forma dialéctica la música con el mundo de la ideología es Theodor W. Adorno, de cuyas aportaciones debemos resaltar también su metodología y su visión de la música como hecho social dotado de determinadas funciones, algo especialmente documentado en su caso en lo que se refiere a la música contemporánea.

## La música vende

Otra disciplina que no puede obviar la importancia de la música es precisamente la publicidad. Desde el punto de vista de la comunicación social podemos considerar la publicidad como una comunicación persuasiva cuya finalidad es transmitir información e incidir sobre las actitudes para impulsar a los destinatarios de la misma hacia un comportamiento favorable a los intereses del anunciante. La publicidad forma parte de la política de comunicación y promoción elaborada por la empresa y, en ese sentido, constituye un elemento esencial del marketing.

Se suele considerar que el mensaje publicitario está compuesto de varias partes, siendo la música una de ellas. El hecho de que la música está presente en el 87% de los anuncios de televisión<sup>1</sup> ha-

bla de la importancia de esta parte del mensaje. Y no es de extrañar: la música pegadiza y reiterativa suele ser un recurso casi infalible para atrapar a la audiencia. Es por eso que algunos anuncios se construyen alrededor de una pieza ya existente y cuyo éxito ya es conocido.

La presencia de la música en un anuncio publicitario no siempre se produce desde el principio hasta el final del anuncio. En aproximadamente el 15% de los anuncios, la música aparece sólo al final, coincidiendo con la aparición de la marca anunciada. Además, la música puede presentar diferentes niveles de protagonismo. Al menos en la publicidad española, la música suele aparecer como fondo del anuncio, lo que supone que en la mayoría de los casos vamos a encontrarnos con música instrumental. Evidentemente, cuando la música tiene una función de fondo, la letra no tiene mayor importancia e incluso puede molestar porque distrae la atención. En contraste, años atrás, la forma musical más frecuente en la publicidad era el *jingle*, que podemos definir como una pequeña canción publicitaria con música y letra que suele quedar asociada al producto y que tiene una gran importancia a la hora de crear y afianzar la imagen de marca. Aunque en la actualidad el *jingle* es un recurso musical muy poco utilizado, algunos anuncios lo utilizan junto a la musicalización de fondo. En estos casos, la música de fondo que acompaña a estos jingles suele ser una variación musical del mismo *jingle* al que se ha eliminado la parte vocal, siendo esta variación reconocible en mayor o menor grado. Además, estas variaciones se suelen realizar sobre jingles con bastante historia, temas antiguos que en su día gozaron de una gran aceptación y popularidad, y cuya música es utilizada ahora con el fin de jugar con la nostalgia del oyente.

La mayoría de los anuncios utilizan música original, no sujeta a copyright y

<sup>1</sup> Santacreu, O.: *La música en la publicidad*, en [www.cervantesvirtual.com](http://www.cervantesvirtual.com)

por tanto más barata. Aunque esta música suele ser bastante simple, a menudo un sencillo patrón rítmico, a veces podemos encontrarnos con una música más elaborada que suele acabar identificando a la marca por muchos años.

Otras veces se utiliza música preexistente, de grupos musicales de moda, con variación o no de la letra original. En este sentido, entre el mundo de la música y el de la publicidad existen intercambios mutuos; así, mientras que la publicidad toma prestadas melodías conocidas, ciertos temas creados para anuncios terminan convirtiéndose en éxitos de ventas. En todo caso, se debe tener en cuenta que a veces la fama del grupo o del cantante «vampiriza» la atención del público, de forma que luego el público es capaz de recordar el cantante, pero no el producto anunciado.

Original o preexistente, una de las funciones que tiene la música es la de atribuir valores, destacando uno de los posibles significados de la imagen a la que acompaña –lo que podemos llamar función de *anclaje*– o incluso dando a la imagen nuevos significados. Imaginemos una escena en la que vemos cómo una manzana se desprende lentamente de su piel. Imaginemos ahora la misma escena acompañada de una sugerente música de saxo y tendremos un streptese frutal (el ejemplo corresponde a un anuncio televisivo de una conocida marca de néctar de frutas). En la publicidad, la música revierte sus propiedades en el anuncio y por consiguiente en el objeto anunciado. También destaca la capacidad de la música para potenciar la pregnancia del mensaje y conseguir que el anuncio no pase desapercibido en su contexto. En particular, resultan efectivos recursos como el contraste, que se da cuando la música transmite un mensaje en frontal oposición al transmitido por la imagen (imaginemos una alegre melodía acompañando a una imagen de un cortejo fúnebre), o el golpe musical, consistente en la entrada, en un momento determinado, de un fragmento de música que destaca por su carácter. Re-

sulta curioso pensar que tanto o más efectivo que el golpe musical es el golpe de silencio, esto es, interrumpir bruscamente la música. Todos estos recursos resultan especialmente efectivos cuando aparecen ligados a la imagen de marca, y permiten comunicar sensaciones, estados de ánimo o estilos de vida. Por ello, la elección de la música es fundamental y debe ser meditada.

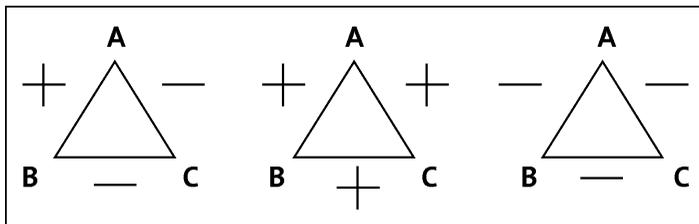
## La música como elemento persuasivo

Recuerdo un cuento en el que un flautista se ofrece para librar a la próspera ciudad de Hamelín de una plaga de ratones. En el cuento, el flautista comienza a pasear por las calles tocando con su flauta una maravillosa melodía que hace que los ratones salgan de sus escondites y le sigan fuera de la ciudad, que se ve así libre de la plaga. La gente, sin embargo, rehúsa pagar al flautista lo convenido y éste, para dar un escarmiento a los desagradecidos habitantes de la ciudad, se lleva a todos los niños, que le siguen seducidos por las melodías de su flauta.

El cuento del flautista de Hamelín está basado en algo cierto: la música es un instrumento perfecto para motivar y movilizar a las masas. Así podemos comprobarlo, por ejemplo, si observamos la utilización de la música en los actos políticos de las campañas electorales, donde ésta funciona como factor moralizador y aglutinante del electorado. Los himnos nacionales también son un buen ejemplo de esta cualidad de la música, y merece una mención especial la música militar, cuyo carácter rítmico y exultante tiene la propiedad de levantar la moral de los soldados y de quienes se quedan en casa esperando el resultado de la batalla.

Se ha discutido mucho sobre la capacidad persuasiva de la música. Autores como Sánchez Noriega consideran que la capacidad persuasiva de la música roza el campo de lo subliminal al desactivar el espíritu crítico creando automatismos en las conductas de los receptores, pro-

ceso que se suele dar con los nombres de las marcas o las melodías que tarareamos y asociamos a los productos. Otros autores como León consideran que la música apenas afecta a la persuasión. Situándonos en un campo intermedio, podemos encontrar una analogía de la capacidad persuasiva de la música en la teoría de las relaciones equilibradas-desequilibradas de Heider que, en términos simplificados, se basa en las posibles combinaciones de relaciones entre tres partes A, B y C, de la siguiente manera: supongamos que Antonio tiene una buena y estrecha relación con Beatriz, y ésta tiene a su vez una buena relación con Cecilia. Para que la relación sea equilibrada, la tendencia natural de Antonio será tener una buena relación con Cecilia. Pero si Beatriz se pelea con Cecilia, entonces Antonio tendrá un problema si sigue teniendo la misma buena relación con las dos... El siguiente gráfico muestra otros tres ejemplos de posibles combinaciones equilibradas:



Esta teoría es de gran utilidad en publicidad, ya que permite asociar la buena sintonía del público hacia un personaje público, o hacia ciertas ideas como la ecología y la solidaridad, con un producto o empresa determinada. La capacidad persuasiva de la música estaría ligada, en este sentido, a su capacidad para crear sentimientos y estados anímicos: la música nos gusta, nos hace sentir bien, y esa música puede estar asociada, vía publicidad, a un producto, empresa o institución. En todo caso, esta consideración de la música como condicionante no explica su utilización en la publicidad ni su efectividad real. Su principal papel sería proporcionar una base de *atención* y *atractivo* que sea

el primer paso para que actúe el conjunto del mensaje persuasivo.

## Música y memorización

Junto a la capacidad persuasiva, uno de los factores que más decididamente marcan la efectividad de una campaña publicitaria es el **recuerdo**. Hay un gran consenso entre los expertos en la materia al reconocer la importancia de la música en los procesos de memorización. De hecho, según todos los estudios psicológicos, cuantos más canales sensoriales se vean implicados mayor será el nivel de aprendizaje y de recuerdo, especialmente en la memoria a medio plazo.

Pero, ¿cómo actúa la música para favorecer la memorización y, a su vez, para favorecer los objetivos marcados por el publicitario? Si pensamos en la forma en la que casi todos nosotros aprendimos las tablas de multiplicar, aquel *dos por uno, dos; dos por dos, cuatro; dos por tres, seis...* inevitablemente recordaremos no sólo números, sino también aquella tonadilla familiar que nos ayudó en su día a aprender la difícil lección. De forma similar, resulta mucho más fácil recordar la letra de una canción si pensamos en la música que la acompaña. La explicación es sencilla: resulta mucho más fácil recordar cualquier idea si lleva asociada una serie de pautas métricas y rítmicas como las que facilita la música. Por eso a la mayoría de nosotros nos resulta más fácil aprender de memoria una poesía que un artículo en prosa. Para la publicidad, es innegable la importancia que tiene el hecho de estar en la memoria del consumidor, en lo que los expertos llaman su "lista corta" puesto que, cuando el consumidor va al supermercado y se encuentra con productos de distintas empresas, en igualdad de condiciones acaba eligiendo la marca que más le suena.

En este sentido, parece que uno de los factores que más influyen en la percepción por parte del público objetivo de la

personalidad de la marca es la música, hasta el punto que la música puede usarse para segmentar el público objetivo (una música juvenil puede ayudar a llegar a ese tipo de público). Pero, además, la música puede hacer que la marca adquiera una personalidad propia, tanto delante de ese público objetivo como frente al resto de personas impactadas.

## Una propuesta metodológica

Todas estas consideraciones no hacen sino resaltar la importancia que la música tiene en el campo de la comunicación social y en particular en la publicidad, pero, ¿es posible un análisis objetivo de la música que se utiliza en la publicidad, en términos comunicativos? A partir de las aportaciones de numerosos autores, especialmente L. Rowell y R. Beltrán, he podido crear una herramienta<sup>2</sup> que permite recoger una serie de variables objetivas de un fragmento musical, por ejemplo de un anuncio publicitario. A partir de estas variables se han construido doce puntuaciones desarrolladas siguiendo los repertorios lingüísticos del modelo de Beltrán, centrados en el sentido anímico (positivo, negativo, grandeza, aflicción, excitación e ironía) y el sentido imitativo (vivacidad, quietud, esfuerzo, magnitud, elegancia e irrealidad) de la música, utilizando como criterio los resultados de una consulta realizada a un panel de expertos, todos ellos profesionales de la música con reconocido prestigio. Tras el análisis de una muestra de anuncios, se ha podido comprobar que la música efectivamente transmite un mensaje paralelo al de otros canales como el visual. Así, hemos visto cómo los repertorios lingüísticos del modelo de Beltrán se reorganizan mediante su covariación estadística alrededor de las tres dimensiones del *diferencial semántico* de Osgood, Suci y

Tannenbaum, **Evaluación, Potencia y Actividad**, algo que, como mínimo, tiene dos interesantes implicaciones.

La primera es que, al reorganizarse de forma lógica los repertorios lingüísticos del modelo utilizado, comprobamos que efectivamente la música transmite información coherente, por sí misma y sin apoyo de otros canales, información que puede ser medida a través de la escala psicológica del diferencial semántico de Osgood. La segunda es la viabilidad de un método que permita evaluar el mensaje que está transmitiendo un determinado fragmento musical a partir del registro y tratamiento de sus valores musicales objetivos. Esto tiene su importancia, y no sólo en el contexto de la publicidad: las posibilidades de la música como transmisora de información o como elemento de persuasión se ven ampliadas cuando consideramos su aplicación en contextos no comerciales, como la política.

En cualquier caso, todas estas consideraciones no deben privarnos del placer que supone el sentarnos en la butaca de una sala de conciertos, ver cómo el director levanta las manos, y cerrar los ojos mientras dejamos que la música invada cada rincón de nuestro interior. ■

<sup>2</sup> Santacreu, O.: *La música en la publicidad*, en [www.cervantesvirtual.com](http://www.cervantesvirtual.com)

## Bibliografía

- Adorno, Theodor W. (1966): *Filosofía de la nueva música*, Buenos Aires: Sur.
- Adorno, Theodor W. (1969): *Mahler. Una fisiognómica musical*. Barcelona: Península.
- Barthes, Roland: "Retórica de la Imagen". *Communications*, núm. 4, 40-51.
- Bassat, L. (1993): *El Libro Rojo de la Publicidad (Ideas que mueven montañas)*, Barcelona, Folio.
- Beltrán Moner, Rafael (1984): *Ambientación musical: selección, montaje y sonorización*. Madrid, Instituto Oficial de Radio y Televisión, Colección Manuales profesionales. 1984/1991
- Camacho Morelos, Jesús. (1992): *Así se escribe una campaña de publicidad efectiva*. México, Editorial Diana.
- Cebrian Herreros, M. (1978): *Introducción al lenguaje de la televisión*, Madrid, Pirámide.
- Douglas, T. (1986): *Guía completa de la publicidad*. Madrid, Hermann Blume Ediciones.
- Eximeno, Antonio. (1978): *Del Origen y Reglas de la Música*. Madrid, Editora Nacional.
- Font, Doménec. (1981): *El poder de la imagen*, Barcelona, Salvat.
- Fubini, Enrico (1976): *La estética musical desde la Antigüedad hasta el siglo XX*. Madrid, Alianza Música, 1996
- Goldaraz, J.: *Afinación y Temperamento en la Música occidental*. Ed. Alianza Música.
- González Lobo, M<sup>a</sup>. A. (1994): *Curso de Publicidad*. Madrid, Ed. Eresma & Celeste Ediciones.
- Howard Bartley, S. (1976): *Principios de percepción*. Biblioteca Técnica de Psicología, México, Trillas.
- Leon, José Luis, (1992): *Persuasión de masas. Psicología y efectos de las comunicaciones sociopolíticas y comerciales*. Bilbao, Deusto.
- Leon, José Luis (1996): *Los efectos de la publicidad*. Barcelona, Ariel.
- London, Kurt. (1946): *Film Music*, Faber & Faber.
- Lorente, J. (1986): *Casi todo lo que sé de publicidad*. Barcelona, Ediciones Folio, S.A.
- Montero, Fernando. (1998): Los mejores trucos publicitarios; Anuncios que enganchan, en *Emprendedores*, nº 14, noviembre.
- Ogilvy, D. (1963): *Confesiones de un publicitario*. Barcelona, Ed. Oikos-tau, S.A.
- Ogilvy, D. (1984): *Ogilvy & Publicidad*. Barcelona, Ediciones Folio, S.A.
- Ortega, E. (1997): *La comunicación publicitaria*. Madrid, Ediciones Pirámide, S.A.
- Pérez Tornero (1982): *La semiótica de la publicidad*, Barcelona, Mitre.
- Platón: *La República o el Estado*. Madrid, Espasa-Calpe, 1988
- Ritzer, George (1993): *Teoría Sociológica Clásica*. Madrid, McGraw-Hill.
- Roman, K. y Maas, J. (1995): *El nuevo cómo anunciar*. Madrid, Edipo, S.A. (Grupo Control).
- Rowell, Lewis. (1983): *Introducción a la filosofía de la música. Antecedentes históricos y problemas estéticos*. Barcelona, Gedisa, 1983/1996.
- Saborit, José. (1994): *La imagen publicitaria en televisión*. Madrid, Ediciones Catedra.
- Sánchez Noriega, José Luis (1997): *Crítica de la Seducción Mediática*. Madrid, Tecnos. 61-480.
- Santacreu Fernandez, Oscar A. (2002): *La música en la publicidad*. [www.cervantesvirtual.com](http://www.cervantesvirtual.com)
- Stefani, Gino (1973): *Sémiotique en musicologie*, Versus, 5, 20-42
- Weber, Max. (1921): *The rational and Social Foundations of Music*. Carbondale, Southern Illinois University Press, 1921/1958.
- Weber, Max. (1922): *Economía y Sociedad*. Madrid, Fondo de Cultura Económica, 1922/1993.

# La crítica de arte hoy: del mundo del arte como sociedad civil a la república de las artes

En torno a ninguna interpretación del presente hay hoy un consenso más universal que acerca de la afirmación de que, por lo que hace al arte, vivimos en una época radicalmente pluralista en la que *cualquier cosa puede ser una obra de arte*, en la que ningún estilo o movimiento tiene especial autoridad o reconocimiento y en el que ya no disponemos de ninguna narración que nos describa hacia dónde va el arte. Campeón teórico de esta visión es el filósofo y crítico de arte A.C. Danto que entiende su tarea de crítico de un modo radicalmente distinto a como han entendido y practicado la crítica de arte los grandes críticos americanos desde Clement Greenberg y Harold Rosenberg a Michael Fried y Rosalind Krauss, siempre comprometidos con una visión teórica de lo que el arte es y debe ser. Danto ha sido calificado de "crítico ejemplar para una era pluralista,"<sup>1</sup> y no seré yo quien rebata esta generosa estimación de su obra ni menos aún quien cuestione la corrección de la descripción del presente como pluralista, postmoderno y posthistórico. Una tesis central de la crítica de Danto es que estamos en una época de "profundo pluralismo", una época en la que

ya no podemos ampararnos en una única narración del sentido de la historia del arte y de su unidad. *Anything goes* ha sido y es la divisa que marca los últimos veinticinco años, una divisa a un tiempo descriptiva y normativa: de hecho todo vale y todo está permitido. Sin embargo, creo que hay una notable distancia entre lo que esta divisa afirma y la realidad del mundo del arte. *Anything goes* es una afirmación de relativismo radical: todo está permitido y una cosa vale tanto como cualquier otra. Es más, no sólo cualquier cosa puede ser una obra de arte y todo vale y todo está permitido, sino que además, como dijera Joseph Beuys, *jeder Mensch ist ein Künstler*, todos somos artistas. Esto es, el ser artista ya no podría entenderse como una elección de los Dioses o de la Naturaleza que ha dotado de un talento especial a unos pocos seres privilegiados, sino como una capacidad o rasgo de cualquier ser humano. Cualquier ciudadano puede ejercer esa capacidad y tiene derecho a presentarse ante el resto de la ciudadanía como artista, al menos en términos de iguales derechos. Nadie decide quién es un artista, todos lo somos. Otra cosa es quién decide quién es un buen artista. La ciu-

<sup>1</sup> G. Horowitz y T. Kuhn en el prólogo a la selección de críticas de Danto, *The Wake of Art*, Nueva York: G+B Arts, 1998, p. 6.

**GERARD VILAR**

*Catedrático en Estética y Teoría de las Artes en la Universidad Autónoma de Barcelona. Realizó estudios de Filosofía en Barcelona, Frankfurt y Constanza. Dictó clases como profesor invitado en facultades e instituciones de España, México, Alemania y Estados Unidos. Es miembro del Consejo de*

*Redacción de la revista *Isegoría* desde 1995 y Director de la Serie Filosófica de la Colección *Idea Universitaria* de la editorial *Idea Books*, de Barcelona. Autor de numerosos libros, entre ellos: *Raó i marxisme. Materials per a una història del racionalisme; Individualisme, ètica i política; La raó insatisfecha; El desorden estético.**

dadanía es siempre el criterio del presente, la ciudadanía, claro es, en tanto mercado orientado por la publicidad y los media que decide consumir el arte, la literatura o la música de unos y no la de otros. Así, la cuarta gran divisa contemporánea es la de que *everyone is a critic*. La crítica ya no es tampoco el producto de la división del trabajo, la labor especializada de alguien que se dedica a mediar, orientar y juzgar según baremos y criterios de calidad y excelencia que sólo el ojo experto puede contemplar. Hoy, el juicio del crítico vale tanto como el de un ciudadano cualquiera puesto que tiene el mismo derecho a opinar, y tiene el mismo derecho a opinar porque ya no existen esos criterios de excelencia a los que la crítica pueda apelar, ni existe un sentido de la historia al que remitirse ni un orden estético o artístico en el que apoyarse. En medio del desorden estético, el ciudadano es libre de juzgar y su gusto es el rey.

Ésta es, creo, la opinión generalizada de cualquiera que se aproxime desde fuera al mundo del arte contemporáneo:

el relativismo impera por doquier y, en el mejor de los casos, el dinero y el poder, como en todas partes en el nuevo capitalismo, controlan y deciden en última instancia. No es extraño que, ante este diagnóstico de craso desorden estético y a partir del desasosiego que crea este estado de pluralismo radical y de perfecto relativismo, hayan tomado nuevas alas los discursos sobre el fin o la muerte del arte, discursos que, con o sin tintes jeremíacos, reproducen de nuevo el problema conceptual estructural y endémico del arte en la modernidad.<sup>2</sup>

Mi posición al respecto es bastante menos negativa y escatológica. Sin negar la profundidad de los cambios a los que estamos sometidos, creo que en medio de este desorden estético hay un lugar para la razón. La tesis que defiendo es que la crítica de arte es más necesaria que nunca –y ello coincide con el hecho de que hay más críticos de arte por kilómetro cuadrado que en cualquier otro momento del pasado–, pero que inevitablemente ha de cambiar, y de hecho está cambiando, su concepto. Así, pues, entiendo que hay muy buenas razones para defender la imprescindible tarea de la crítica en la presente situación de desorden estético.

Uno de los ropajes que en los últimos tiempos adopta el renovado tópico del “fin del arte” es el de los discursos sobre “el fin del mundo del arte”.<sup>3</sup> Dichos discursos parten de un cierto diagnóstico común acerca de que la posmodernidad, ese “delta” del caudaloso río del modernismo que se abrió en multitud de brazos como un Nilo cultural del presente, ha terminado en una especie de mar desordenado o en una atmósfera gaseosa, en una fiesta enloquecida de las apariencias y las vanidades donde triunfa la experiencia estética y el arte se ha vaporizado. El arte habría cambiado radicalmente de concepto y con él lo que se de-

<sup>2</sup> Véase mi libro *Arte sin fin. Una filosofía del arte*, Barcelona, Herder, (2005, en prensa).

<sup>3</sup> Por ejemplo, Robert C. Morgan: *The End of The Art World*, Nueva York, Allworth, 1998. Me consta que existe una traducción castellana de este volumen editada por el Centro Cultural Rojas de la Universidad de Buenos Aires. De Morgan se ha traducido al castellano su libro *Del arte a la idea. Ensayos sobre el arte conceptual*, Madrid, Akal, 2003.

nominaba el "mundo del arte", esto es, el conjunto de las instituciones y prácticas sociales que existirían en torno al arte y los artistas: galerías y marchantes, coleccionistas, público, museos y fundaciones, comisarios de exposiciones, directores generales de las artes, revistas y otros medios de comunicación, etcétera. Entre los elementos fundamentales del mundo del arte habrían estado desde mediados del siglo XVIII, pero muy especialmente en el mundo del arte que caracterizó al arte moderno, la crítica de arte, tanto en el sentido estricto de la práctica de los críticos de arte tales como Clement Greenberg, Harold Rosenberg o Robert Hughes cuanto en el sentido amplio que incluye a teóricos, historiadores y filósofos del arte como Walter Benjamin, Rosalind Krauss o Gilles Deleuze. Con independencia del concepto de crítica que tenga cada cual, hasta tiempos recientes había un notable consenso en creer que la crítica era algo fundamental en el concierto y desarrollo del arte moderno y del arte que le siguiera en los ochenta, hasta el punto de que hay movimientos y momentos artísticos que no pueden entenderse sin la existencia de un nombre, como ocurre en el caso del expresionismo abstracto y Clement Greenberg o de la transvanguardia italiana y Achille Bonito Oliva.

Vamos a introducir una analogía o metáfora para entender las nuevas condiciones en las que se desenvuelve el mundo del arte a comienzos del siglo XXI. Se trata de la vieja metáfora de la república ya empleada hace siglos para caracterizar el mundo del arte y la literatura y actualizada más recientemente por el filósofo británico T.J. Diffey.<sup>4</sup> Sin embargo, el empleo de dicha metáfora hasta el presente me parece fallida. El mundo del arte, como el de la literatura o el de la música, más que una república ha sido hasta muy recientemente una sociedad civil sometida a diferentes regí-

menes políticos: el antiguo régimen en la era preburguesa y en gran parte del siglo XIX, dictaduras varias a lo largo del siglo XX y sólo localmente y por breves periodos ha conocido regímenes democráticos. Ello se ha debido tanto a las relaciones de poder tradicionales, fundadas en diferencias de clase a veces abismales, como en las diferentes ideologías que, trenzadas de modos varios con dichas relaciones de poder, han azotado la cultura occidental desde las revoluciones americana y francesa. Así, ni en las épocas del realismo, o del impresionismo y menos aún de las vanguardias, puede entenderse el mundo del arte como una república, sino como una sociedad civil sometida al dictado y los imperativos de algún estilo artístico dominante que representaba el auténtico progreso y la dirección correcta en la evolución del arte. Incluso, uno de los momentos más dictatoriales de las vanguardias es el del triunfo de la pintura americana tras la II Guerra Mundial bajo la égida del emperador Clement Greenberg. Como sabemos, todo ello empezó a cambiar en los años sesenta y setenta, y con la postmodernidad artística acaba instaurándose el celebrado pluralismo en el que vive hoy el mundo del arte, ese pluralismo relativo en el que cualquier cosa puede ser una obra de arte, en el que todo vale, en el que todos somos artistas y en el que cualquiera es un crítico de arte, y en el que el mundo del arte ha visto difuminarse sus fronteras, pero sin que hasta ahora ni éste haya desaparecido como un mundo de razones institucionalizado ni el arte haya llegado a su fin. Es precisamente en estas nuevas condiciones históricas de existencia del arte y del mundo del arte cuando es realmente posible recurrir con fundamento a la metáfora de la república. La república es un régimen en el que la sociedad política se entiende como una sociedad de individuos libres e iguales, libre de relaciones de dominación. Es

4 T.J. Diffey, "The Republic of Art", *The British Journal of Aesthetics*, 9 (1969), pp. 145-156; reimpresso en su libro *The Republic of Art and Other Essays*, Nueva York: Peter Lang, 1991.

ahora cuando cualquier ciudadano es libre de juzgar cualquier obra de arte, o de crearla, y ningún estilo tiene patente de corso para considerar a los demás superados o pasados y afirmarse, por ende, como superior y más avanzado en la línea correcta. En una metáfora política hay que reconocer que durante los últimos siglos no habíamos alcanzado todos la plena condición de ciudadanos, sino que éramos súbditos de distintos regímenes monárquicos y dictatoriales. Pero ahora podemos pensarnos como ciudadanos, y considerar que nuestro voto individual vale en principio tanto como cualquier otro.

Naturalmente, esto es una metáfora que pretende hacer ver un cambio en la naturaleza de los hechos, pero no es una descripción sociológica de la realidad. La realidad empírica seguramente jamás se acercará mucho a la idea de la metáfora, entre otras cosas porque aunque en principio todos los ciudadanos de la sociedad política lo pueden ser también del mundo del arte, la proporción de los que de facto participan en la vida del mundo del arte será siempre muy inferior a los que participan de la vida política. No me puedo imaginar un mundo en el que el arte tenga tantos seguidores como el fútbol. En la república del arte sigue habiendo clases y relaciones de poder, igual que las hay en cualquier democracia, en cualquier república real. Pero, del mismo modo que podemos entender normativamente la realidad política de muchos estados como sistemas democráticos y estados republicanos a pesar de todos los defectos y denuncias que puedan hacerse acerca de su realidad empírica, igualmente creo que podemos entender estéticamente la realidad de los mundos del arte de hoy a pesar de sus evidentes defectos y déficits como sistemas republicanos. En un sistema republicano los individuos persiguen no ser dominados por alguien, se agrupan en partidos y mediante razones de toda suerte denuncian, enuncian, critican e intentan persuadir a sus conciudadanos para que vean las cosas como

ellos y se adhieran a sus puntos de vista. Nada de esto tiene que ver con diálogos seráficos ni con consensos últimos y finales. La democracia es un sistema que sustituye la violencia por un sistema de reglas que sólo pueden modificarse siguiendo los mecanismos establecidos por las reglas mismas y que se transforma porque está en un perpetuo proceso de aprendizaje en relación con los cambios sociales, económicos y culturales. Bajo la apariencia del desorden estético que impera en el mundo del arte pluralista del presente se ocultan procesos análogos, al menos hasta cierto punto, a los que podemos encontrar en la vida política y que permiten validar la propuesta de entender adecuadamente el mundo del arte contemporáneo como una república. Todos estos procesos son, en algún sentido, procesos de democratización que han afectado al mundo del arte en los últimos cincuenta años y que lo han llevado del estado de sociedad civil al estado de república. Esquemáticamente, los principales de ellos son: la democratización del público, la democratización del artista y la democratización de los valores artísticos con la consiguiente extensión y multiplicación de las instituciones del mundo del arte.

La democratización del público tiene sus raíces en la universalización de la educación, en el aumento del tiempo de ocio y la extensión de las formas de consumo cultural como forma de industrialización de dicho tiempo. El proyecto ilustrado de crear una sociedad de ciudadanos por medio de la educación ha sido realizado con un resultado que ciertamente no suscita entusiasmos. Ya no hay analfabetos, el número de titulados superiores no deja de crecer para acercarse, al menos entre los jóvenes, al cincuenta por ciento de la población y la creación cultural conoce un boom impensable hace sólo unas pocas décadas. El dominio de la esfera cultural es, sin embargo, de la cultura de masas, del deporte, de la televisión, el pop y el cine con sus productos industriales orientados meramente al consumo y al beneficio econó-

mico. Todos sabemos lo que hay: la mayoría de los ciudadanos prefiere ver una telenovela o una película americana de acción a una tragedia clásica, un vídeo de raperos a una ópera, un episodio de Homer a un vídeo de Shirin Neshat. A ello hay que hacer tres observaciones. En primer lugar, que pese a todo el número de ciudadanos que se acercan a las exposiciones, a los museos, a las salas de conciertos, a los teatros, etc., no cesa de crecer. La multiplicación de centros culturales de toda suerte en todo el mundo es constante. Si la Tate Modern en su primer año tuvo cuatro millones de visitantes, ¿no es ese, entonces un centro popular? En segundo lugar, hay que decir que el consumo de los productos de la industria cultural no está reñido con el gusto por la ópera, el arte más reciente o el teatro clásico. Yo mismo podría ponerme como ejemplo de alguien que disfruta tanto con ciertos productos del cine de consumo como con los más sofisticados vídeos de artistas contemporáneos. Y en tercer lugar, hay que tener bien claro que en la república de las artes no podemos descalificar a nadie. No lo hacemos en el mundo de la política: todo el mundo tiene derecho a votar libremente a quien le plazca o a abstenerse. En la república del arte son muchos más los que se abstienen que los que votan y participan, pero los primeros forman también parte de la república por derecho, y todos los votos tienen el mismo valor. Del mismo modo que en el ámbito de la política sabemos que hay votos más fundados en el conocimiento y en la justicia que otros, pero jamás diremos que esos votos valen más que los de alguien que vota porque el candidato es guapo y simpático, tampoco en el mundo del arte entendido como república podemos quebrar el principio democrático de *un hombre un voto*. Eso es lo que significa la democratización del público: la mayoría vota por el arte de masas y los productos de la industria cultural, pero ello no impide el desarrollo del mundo del arte, la aparición de híbridos y el continuo desdibujamiento de fronteras.

La democratización del artista ha sido posibilitada tanto por la multiplicación de las escuelas de bellas artes en el marco de la universalización de la educación, que ha hecho posible la formación de legiones de artistas o aspirantes a artista que ha llevado a un aumento de la densidad de artistas por metro cuadrado jamás visto en toda la historia, como por el cambio de concepto de obra de arte que, en la medida que ha permitido que cualquier cosa pueda ser una obra de arte, también ha permitido que cualquiera sin una formación específica en una escuela o facultad pueda ser un artista. No se necesita dominar ninguna técnica para montar una instalación típica, y se necesita muy poca para pillar una cámara digital y hacer un vídeo de entrevistas a mujeres oprimidas, u organizar una documentación sobre los inmigrantes que llegan en pateras, basta con tener la idea. En la época de las vanguardias, una de las frases más típicas para descalificar a un artista era la célebre "¡pero si esto también lo hace mi hijo!". No conozco a nadie de los que argumentaba de ese modo que se hubiera hecho rico vendiendo los mamarrachos y monigotes pintados por sus hijos. Ningún niño pintaba o pinta como Picasso o Miró. En cambio hoy, si no cualquiera, la mayoría puede decir ante gran parte de las obras de arte contemporáneo "¡pero eso también lo hago yo!" y no sostener ninguna falsedad. Si nos lo proponemos, sin tener formación artística, casi cualquiera puede crear obras de arte de hoy. *Jederman is ein Künstler*.

La democratización de los valores artísticos ha sido posibilitada por todo lo dicho hasta aquí. El arte está en todas partes, el cine, la televisión y las nuevas tecnologías han extendido la así llamada "cultura visual" mucho más allá de sus viejas fronteras en detrimento, hasta cierto punto, de la cultura escrita. Inversores, políticos, ciudadanos en ascenso en la escala social, etc., aprecian el arte por su valor económico, generador de votos o signo de estatus. Puede sostenerse con razón que esos son valores

espúreos, que se adhieren contingentemente a las obras de arte pero que no forman parte de lo que llamamos valores artísticos. Los cuadros de Van Gogh tenían valor artístico aunque no los quería comprar nadie. Sin embargo, en una perspectiva pragmática los valores se entremezclan y cruzan. De hecho, que el arte sea un bien en el que invertir o un medio para conseguir votos o estatus social lo único que hace es extender la presencia del arte en la sociedad, multiplicando las instituciones relacionadas con él -el mundo del arte- y democratizar sus valores al hacerlo accesible a un número creciente de ciudadanos. La muy celebrada y comentada obra teatral de Yasmina Reza, *Arte*, constituye un claro síntoma de esta presencia. Y el hecho de que actualmente toda ciudad mediana también quiera tener su centro de arte contemporáneo, aunque el motivo de fondo sea para atraer turistas, confirma el ascenso del valor del arte contemporáneo. La extensión y multiplicación de las instituciones del mundo del arte tiene, pues, varias raíces: el ascenso del valor de cambio del arte como parte de un mercado cultural en expansión, el ascenso del valor del arte como símbolo de estatus y valor de cambio político, pero también la neutralización estética de la fuerza subversiva del arte, que lo hace aceptable para cualquier poder.

Por otra parte, los valores artísticos propiamente dichos -las cualidades estéticas- se han incorporado a la vida cotidiana a través del diseño y la moda. El gigantesco bazar en el que vivimos pone a nuestra disposición una variedad de objetos, muebles, vestidos y complementos con los que identificarnos, cuyas propiedades tienen que ver con las propiedades del arte. La inventividad, la armonía y la proporción, la subversión, la virtuosidad de la ejecución, la calidad del acabado, la ambigüedad, el humor, la pureza de las formas, etc., son todas pro-

piedades estéticas que en el pasado se atribuían ante todo al arte y a aquellas artesanías cercanas a él, como la joyería o la ebanistería nobles. Las obras de Rothko, Warhol o Hopper se venden hoy masivamente en reproducciones comerciales para que la gente decore sus hogares. Encarnan este tipo de cualidades, aun en una reproducción, que también atribuimos a unas gafas de sol de Armani, a una silla de Stark, a una camiseta de Custó o a un reloj Swatch. En este sentido, ha habido un largo proceso histórico de extensión de nuestra capacidad de apreciación estética del arte al conjunto del mundo de la vida, incluyendo la naturaleza. De algún modo, al menos en la cultura occidental, estamos culminando un largo proceso que se inició con el fin del Imperio Romano y la aparición del cristianismo paulino represor de la sensibilidad. Es el *triumfo de la estética* como Yves Michaud lo califica.<sup>5</sup> Es posible que muchas otras culturas ya han estado en el pasado en este estadio que, para nosotros, es un estadio final tras un largo recorrido. Griegos o japoneses, por ejemplo. Pero lo que convierte en un *novum* la situación actual es precisamente el ser producto de una evolución cultural que ha llevado a la democracia política, la ciencia y la tecnología, la moral humanista, el estado de derecho y el capitalismo. Ese triunfo de la estética es la democratización de la estética. Que ese triunfo vaya asociado exclusivamente al hedonismo, como Michaud piensa en la estela de Daniel Bell, es una reducción de fenómenos muy complejos.

Sin embargo, si aceptamos esta interpretación, si aceptamos que todos somos iguales en la república del arte y el voto o el juicio estético de cada cual vale lo mismo, ¿cómo no evitar el dominio del gusto por los productos comerciales, por el kitsch y lo más banal y consumible? ¿No habíamos aprendido que el voto de la mayoría no coincide necesariamente ni

<sup>5</sup> Yves Michaud, *La crise de l'art contemporain*, París: PUF, 1998; *El juicio estético*, Barcelona: Idea Books, 2002, y *L'art à l'état gazeux. Essay sur le triomphe de l'esthétique*, París: Stock, 2003.

con la verdad ni con la justicia (ni con el juicio estético ponderado)? ¿Cómo evitar la igualación de todos los productos artísticos, desde la publicidad hasta la vanguardia, de lo más elevado con lo más popular? ¿No es aceptar que todo vale y es lo mismo, caer en el más craso relativismo? ¿No veníamos defendiendo la idea de una razón estética, la idea de que, pese a todo, podemos y debemos distinguir?

Lo que hay que comprender es que el mundo del arte de hoy, en el que impera un cierto relativismo, ciertamente, no es, pese a ello, más irracional y relativista que otros mundos como el de la política o la justicia en regímenes democráticos. El mundo del arte vive en términos de un relativismo mucho menos radical de lo que a veces se dice. El mundo del arte contemporáneo es relativista en el sentido de que casi todo vale aunque no todo vale igual. Es cierto que cualquier cosa es una obra de arte y que cualquiera puede hacer sus pinitos como artista, cineasta o escritor, pero, desde luego, no todas las obras de arte, vídeos o novelitas se consideran o juzgan como de igual valor, es decir, todo el mundo discrimina y selecciona entre las obras de arte aquellas que cree mejores por muy distintas razones. Para empezar, observemos que los críticos, los comisarios, los galeristas, el público, los coleccionistas, etc., coinciden bastante en la lista de nombres de quienes son los grandes artistas. Sólo hay que darse una vuelta por cualquier museo de arte contemporáneo del mundo para ver que en él se encuentran los mismos nombres que en cualquier otro museo a diez mil kilómetros de distancia, así en el norte como en el sur, en el este como en el oeste.

Lo que hay que comprender es que, precisamente todas las críticas y denuncias que pueden y deben hacerse al mundo del arte pluralista del presente, no lo invalidan sino todo lo contrario, son

parte básica del mundo del arte mismo, un mundo todavía muy joven que hemos de acostumbrarnos a ver con otros ojos, lejos de aquella mirada convencida de que hay una verdad y un estilo artísticos que marca el camino cierto de la historia del arte. Afortunadamente, esa mirada monista o monoteísta de la línea correcta y las verdades políticas absolutas ya la abandonamos en política; ahora toca deshacernos definitivamente de sus restos en estética. El papel de la crítica de arte es esencial, pero ha cambiado su concepto.<sup>6</sup> *Hay muy distintas formas de la crítica de arte*, en esta época pluralista no se puede seguir pensando en ella desde un modelo unitario. Distintas formas de arte y distintas formas de presentación del arte necesitan distintas formas de crítica. ■

---

6 Desarrollo esta idea en mi libro *Las razones del arte*, Madrid: Machado (2005, en prensa).



