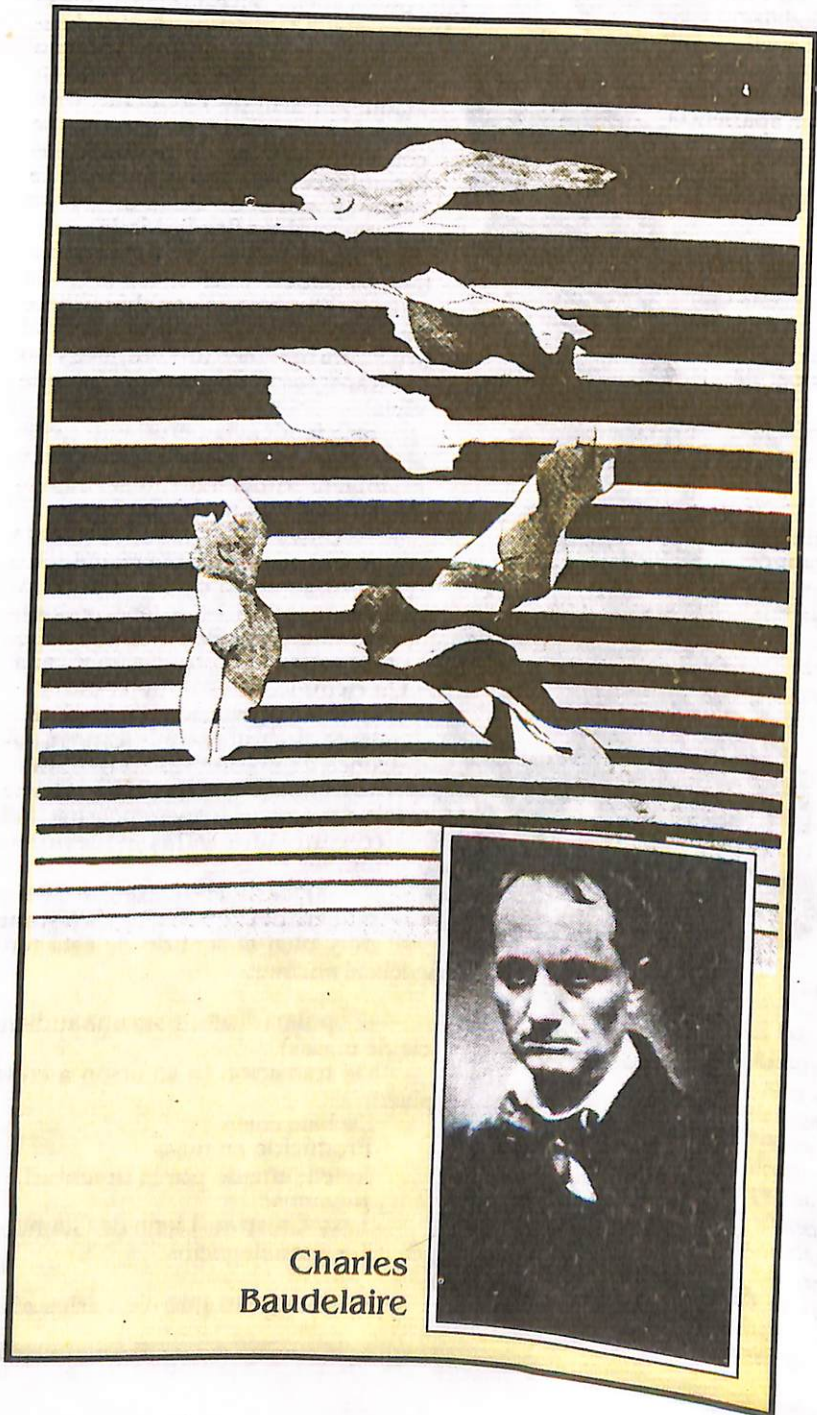
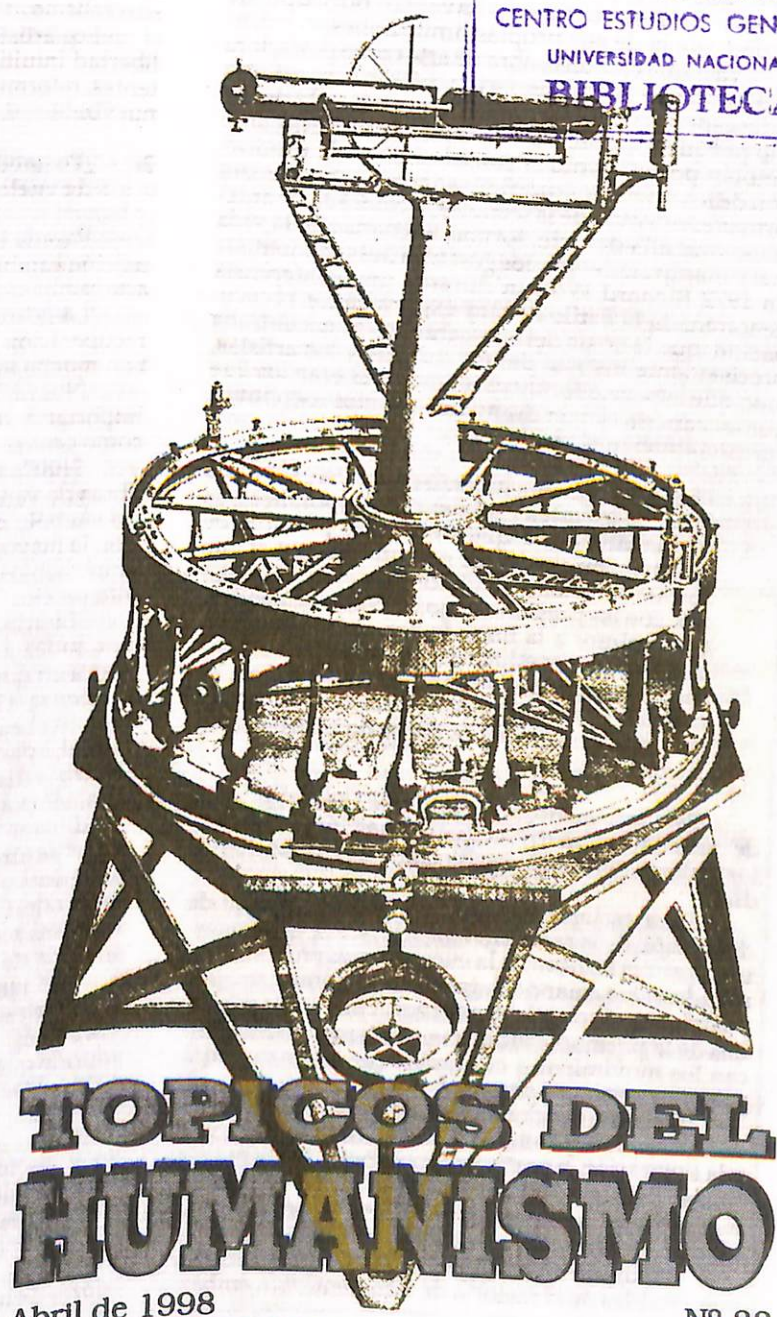


33

CENTRO ESTUDIOS GENERALES
UNIVERSIDAD NACIONAL
BIBLIOTECA



Charles
Baudelaire



TOPICOS DEL HUMANISMO

Abril de 1998

Nº 33

ARTE Y POSMODERNIDAD: ECOS METAFORICOS DE LO IRRACIONAL

Mercedes González

1. ¿Estamos ante la muerte del Arte?

El arte como una manifestación absolutamente humana y por ende cultural, asume el papel que le dicta su tiempo.

La temperatura de la sociedad es posible medirla a través de éste, que con lenguajes explícitos y a veces no tanto, nos acoge, inquieta, violenta y nos escupe en el rostro situaciones ya amables, ya intolerables.

La década de los años sesenta fue un tiempo de evaluación, un tiempo de rompimientos de las reglas sociales.

«Sintonízate, ilumínate... deserta...»

Esta frase del santón de la época, Timothy Leary, entrañaba algo más que un viaje con LSD; significaba prestar atención a la realidad interna de cada cual y a su vez implicaba la deserción del sistema. ¿Acaso proponía una deserción de la modernidad como concepto de progreso y vanguardia?

En el arte de vanguardia, los artistas y críticos comenzaron a cuestionarse si el arte había llegado a su fin por haber alcanzado hasta ese momento fronteras inalcanzables por una parte y por otra, surgían los cuestionamientos en torno a la viabilidad o la caducidad de la modernidad. A partir de este momento, a través de foros y mesas redondas se formulaba «la muerte del arte».

Esta clase de nihilismos no representa para su tiempo nada nuevo, ya en el siglo XIX, Hegel expresaba la decadencia del arte como un síntoma de toda su evolución cultural. Este debate, que surge por el desasosiego y la inquietud del pensamiento romántico, continuará vigente durante casi todo el siglo, con un escatológico Baudelaire quien comunicaba a todos la nueva: «Le monde est fini» o más adelante un Freud que resume en su obra: **El Malestar en la Cultura** el agobiante sentimiento de la vida de tres generaciones.

Fácilmente podríamos formular una lista interminable de filósofos, críticos y artistas que infatigables formulan una y otra vez el deceso del arte.

A mediados de la década de los años setenta se inicia lo que algunos han dado en llamar la **Posmodernidad**. Las fórmulas de la Modernidad, contemplando todos los ámbitos socioculturales, estaban desgastadas, de aquí que el arte de la Modernidad cuyo sello distintivo había sido su vanguardismo, sea el que va a asumir una posición radical al ser incapaz de reestructurar o inventar otro tipo de verdad que la de sus propias limitaciones.

Ya nadie cree en la obra de arte como portadora de un mensaje revolucionario y válido. Los artistas se desesperan y pronto prevén la muerte del arte, no solo porque el público sea incapaz de juzgarlo, sino también porque tanto el consumo como la producción de los artefactos que figuran como artísticos son formas expresivas de la tecnología colocada de antemano más allá del arte, formas alienadas de la vida real y manipuladas por los gerentes de la economía... En 1972 Richard Wollin durante una conferencia denominada **El Estilo de Hoy** expresaba con preocupación, que la crisis del arte actual no se encontraba precisamente inscrita dentro del arte y los artistas, sino que aspectos foráneos al quehacer eran los que comenzaban a ejercer dramáticos efectos coercitivos que debilitaban el arte mismo:

«Tengo el convencimiento de que, si existe una crisis en las artes visuales contemporáneas, es por la dificultad que tienen los pintores de nuestro tiempo de dar con un estilo en el que formarse. Estas dificultades las vuelvo a enlazar, con las presiones bajo las cuales se encuentra el pintor a la hora de dar, en sus cuadros, una visión inmediata e instantánea de sí mismo, presiones que eran en último término, de carácter económico, derivadas de la posición que ocupa el arte en el mercado internacional de hoy...»

Este fenómeno conlleva a una inevitable crisis de creación y a un irremediable cuestionamiento de los valores plásticos establecidos por la Modernidad.

Para esclarecer el porqué de este proceso de disolución de la modernidad en las artes, la respuesta en primera instancia la encontramos en la Modernidad misma, cuando llegamos a cuestionarnos si es posible seguir siendo modernos, cuando las filosofías de la posmodernidad constantemente descalifican los movimientos culturales que prometen utopías y auspician el progreso.

De común conocimiento es que la Modernidad en el arte es un producto de la Revolución Francesa y la Ilustración, a partir de esta época y hasta quizás finales del siglo XIX, será posible hablar de un primer período modernista en el arte, fundado en la idea del progreso, el empirismo y el racionalismo.

Puede afirmarse que el siglo XIX fue uno de los más estables de la historia de Occidente. Sin embar-

go, a la luz de todo este progreso y positivismo, en su interior, y se percibían ideas desestabilizadoras, que preludivan una inminente crisis de valores.

Un segundo tipo de Modernismo se implanta ya para inicios del siglo XIX, y dentro de éste sobresalen cuatro pilares que, con su pensamiento, asumen los vientos de cambio: Marx, Freud, Einstein y Nietzsche. El ideario de estos pensadores contribuyó al malestar y a la crisis que se desencadena durante la época de la preguerra y la posguerra; con esto nos referimos a la Primera Guerra Mundial.

En su conjunto, los postulados de Einstein y Freud reflejaban un mundo inestable, que no era lo que aparentaba en la superficie; todos los conceptos y la vida se relativizaban.

El impulso que lleva al desencadenamiento de la Primera Guerra Mundial, así como al derrumbe de regímenes que colapsan, preludian un mundo nuevo, otorgándole al concepto de Modernidad una clara dimensión política.

Los acontecimientos sociales y políticos van a aparecer reflejados en el arte en los movimientos que son los llamados a convertirse en las Vanguardias del siglo XX, fundamentadas en los cambios tecnológicos, en la ciencia, el conocimiento interior del hombre, en la angustia y la inestabilidad. Ya la realidad es tan solo un efecto secundario que en la mayoría de los casos es anulada en pos de una compulsiva deformación o negación de la misma.

Surgen así los Expresionismos, Cubismos, Futurismos y Abstraccionismos.

Al estallar la Gran Guerra aparecerá en la escena mundial el primer movimiento hijo de su siglo: el Dadaísmo.

En 1916 en la Suiza neutral, un grupo de artistas de las más diversas nacionalidades se reúne para la realización de un café-concert en el cual expondrían sus ideas a través de su poesía, música, teatro, pintura; en síntesis, su arte. El Dadaísmo que toma nombre de algo que no quiere decir nada, proclamaba el arte de lo absurdo, negando todas las tradiciones artísticas de Occidente. Su planteamiento era ante todo una revuelta intelectual contra el mundo burgués. Era la generación de la desesperanza que tan solo deseaba dinamitarlo todo para volver a empezar de nuevo.

Del mismo Dadaísmo surge el Surrealismo en 1924, como el último ismo del siglo XX, porque después de su aparición, en las décadas siguientes no se inventó ningún otro tipo de vanguardia, sino que se continuó trabajando en torno a las fórmulas del expresionismo, la abstracción, el dadaísmo y el surrealismo.

Los artistas se caracterizan por una particular libertad intuitiva, navegando sobre estilos ya existentes, reformulados bajo un lenguaje en apariencia nuevo.

2. ¿Posmodernismo?... Trazando una bitácora de vuelo

Pasada la Segunda Guerra Mundial, la situación cambia cualitativamente y la escena del arte también con ella.

La Europa destruida se prepara para su recuperación y los Estados Unidos se perfilaban mucho más fuertes.

Nueva York era ahora una sede tan importante como lo fue París en su época, como centro artístico.

Nunca se ha vendido más arte. Poseer obras de vanguardia de la Modernidad, es un símbolo de estatus, aunque el comprador, la mayoría de las veces, no comprenda «qué diablos» es lo que ha adquirido a tan alto precio.

El arte que antes era rechazado por audaz e incomprensible para la época en que fue concebido, ahora comienza a comercializarse muy bien en el mercado neoyorquino, el cual, aparte de su cualidad de centro artístico de avanzada también posee la doble función de difusor y distribuidor de obras de arte. Nueva York va a ser el nuevo paraíso al cual todo artista del Centro o de la Periferia desea acceder, para ver colmada su ansia de fama y fortuna.

La tendencia imperante es la del Expresionismo Abstracto o Informalismo, formado por varias vertientes, pero concebido como una especie de híbrido que se apoya en el Surrealismo y el Automatismo. El concepto del cuadro con su bastidor, el de la pintura al óleo y el formato ajustado al marco, comienza a ser desplazado por obras de gran formato y ejecutadas con palos y pinceles, pintura de automóviles, etc. Es la pintura de acción, del gesto, o de los campos sugerentes del color.

Por otra parte, en esta década de los años cincuenta, tiempos austeros y conservadores iniciadores de la Guerra Fría, el mundo de las comunica-

ciones, el de las imágenes (la televisión) y el de los vuelos espaciales, comienzan a cambiar notablemente el orden mundial.

Poco a poco se va gestando el nacimiento de una nueva cultura que en particular habita las grandes urbes y que es la consumidora por excelencia de las manifestaciones populares, no así del arte.

Esta cultura se encuentra representada en las diversas manifestaciones culturales: la televisión, el cine, la radio, los «cómic» que revelan a sus superhéroes, junto con el cine y un nuevo tipo de género musical que podríamos calificar de un híbrido más, y que está destinado a los sectores más jóvenes del medio. Con esto nos referimos al rock 'n roll. Como producto de esta masiva inundación de medios que logran reunir a grandes masas de público, como un relativo excedente monetario, vamos a presenciar el nacimiento de la nueva sociedad de consumo.

Dentro del arte va a suceder el fenómeno que Umberto Eco califica como el de los apocalípticos (grupo de intelectuales y artistas) en contraposición al de los integrados (las masas que no cuestionan ni se preocupan por procesar lo que ese nuevo mundo les ofrece).

A finales de la época de los años cincuenta, comienza a darse una tendencia reaccionaria al Informalismo y que surge de forma paralela, tanto en los Estados Unidos como en Inglaterra y que va a denominarse Pop Art (Popular Art), viniendo a ser la forma en cómo los artistas de la época van a apropiarse de los discursos de los nuevos medios masivos y los de la nueva sociedad consumista, sin que esto signifique que vayan a ser una misma cosa.

El Pop Art rescata por primera vez y de forma decisiva, el objeto de consumo, convirtiéndolo en el protagonista de la imagen plástica, ya sea una botella de Pepsi o la imagen de Marilyn Monroe. Todos los desechos y objetos de esta nueva cultura de masas son elevados a la categoría del arte y son exhibidos en las galerías o en los museos junto al arte, considerado por tradición, de elites.

El artista se apropia de los íconos de las masas, para convertirlos no en una crítica a la sociedad consumista, sino en un objeto de consumo más para las grandes elites de diletantes del arte.

Es la primera vez en que el público espectador es ubicado ante el valor de algunos objetos creados por la industria y de uso común.

Este acontecimiento no representa ninguna novedad. Ya a principios del siglo XX, el Dadaísmo intentó romper las mismas barreras y no falta quien afirme, en esta época, que el Pop es decididamente un Neodadaísmo.

El Dadaísmo fue un fenómeno nihilista que deseaba borrar, con su ataque, al arte de Occidente y su sociedad burguesa; su protesta se concentraba en desvirtuar todas las fórmulas con que se concebía el Arte con mayúscula, de ahí el origen de sus memorables Ready Made.

Por contraste, el Pop Art no intentaba subvertir el sistema. Toda sátira política y social, estaba ausente de éste. Sus imágenes eran frías y el artista era más bien un cómplice y no un transgresor del sistema en que vivía.

Esta tendencia parecía acogerse al materialismo, al vacío espiritual y al ambiente ridículamente sexualizado de la cultura norteamericana.

Al converger en los años sesenta el aumento en el cambio tecnológico y la proliferación de las comunicaciones de masas, estos fenómenos le transmitieron al Pop Art una experiencia netamente norteamericana. Un ejemplo de esto fue la crisis de identidad, provocada por el sometimiento de los norteamericanos a patrones de colectivización voluntaria, viéndose éstos inclinados hacia una irracional irreverencia hacia el consumismo y las posesiones inútiles.

Richard Hamilton, artista y pionero del Pop Art inglés resume muy bien el sentido de esta tendencia al afirmar:

«Popular (diseño para una audiencia de masas).
De transición (o solución a corto plazo)

De bajo costo
Producido en masa
Joven (amado por la Juventud)
Ingenioso
Sexy-Chistoso-Lleno de Glamour
Un gran negocio».

Si damos un giro de varios años



hacia el futuro esta sentencia no me parece tan ajena hoy en día, treinta y tantos años después y quizás no sea tan temerario poder vislumbrar en el Pop Art y el Pop (el arte de las masas) el antecedente directo de algunos conceptos y manifestaciones que prevalecen hoy en día en que el arte resulta ser «un buen negocio».

Dentro y después del Pop Art todo está permitido. Un semillero de nuevos ismos, que tan solo tiene nuevo el nombre, comienzan a inundar el mercado del arte: hiperrealismo, nuevo realismo, abstracción pospictórica, op art, minimalismo y una de las tendencias más importantes, la del arte conceptual, que rescata en su seno un poco de los Happennings de los años sesenta que a su vez también eran una resemantización del café-concert dadaísta. Bajo la denominación de arte conceptual se encerrarán todo tipo de manifestaciones, su vasto radio de acción hace difícil un solo tipo de definición para él mismo. Su principal característica en su desvinculación del objeto, al presentarse éste sin ningún tipo de manipulación para embellecerlo o en su defecto afearlo. Está dirigido preferentemente al proyecto o ideación de un motivo, es un ejercicio o acto intelectual que intenta desacralizar al objeto.

Todas estas tendencias no eran más que un intento y a su vez un ejercicio para rehuir o escapar del Modernismo ortodoxo.

Un aspecto en particular era la queja de las mujeres artistas, quienes clamaban por un sitio en el mundo del arte, representado preferentemente por hombres. A su vez, el arte también era blanco, notándose con ello el predominio del Centro por encima de la Periferia, como subcultura inferior.

Durante la década de los años setenta, luego de concluida la Guerra de Vietnam, la comunidad internacional se ve en oposición a la prosperidad económica de los sesenta. Es el inicio de una grave crisis causada por el alza del petróleo y el de una crisis social.

El general desencanto con la cultura patriarcal tradicional, viene acompañado por la percepción de que las revoluciones culturales de los años sesenta ya no es posible sostenerlas.

El arte contemporáneo y la forma cómo lo percibimos, va a cambiar cualitativamente desde los inicios de esta década. Algunos de estos cambios ya eran latentes en la década de los sesenta, pero aún no se habían tornado lo suficientemente visibles.

El estado de ánimo en la comunidad artística occidental hacia finales de los setenta puede ser descrito como confuso.

Durante este período, la pintura al óleo o acrílica es dejada de lado, al considerarse que estaba superada, y el género que más va a sobresalir es el del Arte conceptual en todas sus manifestaciones: arte ecológico, arte del lenguaje, arte del cuerpo, performing art, etc., junto a la prevalecencia del minimalismo en la escultura y la música.

Sobresale ante todo el esfuerzo de las feministas por establecer un arte femenino por su derecho propio y libre de la catalogación de arte subterráneo o contracultural. Estos intentos se constituyen en una primera fase del deseo y del compromiso filosófico de las mujeres, en torno al cuestionamiento de cómo el feminismo puede expresarse en el arte y cómo una mujer puede utilizar su cuerpo o su imagen para explorar su identidad.

Hacia 1976 para críticos, artistas y filósofos, la Modernidad era algo superado del nuevo período. Impelidos por esa necesidad tan humana de buscarle designaciones o etiquetas a las épocas, muchos la van a llamar Posmodernidad, término acuñado por primera vez en el campo de la arquitectura, convirtiéndose ésta en el paradigma visual de lo posmoderno con sus columnas dóricas o corintias y frontispicios triangulares, siendo en este caso la captación de todos los estilos históricos lo que iba a contribuir expresamente al propósito de un artista que ya no cree en los valores del progreso y que se asoma al pasado vestido de eclecticismos para buscar la respuesta a su propuesta creativa.

El artista posmoderno no propone ni un método, ni formula ninguna nueva teoría del conocimiento. No está interesado ni en la innovación, ni en el lenguaje, ni en su mensaje.

«La posmodernidad contaba en su génesis con dos caminos:

1. Desarrollar una estética de la nada (que habría sido inevitablemente tan racional, crítica y novedosa como la vanguardia moderna).
2. ...o recuperar diversos discursos históricos pasados. Por la ley de menor resistencia eligió lo último».

Este concepto de representación histórica fragmentada rechaza toda idea de creación o innovación.

El artista que se define como posmoderno se acoge al gesto excéntrico, al pastiche histórico y a un rechazo del arte de las clases cultas. Imita solo la apariencia de los diálogos al desprender de ellos su contenido ideológico, filosófico y social.

Una proliferación de «neos» invade la escena

artística: Neoexpresionismo, Negeo, Neorrealismo, Neodadaísmo, etc.

Durante la década de los años ochenta, momento en el cual la posmodernidad se encuentra en su punto máximo, la absoluta desacralización del arte podría incluso no sorprender ni tener importancia efectiva, en una época en la que muchos de sus valores se fueron perdiendo. Con esto nos referimos a la asunción del arte a un fin que no estaba destinado: el de un fácil erotismo, lo cual nada tiene que ver con un refinado sadismo o un refinado erotismo.

El arte es manipulado, desfasado a través de una apropiación arbitraria, tornándose su código interno totalmente nulo. Es un mundo en que privan las superficies por sobre las profundidades.

En esta década comienzan a perder importancia los museos, los críticos, las bienales, etc., como una manifestación de las innovaciones artísticas. Se siguen los cánones establecidos por las galerías líderes de Estados Unidos, Alemania, Japón y Francia, unidas por una red comercial, apareciendo un fenómeno de internacionalización del mercado artístico, cada vez más vinculado a la transnacionalización y la concentración general del capital...

El discurso estético, deja así de ser la representación del proceso creador, para transformarse en un complemento, destinado a garantizar la verosimilitud de las experiencias artísticas, entre las políticas de consumo.

Por otra parte, apreciaremos en las diversas disciplinas del renacer artístico, una dramática disminución de la creatividad. El cine, la pintura, el teatro, etc., son cada vez más collages de obras pasadas; esto evidencia la crisis del impulso innovador de la modernidad, y quizás pensando un poco más allá de responsabilizar este fenómeno a la posmodernidad, tal vez podríamos pensar, siendo muy optimistas, que es una mejor forma de proyectar el concepto de «innovación». Tras este período se enmascara una tendencia de la cultura de masas, que trata de sustituir la obra de arte por anécdotas, induciendo al espectador a un goce, ya no basado en la conceptualización de los textos visuales o escritos, sino un placer concentrado en el consumo de la imagen pública.

Con esto, el arte se ve sometido a los juegos del comercio, la publicidad y el turismo, sectores que utilizan recursos de legitimación simbólica de las técnicas del mercado y la publicidad masiva.

En síntesis, durante la década de los ochenta, el favor de los halagos del mercado, llevó a la posmodernidad estética a traducirse en la más efímera de las imágenes: la moda.

3. ¿Y después de la Posmodernidad?

El proceso de globalización ha venido a trazar una polémica entre lo que denominaríamos universal y, por otra parte, lo que se denominaría autóctono o nacional. El artista y las culturas frente a las dictaduras del mercado, tiran una última carta, en un intento de defender su identidad.

Comenzamos a percatarnos del surgimiento de sociedades multiculturales, que en el arte, comienzan a hablar, en las contiendas posmodernas de una especie de posvanguardia. Como una estrategia de sobrevivencia en medio de la creciente homogeneización de la cultura.

Como lo expone Brandon Taylor, esta nueva tendencia puede llevar el nombre de una «narración de la identidad», que explora las posibilidades del cuerpo a través de un nuevo tipo de figuración, y que consiste en una interpretación contrastante del cuerpo humano como construcción cultural de la identidad.

Esta búsqueda de la identidad a través del cuerpo se encuentra presente en el nuevo renacimiento de un arte femenino, al cual se le puede agregar una nueva vertiente: el arte lesbiano. También surge el arte gay, como una evidencia de la naciente emancipación de la conciencia del homosexual y viene motivado por la aparición oficial del Sida en 1982, con la consecuente y progresiva desaparición de toda una pléyade de artistas homosexuales. Esta tendencia parece ser poseedora de una encubierta lamentación, con una oscura pesadumbre.

Tal es el caso del arte del fallecido David Wojnarowics (1954-1992) y de su pareja el pintor y cineasta británico Derek Jarman (1941-1994):

«En ocasiones llego a detestar a la gente porque ésta no puede ver donde estoy. Estoy vacío, completamente vacío y todo lo que ellos ven es mi forma externa, mis brazos y piernas, mi

rostro, mi estatura y postura, los sonidos que vienen de mi garganta... Pero estoy malditamente vacío. La persona que era hace un año, ya no existe más, hilando flota lentamente dentro del éter...»

David Wojnarowics (1992)



La tendencia al pesimismo y a una moral agresiva plasmada en obras de pretendido didacticismo como la obra de Andrés Serrano: *Piss Christ*, demuestra este nuevo moralismo que tan solo ofrece un degenerado o desmejorado callejón sin salida. Esta obra traspasa las fronteras de lo que parece definirse como arte hoy en día.

El boom del arte latinoamericano en centros norteamericanos y europeos, la búsqueda de nuevos lenguajes que vengán a sustraerse del colapso del discurso de Occidente, demuestran una situación crítica y transcendente a la vez; sin embargo, no debemos dejarnos

llevar por un optimismo gratuito, ante lo que podría considerarse como una positiva apertura a las regiones marginales. El mercado del arte, cuya injerencia no ha disminuido desde los años ochenta, sino ha aumentado sustancialmente, puede mostrarse muy anuente a la búsqueda de nuevas fuentes o productos, que ofrecen a sus clientes, en oposición a la optimista creencia de una válida legitimación de los sectores marginales del globo terráqueo.

Hoy en día, somos testigos de una nueva geografía de la historia del arte, que se encuentra aún dando sus primeros balbuceos. Nunca antes hemos tenido tan a la mano, manifestaciones artísticas peyorativamente consideradas como «exóticas» en el pasado.

Accedemos al arte de creadores latinoamericanos, indios, africanos o chinos, con una facilidad tan pasmosa, como cuando desean comer un aperitivo, simultáneamente, un ciudadano de Rusia y uno de Tailandia, ingresan al mismo

McDonald's, solo que ubicado uno en Moscú y el otro en Bangkok.

Este ejemplo, tan prosaico en el campo del arte, nos explica lo difícil que resulta hoy en día, sustraerse o resistirse al modelo cultural occidental, el cual tan solo recurre a la cultura del «tercer mundo» en condiciones de reserva natural.

Entre teóricos y artistas, se suscitan diversos enfrentamientos que no hacen más que evidenciar el malestar y el caos general provocado por «el nuevo orden mundial».

Se hacen urgentes planteamientos que aborden los contextos en sus generalidades. Para nadie es un secreto el que la nueva civilización global es un proyecto occidental de modernización tecnológica del mundo, que se ha convertido en una amenaza para la diversidad cultural y que intenta aplicar a través de esta alarmante homogeneización, los mismos arrebatos mesiánicos de los españoles al desear implantar en el Nuevo Mundo una forzada cristianización.

Hoy en día sumergidos en el nihilismo y la dualidad en torno a la identidad y los fundamentalismos enfrentados a la globalización y a los universalismos, parece ser más acertado hablar de Modernidad global, en la cual al igual que las comunidades, el hombre y su subproducto: el arte, están sufriendo tremendos conflictos. Para los progenitores de la criatura, todos estos problemas no son más que la crisis provocada por un incómodo proceso de adaptación. Al buen entendedor... pocas palabras.

BIBLIOGRAFÍA

- Britto, G. *El Imperio Contracultural: del Rock a la Posmodernidad*, Venezuela, Edit. Nueva Sociedad, 1991.
- Eco, Umberto, *La Definición de Arte*, Barcelona, Ediciones Roca, 1968.
- Eco, Umberto, *Apocalípticos e Integrados*, Barcelona, Edit. Lumej, 1985.
- Fromaggio, Dino, *La Muerte del Arte y la Estética*, México, Edit. Grijalbo, 1983.
- Hauser, Arnold, *Sociología del Arte*, Tomo 5, Barcelona, Edit. Labor, 1983.
- Lucie-Smith, Edward, *Movements in Art since 1945: Issues and Concepts*, New York, Thames and Hudson, 1995.
- Nietzsche, Friedrich, *En Torno a la Voluntad del Poder*, Barcelona, Ediciones Península, 1973.
- Salvat, Manuel et al., *Los Movimientos Pop*, Barcelona, Ediciones Salvat, 1974.
- Smith, Bernhard et al., *Interpretación y Análisis del Arte Actual*, Pamplona, EUNSA Edic., 1977.
- Taylor, Brandon, *Avant-Garde and after: Rethinking Art Now*, New York, Harry Abrams, INC, 1995.

REVISTAS

- Lütgens, Annelie, «El Síndrome de Marco Polo», En: *Humboldt*, Año 37/1995/ Número 116, p. 24.

PERIODISMO, MEDIOS DE COMUNICACION Y DERECHO A LA INFORMACION

(Una lectura de la «societas perfecta»)

Adriano Corrales Arias

ALQUIMIA DEL MERCADO

Alguien me contó alguna vez que un periodista amigo suyo le pedía, a él y a otros conocidos, ayuda para redactar los artículos más peliagudos sobre la situación política interna, de tal manera que pudiese «pasarlos» por la Jefatura de Redacción. Claro que la ayuda no era para mejorar los trabajos estilísticamente, sino para amoldarlos de acuerdo con los intereses y pedidos de la Jefatura y la Dirección. La anécdota me transportó a la casi análoga situación de algunos artistas que pintan cuadros «comerciales» y los firman con otro nombre para no «darse el color» y así poder financiar su «obra seria». A lo mejor ambos ejemplos no son congruentes, pero los traigo a colación por el modo tan gráfico en que se manifiesta un sistema que permuta tan brutalmente las relaciones entre comunicador y público receptor.

«La libertad es una institución que se llama mercado» dice Franz Hinkelammert, pensador alemán dichosamente asentado en nuestro país, en su profundo y esclarecedor texto *La fe de Abraham y el Edipo Occidental* (DEL, 1981). Dicho autor, con una lucidez monstruosa desmonta, paso a paso, la «societas perfecta» que constituye la institución mercado en una democracia perfectamente antidemocrática. Esa institución ve en el Estado su lado perverso y por lo tanto trata de desmantelarlo, suplantándolo por la «libre competencia», porque el mercado produce libertad y el Estado esclavitud. Esa suerte de mistificación maniquea es la que conlleva a la privatización de las instituciones públicas, aunque detrás de esa privatización se consolide otro estado -las fuerzas represivas- que garantizará justamente la privatización de las instituciones del primero. En esa alquimia de corte posmoderno y neoliberal el milagro consiste en crear un Estado que garantice la inexistencia del Estado.

Por eso para entender la relación entre los medios de comunicación (y de entretenimiento en general), la práctica del periodismo y el derecho a la información, es necesaria una visión integradora que coloque el problema dentro de un sistema de producción que en su misma raíz, en su acumulación originaria, niega la posibilidad del pluralismo ideológico que permita el libre intercambio de ideas, símbolos y significados, amén de crear medios que difuminan cada vez más la distancia entre ficción y realidad, la realidad virtual que llaman: «El mundo real se parece muy poco a las maravillosas fantasías que están hoy de moda y según las cuales la historia converge en un ideal de democracia liberal que es la plasmación definitiva de la Libertad». (Chomsky, 1996, pp. 25-26). Me refiero, por supuesto, al voraz y excluyente Mercado, erigido hoy en el árbitro de toda relación social y cultural, cual dios omnipotente en el centro y la periferia de sus dogmas y propiedades.

¿QUIEN CONTROLA A LOS MEDIOS?

En «esa mística fatal de sus mecanismos sociales dominantes» (Op. cit.), el mercado se erige en amo y señor utilizando concienzudamente a los medios de comunicación («controladores culturales» los llama Noan Chomsky) para controlar el Estado, y de paso a la sociedad civil: «He aquí la esencia de la "democracia" en su sentido orwelliano: hay que distraer y dispersar al público, mantenerlo en la ignorancia, para que no plantee problemas a los gobernantes». (Ibidem). Los medios de comunicación se presentan como el Cuarto Poder, al lado de los poderes clásicos (Ejecutivo, Legislativo, Judicial), los cuales, mal que bien, están «controlados» por los mecanismos «democráticos» de la sociedad. En cambio el cuarto poder no admite ningún control, pero sí controla. En otras palabras «aquellos que controlan a los medios, controlan al Estado». (Op. cit.). La pregunta que se hace el autor mencionado y que es obligatoria en el caso que nos ocupa, es la siguiente: «¿Quién controla a los controladores de los medios?»

Siguiendo el hilo conductor de la aguda reflexión que hace Hinkelammert, la siguiente pregunta que nos lanza es: «¿Quién financia,

compra o subsidia a los medios?» De todos es sabido que la publicidad es el soporte de cualquier medio informativo. Esa publicidad ingresa en forma de subsidio, toda vez que los medios deben garantizar un espacio para la promoción de textos e imágenes destinados a crear necesidades en el público. Por eso deben atraer el mayor número de consumidores. Así tenemos que los medios dependen completamente del mundo de los negocios, en tanto dependen de la dinámica de éste para reproducirse o subsistir, pues los negocios pueden cambiar de un medio a otro. Entonces la mal llamada «libertad de prensa» no es más que la libertad de los anunciantes, es decir, de la empresa privada, para sostener, limitar o eliminar un medio de comunicación.

Y no debemos olvidar que los mismos medios son la empresa privada, que ellos mismos son mercancía publicitaria, y que sus accionistas, que a veces son los mismos anunciantes, también tienen derecho de controlar o vetar lo que determinado medio publique o informe, o lo que sus empleados -periodistas, directores, comentaristas, redactores, etc.- digan o hagan. Es lo que sucedió con los sonados casos de despido de la Directora de Telenoticias Canal 7 (Pilar Cisneros) y del Director del periódico *La República* (Humberto Arce), removidos de sus cargos en una coyuntura político-electoral coincidentemente ambigua y oscura. O más recientemente con el velado pedido de un prominente político al grupo de accionistas más importante del diario *La República*, para que destituya a su Director (Julio Suñol), por haber permitido la publicación de un reportaje de un periodista mexicano sobre los vínculos de políticos costarricenses pertenecientes al partido del «denunciante» con personalidades de aquel país, involucrados en el narcotráfico y la corrupción política. Es decir, se aumenta la «libertad de prensa», o sea, la libertad de los negocios, pero se restringe la libertad de opinión.

«LA VERDAD OS HARA LIBRES»

Si analizamos la actualidad de una frase como «la verdad os hará libres» a la luz de la subversión de valores, contenidos y significados que propicia el mercado, y continuando con el espléndido pensamiento de Hinkelammert, debemos afirmar que la verdad entonces la posee la empresa privada, que es la que produce libertad. Debido a que el control de los medios de comunicación -de la empresa privada- está en manos de una minoría que se invisibiliza en el complejo mundo de los negocios, esa minoría se erige en dueña de la libertad y consecuentemente de la verdad. La verdad los hace libres, es decir, los beatifica con la impunidad.

No es nada extraño entonces que la Educación y la Cultura, sobre todo la Universidad -que supuestamente forma a los comunicadores-, también estén en la mira del mundo de los negocios. Ya no solo se subsidiarán nuevos centros educativos y nuevas universidades para competir con las públicas, sino que se intentará construir el Caballo de Troya que tarde o temprano tomará por asalto a los Ministerios de Educación y Cultura y a las propias universidades estatales. De esa manera el conocimiento y la información serán más libres y democráticos al ser controlados por las estructuras que poseen la verdad y producen la libertad. En ese marco tan democratizador y libertario la disidencia no tendrá cabida, a no ser la disidencia libre de los medios libres que posean y promocionen la sacrosanta verdad. La exclusión será necesaria para salvaguardar la verdad que nos hará libres a todos sin chistar. Los que no estemos de acuerdo con esa verdad, podremos crear un medio alternativo como una revista cultural subvencionada por un grupo de amigos o por la desinteresada cooperación internacional, para ser distribuida en asociaciones y organizaciones comunales, y pensar que hacemos periodismo independiente, cultura alternativa, o contracultura. Pero para el sistema siempre seremos los excluidos, aquellos ignorantes que libremente escogimos no ser libres.

LA AUTOCENSURA COMO LIBERTAD TOTAL

El comunicador o los comunicadores, que aspiren a la verdadera libertad -el derecho y la posibilidad de todos de poder vivir dignamente- tendrán que autoexcluirse y dejar de ser libres, es decir, callarse estoicamente y sentirse derrotados, o mentir con la verdad que los hace libres para poder subsistir en esas estructuras de la mercadotecnia y el poder invisible. El oficio obligará a la autocensura, a ser «trabajador libre» que se alquila obligado por la necesidad, para poder vender su trabajo a los controladores del poder. Esta posibilidad no está tan lejos: en una sociedad tan condicionada ideológicamente como la nuestra, la autocensura es una práctica constante, tanto en los medios de comunicación como en la Academia y el Magisterio Nacional, para no hablar de otros ámbitos públicos y privados.

A lo que podemos aspirar ante ese totalitarismo democrático, o ante esa Democracia Total, será a una resistencia local, en términos de «decir lo que se cree que no debe decirse», tal y como lo plantea Jacques Derrida (*Semanario Universidad*, Suplemento FORJA, abril de 1997), a riesgo de ser estigmatizados o eliminados del circuito de la producción, distribución y consumo de la información. Para ello habrá que pensar en redes locales y regionales de información que funcionen a contrapelo del mundo de los negocios, y que procuren la autogestión y la solidaridad comunal para generar los subsidios que les permitan subsistir. Se trata de la recuperación de los espacios de encuentro comunal tales como las calles, los parques, las plazas, los centros de trabajo y de estudio, etc. De lo contrario seremos arrasados por el Mercado Global que homogeneiza gustos, preferencias, actitudes y conciencias.

COLOFON

Regreso al principio: si para que el controlador que impone la verdad que nos hace libres en un medio de comunicación deje «pasar» una nota, el escritor debe acudir a otros escritores, la censura entonces ha sido internalizada por los mismos comunicadores. O la estulticia, el autoengaño y la mediocridad se han acomodado en las Escuelas de Periodismo y en el mismo Colegio de Periodistas. Porque el mismo Colegio, institución «democráticamente constituida», se ha convertido en la caja de resonancia de esa censura velada y de control de los medios, como una extensión virtual del sistema de mercado. Lo anterior se corrobora con las quejas y lamentos de ciertos periodistas, columnistas y directores de medios informativos, quienes invocan y convocan a los Colegios Profesionales y otras hierbas no tan aromáticas -la ley 4420 «de muy precaria salud»- para la salvaguarda del respeto a la labor periodística y el derecho de todos a la información. Hay quienes incluso insinúan que el Colegio y la práctica del periodismo han sido infiltrados por el narcotráfico. Y algunos se resignan y se refugian en sus refrigeradas oficinas aduciendo que esa es una «Batalla Perdida».

Para que la Gerencia de la Posmodernidad, esa que controla con su verdad y produce libertad, tolere a los disidentes en la Cruzada Global por la Democracia, hace falta algo más que democratizar los medios de comunicación, medios que ya de por sí han sido «democratizados», pues solamente pueden pronunciar «opiniones libres» en palabras e imágenes «democráticamente libres». Para ello se impone reestructurar las relaciones entre Sociedad Civil y Estado, entre Planificación y Mercado, recuperando aquellos espacios de encuentro y confrontación en una nueva relación complementaria y armónica que restituya el diálogo y abra nuevos espacios para la participación colectiva y la dignidad personal.

San Carlos, noviembre de 1996
Junio de 1997

TOPICOS DEL HUMANISMO

Universidad Nacional
Centro de Estudios Generales
Apartado 86-3000
Costa Rica, América Latina
Teléfono 277-3307

MIEMBROS DE LA COMISION EDITORIAL:

Lic. Gerardo César Hurtado Ortiz,
coordinador

Dra. Zaida Fonseca Herrera

M.A. Ana Cecilia Sánchez Molina

Prof. Alfonso Chase Brenes

MECANOGRAFIA:

Sra. Olga Martha Rojas Bolaños



UNA  25
REALIDAD DE EXCELENCIA

Impreso en
el Programa de Publicaciones e
Impresiones de la
Universidad Nacional

PRESENTACION

CENTRO ESTUDIOS GENERALES
UNIVERSIDAD NACIONAL
BIBLIOTECA

Cabe en la expresión de lo estético esperar que el mundo se desborde en el entusiasmo: el arte es buscado por personas que comprenden más el mundo de los valores en juego. El arte no es compromiso, sino sus corrientes y el favor del público son una novedad en las grandes urbes, más si estas formas revisten el sentido de una lógica acuciante en las necesidades de lo que nos transmite ese arte. En esta ocasión nos sumergimos en las formas en que el ensayo indaga en las formas ocultas de esas representaciones artísticas, y que ahora todo espectador estará -con el milenio cercano- obligado a pensar en la construcción positiva del arte y su impacto en este siglo que se va, por la asunción de que el arte es mercado y no solo producto de seres aislados y románticos detenidos en el azar del tiempo. En este sentido lo que es posmoderno nos delimita en la comprensión del hecho social y la acción individual. ¿Permanecerá lo posmoderno? A veces solo queda el compromiso solidario de las artes como instancia en donde el arte se afina con su entorno, permanece con sus avatares y desaparece cuando es efímero.

Bueno, el lector hallará una inquietante vena en la indagación sobre los medios masivos de comunicación y el trasfondo que generan estos medios: la libertad de expresión y el papel señero que esta libertad permite ahondar en los requisitos morales del hombre libre hoy. Apunta el autor a mostrar esos vínculos morales con los lazos de la mercadotecnia en la posmodernidad.

Gerardo César Hurtado O.
Editor