

Sobre la responsabilidad cívica de las Artes: II Encuentro Mundial de las Artes.

Celebrado en Valencia en octubre del año 2002.

Arte y comunicación de masas.

Al principio de *El Porvenir de una Ilusión* (1927) Sigmund Freud se ocupa de reflexionar sobre el desmantelamiento de las instituciones culturales de la civilización occidental y propone como circunstancias claves de este proceso “la falta de amor al trabajo” y “la ineficacia de los argumentos contra las pasiones” (menciona la pereza, la ignorancia y el desenfreno). Freud señala que, a diferencia de otras producciones de la civilización como la moral (asimilación de los preceptos culturales extraídos de los ideales) o las ideologías colectivas que procuran satisfacciones de corte imaginario-narcisista (el nacionalismo, el racismo, las relaciones sado-masoquistas entre clases sociales), la producción artística se nos presenta como una producción eminentemente civilizatoria. Podemos compartir con el padre del psicoanálisis que las producciones artísticas son el contenido esencial de la cultura ya que, al permitirnos experimentar colectivamente sensaciones elevadas e intensificar así los sentimientos de identificación simbólica entre los individuos, son lo único que nos reconcilia con las restricciones que nos impone la civilización, tanto respecto a los otros individuos (siempre Otros) como respecto a las instituciones que sostienen dicha civilización.

En estos tiempos, cuando el sistema democrático occidental ha dado paso a una política capitalista multinacional dirigida por unos que, independientemente de educación, partido y/o fortuna, bombardean ‘la cuna de nuestra civilización’, levantan la veda para el asesinato, el saqueo o el pillaje, dan paso a la intolerancia y al ejercicio de la fuerza bruta en detrimento de las libertades civiles y del respeto a los derechos/deberes humanos así como fomentan activamente las desigualdades económicas y educativas a nivel local y global, la responsabilidad cívica que creemos asume como propia el ciudadano o ciudadana que denominamos artista –‘crear obras de arte’: obras originales, con calidad técnico-formal, que logren conmover a otros de forma duradera– se nos revela como especialmente esencial. Por lo que cabría replantearse “la necesidad de una intervención activa de las comunidades culturales en la esfera de las comunicaciones de masa” de la que ya nos hablara Umberto Eco en *Apocalípticos e Integrados* (1964).

La posibilidad de una intervención artística-cultural en los medios de comunicación de masas (medios tecnológicos-industriales que permiten la difusión masiva de un producto cultural en diferentes lugares simultáneamente), sin embargo, requiere que reconsideremos la concepción elitista del arte cinematográfico, todavía ampliamente abrazada. Pues si bien en la actualidad el cine cuenta con una tradición artística reconocida, sobre todo gracias al concepto de “cine autor” propuesto por *La Nouvelle Vague*, no por ello dejamos de encontrar la máxima resistencia a aceptar la dimensión artística del cine. Esta resistencia encuentra su máxima expresión en el ámbito discursivo institucional, en el que se abraza de forma acrítica determinada concepción sociológica del cine. En este ámbito se distingue entre (1) el arte cinematográfico, que abarca: (a) “los clásicos” (últimamente valorados como patrimonio de la herencia cultural norteamericana y no nuestra, a pesar de que, como también se defiende, estemos “culturalmente colonizados”) y (b) el “cine de autor” (sea vanguardista o no); y (2) las películas concebidas para el consumo: “éxitos comerciales” que “reflejan” algunos de los conflictos sociales contemporáneos o “expresan” la psicología colectiva de los consumidores o una sensibilidad común/globalizada. Esta distinción, que se quiere despolitizada (que se quiere de “sentido común”), no sólo obvia el hecho de que la noción de “cine de autor”, que en su día revolucionó la concepción/producción del cine a nivel internacional, ha sido recuperada como estrategia multinacional de *marketing*, sino que además pretende justificar como legítimos una serie de beneficios políticos irracionales que se derivan de dicha concepción:

(1) excluir la posibilidad de interpretación de una obra fílmica que esté dirigida al consumo

multinacional: la película diseñada comercialmente, al estar destinada al mayor número de personas posibles, carece por definición de características formales de calidad artística y, por tanto, su decodificación sólo puede ser unívoca con respecto al referente.

(2) descartar el análisis teórico-político del sistema simbólico que construyen las obras de consumo masivo: ya que el sistema simbólico trazado por estas es producto y expresión incondicional del sistema de producción capitalista y de los valores ideológicos por este generados.

(3) descartar el análisis teórico-político de los lazos sociales que las obras de masas desencadenan en la realidad: ya que la obra de masas en teoría refleja la realidad o estimula comportamientos imitativos pero no interviene ni, por supuesto, transforma la percepción/concepción que de ella tienen los individuos.

(4) permitir la (re)construcción de un discurso ideológico homogeneizante e igualitarista, en mi opinión, siniestro: el espectador de cine comercial (gran parte de la población mundial) es, por definición, “un consumidor de evasiones” que carece de criterios para apreciar la existencia o deficiencia de calidad artística en la obra, que es incapaz de originalidad de respuesta (porque no es un ser libre sino socialmente determinado) y, sobre todo, que carece de sensibilidad para conmoverse con la obra de una forma elevada o duradera (el consumidor de los medios de comunicación de masas es intrínsecamente hostil a las experiencias artísticas-culturales).

Para contra-resistir esta resistencia institucionalizada a la dimensión artística-cultural del cine distribuido multinacionalmente, propondría que cualquier película que, como por ejemplo *Pretty Woman* (1990), (1) sea original en relación al sistema de códigos y convenciones del género(s) cinematográfico(s) en el que el film se inscribe, (2) ponga en escena un tejido semántico complejo que cobra sentido a partir de una estructura formal unitaria, (3) cuente con un gran éxito entre el público (nota 1) y (4) genere análisis textuales y/o de recepción que se ocupen de su valoración en términos culturales, puede considerarse una obra del arte cinematográfico.

Si por los motivos ya expuestos, nos encontramos ante la necesidad de recrear una contra-resistencia conceptual y política con respecto a la dimensión artístico-cultural del cine como medio de masas, ¿qué podemos decir de otros medios de comunicación de masas como la televisión o la www.? A mi juicio, lo más urgente por hacer en el medio televisivo sería tanto crear un plan estratégico artístico-cultural para sortear la práctica incívica de la censura/manipulación institucional (2) como contradecir los postulados de la ecuación ideológica: televisión = basura, a través de una apropiación artística-cultural del medio (3). Con respecto a un medio de comunicación de masas más reciente como la www, que los ideólogos de las democracias del capitalismo “avanzado” bien pensante se esfuerzan en asociar a la pornografía (como algo inmoral), a la piratería, al terrorismo y a enfermedades, tan graves, como el sida (4), podemos decir que no sólo aporta actualmente una desarrollada política de resistencia al capitalismo multinacional (a la propiedad, al intercambio económico y al control empresarial/gubernamental) a través de una praxis de “libre acceso” (por ejemplo, el modelo cooperativo y comunitario de producción del software libre alrededor del sistema GNU/Linux) (5) sino que también acoge fenómenos como el Net_Art (6), donde impera “el valor de uso social” del objeto artístico. La www., medio de distribución-recepción sin institucionalizar-comercializar (ninguna industria capitalista se lucra con los derechos de copia), permite no sólo que el objeto artístico (en soporte telemático) resulte ampliamente accesible a los cybernautas internacionales sino que además son estos quienes pueden elegir libremente a quién subvencionar (7).

NOTAS:

(1) Distinguiría entre ‘éxito de público’ (una multitud heterogénea de espectadores que se conmueven con la película, no necesariamente en las fechas del estreno) y ‘éxito comercial’ (se tiene en cuenta los beneficios de taquilla) principalmente para no reducir, ya que no es posible, una obra del arte cinematográfico a la lógica mercantil. Esta cuestión me la planteó la lectura del artículo de Luis Arenas “Sonido y singularidad. Apuntes para una fenomenología de la industria cultural”, en *Claves de la Razón Práctica*, nº 132, pp.72-77.

(2) Véase el manifiesto “Manipulación, no en nuestro nombre”, firmado por cientos de trabajadores de los Servicios Informativos de TVE, en *El País*, 14 de abril de 2003, p. 50.

(3) En la televisión de nuestro país nos encontramos con espacios que ya apuntan en esta dirección. Por ejemplo, en los breves capítulos chaplinianos de “El Timo” en el programa *Alerta 112* emitido por Antena 3, Alberto García Sáez (guionista, realizador y personaje) experimenta con la naturaleza del medio televisivo: la toma directa/el montaje, el sonido directo/el mickeymousing, “el error televisivo”, la (in)diferenciación entre “ficción” y “realidad” o la (in)sumisión con respecto a lo que “la audiencia exige”. Este espacio supera siempre la media de audiencia del programa y desde que entra el video hasta que finaliza, la audiencia ha llegado a subir hasta ocho puntos.

El 19 de septiembre, tras haber finalizado este artículo, el autor de “El Timo” me informa de que Antena 3 ha decidido dejar de producir-emitir los capítulos así como resume la experiencia con la frase: “¡cada capítulo emitido (veinte) ha sido un gol!”.

(4) Véase, por ejemplo, la metáfora puritana utilizada en el anuncio publicitario institucional/propagandístico del gobierno sobre el sida/sobre internet.

(5) Los textos con los principios políticos y filosóficos que animan el movimiento del software libre, pueden encontrarse en www.gnu.org. Una iniciativa para promover el software libre puede encontrarse en gugs.sindominio.net. Véase también, *Archipiélago. Cuadernos de crítica de la cultura*, nº 47, junio-julio-agosto, 2001, pp. 103-128.

(6) Una selección catalogada de obras de Net-Art puede verse en www.libresparasiempre.com

(7) Agradezco a Vicente Matallana y a Miguel Angel Martín Martín sus reflexiones económicas y políticas con respecto a la breve historia del arte electrónico, en conversación.