

Uno. Introducción o El Parche antes de la Herida :

De qué hablamos cuando hablamos de Posmodernidad.

Difícil pregunta, cuando el solo término, esas trece letras, sustentarían un ensayo mucho más voluminoso que este, que – peor aún – pretende tomar la posmodernidad sólo como contexto de un problema igualmente engorroso : el papel que le compete al artista dentro de ella.

Definiciones hay muchas, dependiendo de quien las emita y del ámbito al cual se refiera. El nuestro es el cultural, obviamente ; la piedra angular, la marca registrada del sociólogo argentino Néstor García Canclini, y sobre la cual parece hacer consenso : Híbridez. Híbridez en toda esfera, pero sobre todo en la cultural, dando paso a lo que hoy entendemos por *Géneros Híbridos* ; lugares de intersección entre lo visual y lo literario, lo culto y lo popular.

Culturas Híbridas, como las denomina Canclini, generadas por las nuevas tecnologías comunicacionales, por el reordenamiento de lo público y lo privado en el espacio urbano, y por la desterritorialización de los procesos simbólicos. *Industria Cultural*, en la terminología de Frankfurt, que redistribuye en forma masiva los bienes simbólicos y culturales, generando interacciones más fluidas entre lo culto y lo popular, lo tradicional y lo moderno. *Industria Cultural* en el sentido de que cada vez más bienes culturales dejan de ser generados artesanal o individualmente, para fabricarse a través de procedimientos técnicos, máquinas y relaciones laborales equivalentes a los que engendran otros productos en la industria.

Dentro de este marco teórico, la posmodernidad une lo culto – la alta cultura – y lo popular, para transformarlo en show masivo, exitoso pero efímero, integrado a las leyes de mercado y regido por su dinámica. Al usar como signos de identificación elementos procedentes de diversas clases y áreas, el arte dejaría de producir objetos puros, perdiendo así todo grado de autonomía. En otras palabras : el arte ya no puede presentarse como inútil, gratuito, ni mucho menos marginarse de su contexto social e inmediato – como proclamaban Roland Barthes en literatura, y Clement Greenberg en artes visuales. Es más : en la posmodernidad el arte se produce dentro de un campo atravesado por redes de dependencia que lo vinculan, necesaria y mínimamente, con el mercado y las industrias culturales.

Asimismo la multimedia, establece un contacto inestable entre las personas y mensajes que se difunden en múltiples escenarios y propician lecturas diversas. El resultado es una heterogeneidad fugaz e inasible, entendida como participación segmentada y diferencial de un mercado internacional de mensajes que penetra por todos lados y de maneras inesperadas al entramado local de la cultura.

Entonces, ¿de qué hablamos cuando hablamos de posmodernidad ? De la copresencia tumultuosa y atropellada de todo y de todos. De miles y millones de sensibilidades distintas que chocan en escenarios también múltiples, cuyas fronteras tienden a confundirse y a hacerse borrosas. De un orden caótico regulado sólo por las leyes de mercado, donde – de alguna forma – el arte debe aceptar las reglas del juego y hacerse un espacio. Donde, finalmente, el mercado dispersa y resematiza al arte, al venderlo en países distintos, en culturas diferentes, a consumidores heterogéneos, que consideran al arte como una suerte de fast food. Donde para ser un buen espectador sólo hace falta abandonarse al ritmo, y gozar las visiones efímeras.

Dos. Renovarse o Morir.

El arte, entonces, no sólo se vuelve impuro, collage de textos e imágenes, sino también área privilegiada de inversiones, perdiendo así toda su mística, su energía psíquica y carga afectiva. Esta dinámica posmoderna cancela toda posibilidad de contemplación y extrañamiento, reemplazándolas por diversión. Cultura light, democrática pero mediocre ; moda efímera que trata de conciliar el arte serio y ligero en la entretención.

¿Cómo subsisten, en este contexto, las prácticas artísticas?. ¿Bajo qué parámetros se reorganizan? Hemos dicho que las fronteras entre lo culto, lo popular y lo masivo; entre lo tradicional y lo moderno, son móviles y escurridizas. El artista que quiera sobrevivir – que quiera ser considerado artista, para empezar – debe aprender a moverse entre estos ámbitos tan distintos y tan homologables a la vez; debe saber manejar sus códigos y combinarlos; satisfacer no sólo sus propias inquietudes, deseos y principios en cuanto sujeto artístico, sino las de públicos amplios, diversos y fragmentados, que se sustentan en la diversificación de la oferta cultural que se hace cada vez más mercantil.

La dicotomía es aguda. Las masas buscan dispersión, pero el arte reclama recogimiento. El ultimátum para el artista es lacerante y obvio: la necesidad de expansión de los mercados culturales necesariamente populariza los bienes considerados de élite (la alta cultura), e introduce los mensajes masivos en la esfera ilustrada. De este modo, el artista que logra resonancia popular, pero quiere mantener el reconocimiento de minorías especializadas, debe renovar su repertorio, introducir variaciones temáticas y formales.

Así las cosas, ¿qué es Arte, y qué cae dentro de la categoría de simple y vulgar diversión y esparcimiento de las masas?. Para autores como Aldous Huxley, y todos los herederos de la Escuela Crítica de Frankfurt, la piedra de tope es la tecnología. El arte reproducido dejaría ipso facto de ser arte, al perder todo sustrato cultural, el aura, condición y posibilidad de toda distancia necesaria entre obra y espectador para que éste último pueda recogerse y contemplarla. Una obra reproducida sería una obra prostituida, donde prima su valor exhibitivo, útil y funcional.

Otros, en cambio, son más sutiles. Martín Hopenhayn, por ejemplo, plantea la hipótesis del Software Cultural. El campo del consumo cultural se hace tan diverso, que resulta muy difícil trazar actualmente la línea donde acaba la industria cultural. El consumo cultural adquiere una forma nueva que sirve de envase a contenidos muy diversos.

Con este rayado de cancha, podemos distinguir un doble espacio cultural, con los que se corresponden dos tipos de sujetos generadores de arte. Uno es el dogmático, por así decirlo, fiel al concepto de alta cultura o cultura para élites; de circulación restringida, y que se basa en la premisa de que para entender el arte hay que tener no sólo educación, sino una cierta disposición estética. El otro es el circuito de amplia difusión, que busca llegar a públicos masivos dándoles lo que desean (lo que se dice que desean): experiencias fragmentarias de cultura; retazos de formas y fondos distintos y atractivos.

Alma y cuerpo; sujeto privado y sujeto público. El primero, como sostiene Juan Gelpi citando a Hannah Arendt, sería aquel encarcelado en la subjetividad de su propia experiencia, en su propio laberinto de la alta cultura. Este sujeto se autolegitima en el menosprecio de toda cultura popular y/o masiva, resguardándose en la inaccesibilidad, exclusividad e incomprensión social.

El otro tipo de sujeto se asume dentro de la configuración híbrida que describíamos en la introducción. Sujeto que rescata y mezcla técnicas y materialidades, que es capaz no sólo de acercarse a un mismo tópico desde enfoques distintos, sino de combinarlos y hacerlos digestibles para el lector/espectador. Sujeto, que – dentro del nuevo orden impuesto por el posmodernismo – se amoldaría mejor a la descripción de cultura, donde culto es quien conoce el repertorio de bienes simbólicos y sabe cómo intervenir correctamente en los rituales que lo reproducen.

TRES. MÁS ALLÁ DEL FONDO, LA FORMA.

(LA IMAGEN ES TODO)

Híbridez y conjunción de géneros. Transposición de técnicas. Pluralismo de corrientes y tendencias, guiños cómplices y voces narrativas. Sobrecarga de imágenes y medios, que terminan por saturar la mente y dejarla en un punto neutro, estándar y acrítico. Entre todo el bombardeo informativo y medial propio de una sociedad

de fin de siglo, el arte pasa a ser tan sólo un estímulo más.

Dentro de esta lógica, al artista que baja los peldaños de la alta cultura, no le queda sino disfrazarse, asumir la estética de la dispersión y la inocuidad para – estrictamente mediante la forma, la cáscara – atraer a un público que se acerca al arte no en busca de verdad e iluminación, como antaño, sino de relajo y diversión. Un público al que no le interesan nuevas temáticas – si es que las hay –, sino nuevas formas, lindas y atractivas formas de presentarle más de lo mismo.

Es por eso, creo, que hoy el arte se confunde con publicidad. La capacidad de inventiva y la originalidad están dadas por una labor estrictamente editorial : para ser artista, hoy por hoy basta con saber cortar, pegar y copiar. Las prácticas culturales, más que acciones son actuaciones : representan, simulan, fingen acciones sociales.

Industria Cultural. ¿Cómo seguir pintando en la época de la industrialización y mercantilización radicales de la cultura visual ? ¿Cómo no sucumbir ante el auge y la seducción fácil del Best Seller ? A mi modo de ver, el artista – llámese pintor, escritor, poeta, etc – se encuentra en el centro de un doble vínculo que por definición ya es irónico.

Por un lado tiene la opción de jugar al artista intelectual, socialmente incomprendido, ya sea de élite o marginal. Por el otro, puede arriesgarse a combinar géneros y estilos, convertirse en otro híbrido más. Y en ambos casos pierde : al gran mercado cultural – en el primero –, y en el segundo la simpatía y el apoyo de pequeños reductos culturales especializados y de renombre, sin los cuales tampoco puede alcanzar éxito dentro de los circuitos comerciales.

La generalización puede resultar ambiciosa, pero no por eso deja de ser triste o desesperanzadora. Sobre todo si pensamos que después de todo y a final de cuentas, esta última elección, básicamente, también es una cuestión de imagen.

CUATRO. BIBLIOGRAFÍA.

- Barbero, Jesús Martín. *Comunicación, pueblo y cultura en el tiempo de las transnacionales*
- Benjamin, Walter. *La obra de arte en la época de su reproductibilidad*
- Berman, Marshall. *La modernidad : ayer, hoy y mañana*
- García Canclini, Néstor. *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Ed. Grijalbo, México, 1989.
- Gelpi, Juan. *Sujeto y Cultura Urbana*
- Hopenhayn, Martín. *Globalización y Cultura*. Transcripción ponencia en Guadalajara, México. En : Artes y Letras, El Mercurio, domingo 13 de abril, 1997.
- Horkheimer, Max y Adorno, Theodor. *La Industria Cultural* Ed. MonteAvila, Caracas, 1985.

Entendidos como escenarios, lugares donde un relato se pone en escena.

García Canclini, Néstor. *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad* Ed. Grijalbo, México, 1989. P. 24.

¿Qué es, finalmente, la fotografía ? ¿Ciencia flexibilizada por cierta sensibilidad artística, o arte que se vale de

los adelantos científicos ? Ver Benjamin, Walter. *La obra de arte en la época de su reproductibilidad*.

Brunner, José Joaquín. *Un espejo trizado*. P. 215–218

En este sentido, el *Supermerado del Arte* organizado por la Universidad Católica, resulta paradigmático.

García Canclini, Néstor. Op. cit. P. 285.

Los productos de la industria cultural pueden ser consumidos rápidamente, incluso en estado de distracción
Max Horkheimer y Theodor W. Adorno. *La Industria Cultural* Ed. MonteAvila, Caracas, 1985. P. 185.

Cuando la obra artística se transforma en mercancía, el concepto de Obra de Arte no resulta ya sostenible.
Bertolt Brecht, *Der dreigroschenprozess*. Citado por W. Benjamin en *La obra de arte en la época de su reproductibilidad*

Ponencia en Guadalajara, México, al recibir el Premio Iberoamericano de la Asociación de Estudios Latinoamericanos (Lasa) por su libro *Ni apocalípticos ni integrados : Aventuras de la modernidad en América Latina* (Fondo de Cultura Económica). Citado en El Mercurio, Domingo 13 de abril 1997.

Gelpi, Juan. *Sujeto y Cultura Urbana*. Obviamente, la referencia de Hannah es a Octavio Paz, ícono de la alta cultura mexicana.