

LETRAS

letrillas

LETRONES

ARENAS MOVEDIZAS

Adorno, el reaccionario

Los escritos de Adorno tienen un estilo peculiar. No me refiero a la oscuridad con la que amortaja sus pensamientos, sino a ese aire de señorita provinciana que arruga el morro ante cualquier conducta que le escandalice. En lugar de abrir su mente para comprender lo extraño, Adorno reduce a una caricatura cuanto le es ajeno. Así puede despreciarlo mejor y aliviar su inseguridad. Por ejemplo, de todos aquellos que en la música de Bach aprecian un cosmos teológicamente armónico, dice: “Esta concepción de Bach atrae a quienes habiendo perdido la capacidad de creer o el deseo de autodeterminación, salen en busca de autoridad con la idea fija de que sería muy bonito sentirse seguros” (“Defensa de Bach contra sus devotos”, en *Prismas*).

Al afirmar lo anterior, Adorno se sitúa sobre un taburete moral (era muy bajito) y se presenta como aquel que ha llevado a cabo su autodeterminación y

vive a la intemperie, con la audacia de los rebeldes. Tras leer el fragmento, de inmediato nos preguntamos si hemos hecho los deberes. ¿Aprecio a Bach como es debido? Y si no coincido con el dictamen del maestro, ¿seré un majadero incapaz de autodeterminarse? ¿Me expulsarán del colegio?

En este momento de angustia, sin embargo, se advierte que algo no cuadra: ¿cómo puede expulsarme alguien que ya está autodeterminado? Si lo está, ¿de dónde va a expulsarme? ¿De sí mismo? Lo cierto es que, si no aceptamos su dictamen, seremos expulsados de una Iglesia menos conspicua, la cual, aunque disfrazada de rebeldía, es tan gregaria y dogmática como todas las iglesias: la de la progresía.

Para empezar, el tono de Adorno es el de alguien que dice estar hablando desde la pura soledad, pero se sabe arropado por la grey de los fieles, por su *ecclesia*. ¿Y cuál es el rebaño que pastorea Adorno? Para saberlo basta observar como es “su” Bach, el que luce *nihil obstat*. Este Bach-para-progres ha de es-

tar en comunión con el Siglo de las Luces, de modo que en primer lugar Adorno pondera las suites y las oberturas llamadas “francesas”, para resaltar el aspecto galante y sensual del compositor. Añade Adorno: “En el estilo de Bach, los momentos de placer y de organización no están menos presentes que en el clasicismo vienés.” Con este juicio (cuya banalidad, por cierto, es considerable) Adorno permite que Bach escape de la iglesia pietista y se desabroche la casaca a la manera de un Mozart trivialmente sensual. Añade luego una pregunta curiosa: “¿Hay alguien, abierto de mente, que haya interpretado el *Clave bien temperado* (cuyo título incluye un proceso de racionalización) sin sentirse embargado una y otra vez por un elemento lírico cuya diferenciación, libertad, individuación, nos hace sentir más próximos a los *Vierzehnbeiligen*¹ que a una estampa medieval?”

Ya teníamos a Bach convertido al materialismo galo y a la sensualidad vienesa; ahora le añadimos una individuación lírica, y el piadoso (y algo provinciano) compositor alemán se nos transforma en un cosmopolita pre-revolucionario levemente parecido a Beaumarchais. Y si disintimos es que no tenemos “la mente abierta”. Un poco más adelante, Adorno compara a Bach nada menos que con Chopin. Melena hasta los hombros y condesas lelas.

Todo esto está muy bien, pero es insuficiente. Para que Bach pase el examen, nos falta el anclaje social. En un párrafo particularmente patético por su deuda con Benjamin, Adorno relaciona la técnica de la fuga bachiana con “los cambios en la organización laboral que tuvieron lugar en su época, gracias al desarrollo de las manufacturas, cuyo sistema de trabajo consistió esencialmente en destruir las viejas operaciones artesanales y convertirlas en actos elementales”. Para Adorno la fuga bachiana es el reflejo de la racionalización laboral impuesta por la burguesía preindustrial.

¹ Los *Vierzehnbeiligen* son los catorce santos que sirvieron de excusa para las peleas entre católicos y protestantes en la Alemania del siglo XVIII. En la traducción española, Manuel Sacristán se lo salta.

Bach ahora ya lleva puesta la camiseta con el Che Guevara estampado y está listo para un consumo políticamente correcto. Que te guste Bach ya no es pecado. Gracias, monseñor Adorno.

Sólo en el quinto y último apartado de su estudio muestra Adorno el rostro de su enemigo. Estamos en 1967 y las interpretaciones modernas de Bach (entonces llamadas “de época”, “auténticas” u “objetivas”) comenzaban a borrar los aditamentos románticos que desfiguraban su música. Fue una tarea admirable, similar a la restauración de la Capilla Sixtina o a la limpieza de *Las Meninas*, y permitió acceder a un Bach airoso, ligero de instrumentación, tonalmente afinado, con un colorido (Dios mío) sensual, muy superior al que Adorno defiende en su ataque... y que es el Bach hinchado de pomposidad burguesa al que estaba habituado. Su reacción fue la de todos los críticos conservadores: “Una ejecución de la *Pasión según San Mateo* con escasa instrumentación suena pálida e indecisa a los oídos actuales [...] al tiempo que asume un carácter didáctico y pedante.” Adorno estaba con el Bach de Klemperer, frente al de Harnoncourt o Leonhardt, como todos los “expertos” reaccionarios.

A pesar de presentarse como un rebelde solitario, Adorno era un burgués nostálgico que no podía soportar la pérdida de “su” Bach. Exactamente como los burgueses que aullaron contra Manet cien años antes. El estilo es, con frecuencia, el disfraz de una mentira que se ignora a sí misma. —

— FÉLIX DE AZÚA

IDEOLOGÍAS

Guerreros de la libertad

Una de las cosas más significativas que los hechos de los últimos años han puesto de manifiesto es la sorprendente disposición del pueblo estadounidense para desentenderse de lo obvio. Sólo así se explica que apoyara en números tan robustos una guerra desatada sin más base que un puñado de mentiras ramplonas, cuyo torpe

carácter hechizo siempre fue evidente para el resto del mundo. Incluso ahora, cuando resulta inocultable que Iraq no rebosaba armas de destrucción masiva, ni mantenía una alianza maldita con Osama, ni esperaba con ansia el arribo de los guerreros de la libertad para colmarlos de flores, la mayoría de la gente se resiste a creer que sus dirigentes simplemente les mintieron a la cara. Parte de esa reticencia es comprensible: aceptar el engaño pasa necesariamente por aceptar que se ha sido ingenuo o tonto; peor aún, que se está dispuesto a pasar por ingenuo o por tonto con tal de eludir la parte de responsabilidad que corresponde por la ejecución de actos de naturaleza más bien sangrienta, que en una sociedad democrática inevitablemente implican a todos.

La realidad, sin embargo, se obstina en poner a prueba tan pronunciada vocación de ignorancia. Muy a su pesar, la gente ha tenido que enterarse de que sus muchachos en Iraq tratan a los infelices que han tenido la mala fortuna de caer en sus manos como animales de circo. Circo de pueblo pobre, vaya, o tal vez circo romano. Las imágenes han dado la vuelta al mundo, imbuidas de esa aureola de autoridad irrefragable que sólo las imágenes pueden tener en nuestra sociedad mediatizada. Lo que podemos ver en las que se han hecho públicas hasta ahora, aunque existen al parecer otras peores, no califica necesariamente como atrocidades de primera línea, en un mundo donde la violencia más descarnada se ha convertido en norma. En la mayoría de los casos, los presos están siendo sometidos a situaciones que son más humillantes que violentas, más orientadas a destruir su dignidad como personas que su integridad física. Algunas tienen incluso una rara belleza: la foto de ese soldado pequeña que tira de un preso iraquí con una correa amarrada al cuello tendría su chiste si fuera, por ejemplo, el registro de algún *performance*. Lo malo es que se trata de la realidad y de una realidad, por lo visto, más bien ordinaria. Las imágenes resultan tanto más perturbadoras porque proyectan la

clara sensación de que lo que sucede en ellas es rutina, chamba de todos los días, llevada a cabo por personas que no delatan ninguna aprehensión moral frente a lo que están haciendo. Los rostros divertidos de los soldados que posan junto a un montículo de cuerpos desnudos, como si sólo se tratara de un chusco *souvenir* para consumo privado, aniquila en un instante cualquier ensueño que alguien pudiera tener todavía de que la invasión a Iraq era una empresa benévola, animada por el anhelo altruista de liberar a un pueblo desdichado. Y con eso se evapora también la última justificación que quedaba para la guerra misma, dado el progresivo desvanecimiento de todas las otras. Cuando descubrimos a los soldados estadounidenses torturando y matando a sus enemigos reales o supuestos en las mismas mazmorras donde Saddam Hussein torturaba y mataba a sus enemigos reales o supuestos, no queda sino concluir que el círculo se ha cerrado. Los libertadores han asumido cabalmente la figura del tirano.

En justicia, esta última afirmación tendría, tal vez, que matizarse. Pero a los ojos de buena parte del mundo (y ciertamente a los ojos del mundo árabe, para cuya edificación democrática se pretende haber desatado esta guerra), dichos matices resultan en todo caso irrelevantes. Los objetivos manifiestos de la invasión siempre fueron políticos y se inscribían dentro de los términos de un conflicto más amplio: la lucha contra el terrorismo islámico, cuya disputa central era y sigue siendo ideológica. Estados Unidos iba a convencer a los árabes de que había una mejor alternativa a su tradición de dictaduras nacionalistas y fundamentalismos cavernarios (y de pasada, sólo de pasada, a controlar según su conveniencia una región estratégica del mundo). Por eso es tan devastador el efecto de estas imágenes, aunque sólo muestren algo que debería haber sido claro desde un principio para todos: que las fuerzas de ocupación sirven para aplastar a los ocupados, no para liberarlos. Lo sorprendente no

es que un grupo de carceleros militares, aislados durante meses en un entorno hostil, con mala supervisión y peor entrenamiento, se den con entusiasmo a la tarea de vejar a sus custodiados inermes. Tampoco, para el caso, que un ejército en guerra torture a sus detenidos para obtener información de la que puede depender la vida de sus tropas en el campo de batalla. Lo único de verdad sorprendente es que el asunto se haya realizado con tal desaseo que ahora estas imágenes estén danzando alegremente por los televisores del mundo. El escándalo de la tortura es tan sólo el último eslabón de una larga cadena de torpezas inconcebibles que han contribuido a transformar a Iraq en un infierno para todos. A pesar de sus proclamas pomposas, como agente de una hipotética *Pax Americana*, el gobierno de Bush ha resultado ser un desastre. Hasta ahora, sus credenciales imperiales se reducen a su demostrada capacidad para destruir un país completo en tres semanas.

Tal vez ése sea el trayecto, inevitablemente, de la curva de aprendizaje de cualquier imperio. Arruina dos o tres naciones y vas a ver cómo a la cuarta las cosas ya te salen como Dios manda. Lo cierto es que resulta difícil imaginar, aunque algunos lo hagan, que la situación actual en Iraq corresponda con lo que las autoridades de Estados Unidos se habían propuesto. Y la posibilidad de que los objetivos que motivaron la invasión (ya sean los reales o los pretendidos) se les cumplan de un modo favorable parece cada día más lejana. Pero eso no quiere decir que los sectores políticos que la impulsaron y la han sostenido hasta este punto estén dispuestos a tirar la toalla. Aun en los peores momentos, han mostrado una habilidad notable para absorber reveses y asimilarlos a un discurso patrioter en el que todo fracaso acaba por convertirse en un motivo más para redoblar esfuerzos. Este caso no tiene por qué ser distinto: pasado el impacto inicial, nuevas noticias habrán de sacarlo de las primeras planas; rodarán algunas cabezas de per-



Caras de la democracia.

sonajes menores; la discusión se irá desplazando a los cenáculos de expertos y los comités especiales; la gente acabará por considerarlo todo como un “costo” más en una guerra que le ha exigido menos sacrificios que cualquier otra, y volverá a concentrarse en lo que las autoridades le insisten que es su único deber patriótico: seguir consumiendo con la intensidad frenética de costumbre.

Todo lo cual vuelve a Estados Unidos un ejemplo muy pobre de los valores que pregona. Para muchos de los sectores a quienes se suponía que iba a convencer de lo contrario, la guerra en Iraq ha venido a confirmar que los principios de la modernidad no son más que un mero pretexto para justificar agresiones. Convertidos en el estandarte de una fuerza de ocupación sin legitimidad alguna, su prestigio se desmorona otro poco más con cada nueva arbitrariedad de los invasores. Cada vez se requieren malabarismos mentales más complicados para tratar de convencerse de que Estados Unidos tiene un genuino interés en extender por el mundo la libertad y la democracia, o para ver en su sociedad la encarnación ideal de tales valores. No es sólo que sus tropas torturen prisioneros y arrasen con barrios completos en países extraños; en casa, sus políticos dan la impresión de ser una mezcla extraña de gángster con merolico, y las libertades de las que indudablemente se goza no parecen preservar de las toscas manipulaciones de sus autoridades a un pueblo pasivo, ingenuo y conformista, sin más

proyecto histórico que acabar de convertirse en un enorme supermercado. De la mano de Estados Unidos, paso a paso con la guerra misma, la conquista de los corazones y las mentes del mundo avanza viento en popa. —

— HÉCTOR TOLEDANO

MEDIOS

Indefensos, conmovidos, inertes: notas sobre el cuerpo en la nueva era

La escena muestra a una fila de cinco encapuchados testificando las palabras de su líder en árabe: “Los llenaremos con tumbas de esta manera.” De rodillas, un prisionero con un uniforme naranja se acomoda con las manos amarradas, sin sospechar que uno de sus captores, a su espalda, está extrayendo de su cinturón un cuchillo. El indefenso prisionero es tumbado de lado y decapitado —gritos de terror, el asombro de la agonía, la sangre— no sin cierto esfuerzo para separarle la cabeza del cuerpo. Ésa es la escena televisada, en México, por Canal 40. Nicholas Berg, de veintiséis años, era un negociante en el ramo de las telecomunicaciones que había nacido en un suburbio de Filadelfia y quien, tras volar a Iraq para hacer negocios, fue detenido por la policía de Bagdad durante dos semanas por “actividades sospechosas”. Regresó a su cuarto de treinta dólares la noche, el 602 del Hotel Al-Fanar, y desapareció el 10 de abril. El video de su ejecución anuncia lo que es: “Abu-Musab-Al-Zarqawi asesinando a un americano.”

En la era que abrió el 11 de septiembre los cuerpos televisados sólo pueden ser de dos tipos: los autosacrificados que anuncian su intención inminente de hacerse estallar y las víctimas mutiladas, carbonizadas, humilladas por un soldado. Si hoy la capacidad de un solo hombre para la destrucción es la misma que antes pertenecía a un batallón completo, el impacto de una sola víctima es el de una derrota militar. No hay terro-

rismo sin televisión y, en ella, los cuerpos se muestran en el último nivel de la indefensión. Expuestos a todos los males de la guerra terrorista —el aire envenenado, ser usados como misiles, sucumbir *en directo*—, todos vamos aceptando lo que hace 35 años fuera inaceptable: que el Estado policiaco sea el garante de las libertades. Se le da así la bienvenida a un nuevo control sobre el cuerpo: el video de su imagen en movimiento. Nunca antes los monitores nos vieron más que nosotros a ellos. Sin aviso previo, la vida cotidiana en elevadores, aeropuertos, oficinas, calles, se videografa como criterio último de seguridad. Existe porque lo vemos; si lo vemos, lo tenemos controlado. Y el mensaje es el cuerpo indefenso ya no sólo en la guerra sin fronteras e infinita, sino en todo momento y para nosotros. La cámara de circuito cerrado es la medida de nuestra nueva indefensión.

La imagen televisada gobierna a base de conmociones. En su encuadre cabe el mundo, sin contexto, sin espacio, puro tiempo. La pátina de verosimilitud que en otro tiempo descansaba en la lógica, y aun en la congruencia, ahora se le deja al tiempo que el encuadre dura en la televisión. Es por ello que el “tiempo real” parece dotar a los sucesos de una materialidad más sustanciosa que la del tiempo que no es en directo. Las personas que son videograbadas en tiempo real parecen, también, más relevantes. Pero el mensaje del cuerpo televisado es el de la conmoción: el escándalo de ver lo que sabíamos que existía —los textos de la prensa describiendo actos de corrupción, por ejemplo— vuelve más real el sentimiento de indignación. De conmoción en conmoción, los escándalos se disuelven unos a los otros, sus ondas expansivas toman giros inesperados en más conmociones, las encuestas van delineando su grado de penetración en las percepciones ciudadanas.

Tras un siglo en que los marxistas condenaban al capitalismo a una muerte cataclísmica, éste asumió el rostro del Apocalipsis semanal. Conmovidos con cada noticia de urgencia, con cada aler-

ta por un virus nuevo, con un escándalo financiero que pone en riesgo la confianza, hemos ido aceptando como democracia la del tubo de rayos catódicos, a la elección como una confirmación de la encuesta, y a ésta como una confirmación del *rating*. Quien sepa manejar la indignación y el miedo podrá influir en una decisión democrática. Y, así, nuestros gobiernos provienen, ya no de una masacre revolucionaria como en el pasado, sino de una secuencia de conmociones televisadas.

Como contraparte participativa —interactiva— de la televisión, internet se presentaba apenas hace unos años como la quintaesencia de la transparencia y la información. Hoy sabemos que en la red nada se conoce: ni el lugar, ni el nombre, ni el género verdadero de quien chatea o sube una página. Es una red de las personificaciones, no de personas. La información buscada no siempre existe, y puede que encuentres “atentados” —un virus que manda correos desde tu dirección, el *spam* que se encuadra en tu pantalla sin que lo hayas solicitado, la oferta virtual que te envían a tu correo sin que el anunciante conozca tu nacionalidad, idioma, género, o poder adquisitivo— o, simplemente, entres al juego de las personificaciones en el que siempre hay que sospechar, sin intentar jamás tener la verdad sobre las intenciones de quien está del otro lado del servidor. La red es de fantasmas.

Pero quizás lo más destacable es la inercia del cuerpo interactivo. En el momento de mayor conectividad y velocidad, los aparatos exigen que el usuario permanezca inmóvil. La red exige teclear, picar el *mouse*, esperar a que se llene la barra de espera cuando se carga o baja información. La red es la ciudad de los sentados. Incluso en las imágenes por teléfono celular, se pretende del usuario la concentración plena: hoy vemos a los rostros inmersos en sus pequeñas pantallas, abstraídos en seleccionar las funciones; el nuevo autismo de comunicarse. Frente a una pantalla, sea de un teléfono, de un sistema de cómputo, o de una televisión, los

espectadores miran, estáticos, la nueva conmoción —se expone lo que explota o lo que se descarrila, literal o metafóricamente—, se apasiona con una conexión que dura —en solidaridad, memoria y pasión— lo que tarda en ser borrada por la siguiente. Nuestras nuevas comunidades son sólo temporales e inmóviles. —

— FABRIZIO MEJÍA MADRID

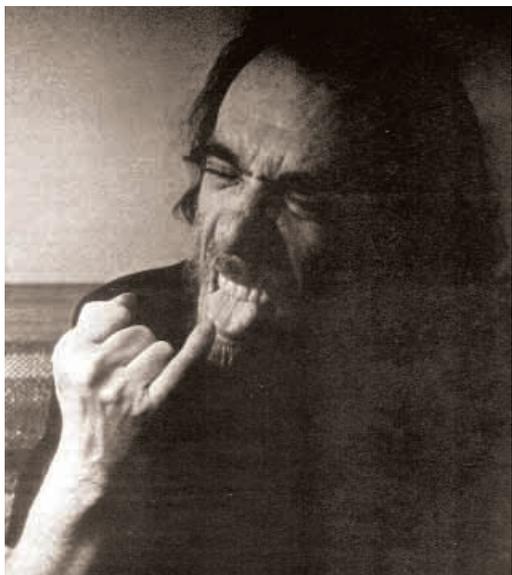
SEMBLANZA

Los últimos días de Bukowski

Como si cada vez fuera más difícil entender cualquier cosa sin la ayuda de una ilustración, solemos asociar la obra de un autor con uno de sus retratos, quién sabe si movidos por la superstición de que una iluminará a la otra, o sencillamente porque cierto automatismo icónico nos impulsa a adjudicar la responsabilidad de una obra —así sea magistral o mediocre— a la materialidad de un busto, al asidero de una fotografía. Los libros parecen incompletos —y los editores unos desalmados— cuando no incluyen siquiera una caricatura del autor en alguna de las solapas, pese a que en el caso de muchos autores de la antigüedad esto sea del todo imposible o conjetural, y pese a que en el caso de muchos autores contemporáneos esto sea del todo insatisfactorio y desalentador, cuando no anticlimático y ridículo.

En mi galería mental de Charles Bukowski (1920-1994) hay dos imágenes que se contraponen y casi diría que luchan entre sí; dos imágenes muy distintas —de épocas también muy distintas— que sin embargo con el paso del tiempo han terminado por reconciliarse en mi cabeza y tal vez se han fundido en una sola, como esas postales de plástico que gracias a un efecto óptico se transforman —nos guían el ojo, por ejemplo— dependiendo del ángulo desde el que las miremos. La primera es una fotografía célebre en la que Bukowski, joven y desgreñado, se acerca el dedo meñique a la boca en el gesto no de quien quiere pro-

ducirse el vómito sino de quien busca contagiarnos su asco. Es un retrato puntual, impecable, que apresa el papel que Bukowski se esforzaba en representar frente al objetivo de la cámara —un papel contestatario y brutal, de escritor-maldito-lumpen, de genio recién salido de la alcantarilla—, pero que al mismo tiempo, por debajo o por encima de esa actitud, exhibe al hombre en el que irremediablemente se había convertido: un escritor estragado por el acné, el alcohol y los excesos, de un vigor que sólo puede dar el descreimiento, y que para mantener viva su leyenda ha debido valerse de cierto histrionismo salvaje. Es el retrato perfecto del Bukowski marginal, bravucón y antisolemne, que trabaja como limpiaplatos y cartero; que ha hecho de la crudeza y la obscenidad sus principales armas estéticas, y ha recogido como quizá ningún otro escritor la musicalidad del habla cotidiana. Es el Bukowski de la sordidez americana y la noche interminable y brumosa y etílica, de los inadaptados y los perdedores, a punto de convertirse en cliché.

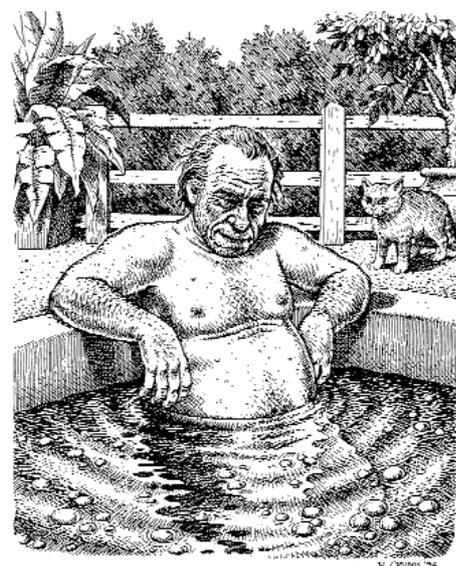


La segunda imagen es uno de los dibujos que Robert Crumb realizó para la edición póstuma del libro *El capitán salió a comer y los marineros tomaron el barco* (1998), el diario que Hank escribió durante los últimos meses de su vida. Se trata de un dibujo cándido, incluso

cursi, sin intenciones sarcásticas, que muestra a un Bukowski ya viejo, panzón y pensativo en su jacuzzi al aire libre, acompañado por uno de sus gatos. Aunque a primera vista podríamos sospechar una intención ácida de parte del dibujante (¿qué destino puede ser más cruel para un escritor maldito que sobrevivir a sus excesos y terminar como un anciano venerable en su rincón doméstico, tal como correspondería a un poeta laureado?), en realidad Crumb se limita a ilustrar una entrada del diario del otoño de 1991 —tres años antes de su muerte—, en la que Bukowski describe una escena cotidiana de su nueva vida como escritor consagrado. La expresión a la vez apacible y cabizbaja del dibujo de Crumb se corresponde punto por punto con la temperatura anímica del Bukowski que leemos en esas páginas, en las que desconcertado y complacido por su fama creciente no tiene más remedio que refugiarse en la befa de sí mismo: “Viejo escritor en jacuzzi, divagando. Agradable, agradable. Pero el infierno siempre

está allí, esperando para desovillarse.” Estamos frente a un Bukowski acabado, lo cual en su caso significa un Bukowski exitoso, alcanzado por la celebridad y el dinero, que ya sólo entra a los bares para orinar, y se aparta de las peleas callejeras con ese cansancio en el que se confunden la nostalgia y el recelo. Un Bukowski también más sosegado y metafísico, en el que el descreimiento ha dejado de tomar la forma de la procacidad y más bien se ha resuelto en misantropía, una misantropía tan aguda y provocadora como el alarido más feroz.

Después de mirar alternativamente esas dos imágenes he entendido que ambas se superponen y acaso son la misma. Una vez que Bukowski advirtió con sorpresa que había sobrevivido al alcohol y las palizas, al hambre y la degradación, pero sobre todo a sí mismo, también se dio cuenta de que la única manera de seguir vivo



—esto es, de seguir escribiendo, de apostar en el hipódromo y de rascarse largamente los sobacos—, era luchar contra el cliché, contra la marioneta de los bajos fondos: abjurar de la vieja y fácil fidelidad al eructo. Y entonces, de manera natural, con la naturalidad que otorga la congruencia, dirigió ese gesto primigenio de asco contra sí mismo.

Tal y como se desprende de la lectura de su diario, los últimos días de Bukowski transcurrieron en medio de una rabia serena, de un escarnio poco ruidoso y poco legendario que sin embargo no por ello perdió su buena dosis de corrosión y de brío. En esas páginas está el Bukowski reflexivo, el Bukowski mordaz, que ya lejos de la cloaca tiene el humor suficiente para burlarse de ella y no añorarla, sin dejar en ningún momento de atentar contra la estética antiséptica y la falta de arrojo de buena parte de la literatura contemporánea. (“Los poetas que he conocido han sido siempre unas medusas reblandecidas y unos arribistas. De lo único que pueden escribir es de su ausencia egoísta de aguante.”) Quizá en esos últimos días Bukowski alcanzó esa serenidad filosófica de la serpiente que ha optado por morderse la cola, aunque no tanto para cerrar el ciclo y aspirar a la inmortalidad, sino para no sentirse satisfecho de estar sentado en su propio trasero. —

— LUIGI AMARA

TRADICIÓN

El santo escándalo de la tamalería

Últimamente, todos los vendedores de tamales oaxaqueños en bicicleta, de esta ciudad tienen la misma voz metálica y dicen lo mismo, lacónicamente, con las mismas misteriosas pausas entre palabra y palabra: Tamales. Oaxaqueños. Calientitos. Y no es porque todos estén tristes o duden de sí lo que venden son tamales, de si no serán poblanos o si no estarán helados. Es peor. Es una nueva costumbre popular que parece surgida de una mente que ha visto una película de ciencia ficción demasiadas veces y que ha decidido sustituir el grito alegre del pregonero con una grabación, dando como resultado aquel efecto melancólico. Realmente, estos vendedores no tendrían nada de particular, y hasta alegrarían nuestras meriendas si no fuera por esa manera de anunciar la mercancía con aquel magnetófono sordido, semejante a una sirena de bombardeo. Su ofrecimiento se acerca más a las órdenes que gritan los policías desde sus fodongas patrullas, que a una apetitosa invitación a comer mole.

Pero no se piense que los quiero condenar a la desaparición, faltaría más, si han encontrado un modo de anunciar los tamales muy efectivo y además descansado para la garganta, aunque todas las noches uno se pegue el mismo susto. Es más, cada noche que escucho, doquiera que esté, dicho balbuceo electrificado –estos tamaleros han extendido su radio de acción magnetofónica a muchos barrios de nuestra ciudad–, me inclino a pensar que algún día mis hijos o mis nietos lo recordarán con verdadera nostalgia. Yo también, para volver a la infancia, invoco el tra-catrán de los tranvías que pasaban toda la noche frente a mi casa y que a más de un vecino le debía de parecer enervante, y suspiro al escuchar el aullido lastimero de los carritos de camotes al atardecer o el canto matutino del afilador. Sólo

quiero anunciar el nacimiento de una tradición bien rara, al igual que estos nuevos habitantes de la noche pespuntean su llamado a nuestra gula como marcianos tartamudos: Tamales. Oaxaqueños. Calientitos. —

— ANA GARCÍA BERGUA

ICONOS

Beckham: impossible is nothing

El eslogan dice que nada es imposible, y el único que se lo toma en serio es David Beckham. Parecía imposible que el Real Madrid más lujoso de todos los tiempos fracasara estrepitosamente, pero el insípido juego del futbolista *top model* (y el del resto de sus



La vulnerabilidad del héroe.

compañeros) logró que el equipo merengue perdiera la Copa del Rey, la Liga española y la Champions League europea. Al mismo tiempo, según el tabloide inglés *Sunday Mirror*, el guapo centrocampista habría firmado un contrato “de por vida” con Adidas por un monto aproximado a los ciento sesenta millones de dólares, y cualquier otro imposible puede esperarse de alguien capaz de algo así. En 2002, su nombre se convirtió en el *leitmotiv* de *Bend it like Beckham*, una película sobre adolescentes asiáticos que recaudó 32 millones de dólares en Estados Unidos. Un año después, la ambigua virilidad del “metrossexualismo” lo eligió como el icono

moderno y *fashionable* a la medida. Y ahora, tras el escándalo de su presunta infidelidad a varias bandas, una artista inglesa lo instala en la misma tradición artística de un zíper de Mick Jagger o una lata de sopa *Campbell's*.

Lo curioso (o imposible) del asunto es que alguien pueda transformar ese vacío en algo relacionado con el arte. A lo mejor el vacío no es sino el del arte y la cultura pop, un mundo tan inequívocamente actual como “la irónica, nostálgica, literaturizada afirmación de la banalidad, la idiotéz, la vulgaridad y todos los demás rasgos por el estilo que adornan a la cultura estadounidense”, según escribió Tom Wolfe (*La palabra pintada*, 1975) para definir el ADN de este movimiento. Sea como fuera, lo cierto es que Beckham ingresa a la dudosa

categoría de objeto artístico gracias a “David”, el video-retrato de Sam Taylor-Wood que se expone desde el 27 de abril en la londinense National Portrait Gallery (www.npg.org.uk). En esos ciento siete minutos, más o menos lo mismo que dura un partido de fútbol, el príncipe azul con botines duerme como un bebé, no ronca ni patea ni da vueltas. La cámara lo toma al nivel del ojo, con

la perspectiva que tienen o han tenido su *Spice Wife*, Rebecca Loos o Esther Cañadas, y ese silencioso primer plano dibuja una muda coreografía del aislamiento emocional. La filmación se hizo de una sola toma, una tarde de enero en la que Becks tomaba la siesta en un hotel de Madrid, y marca un tipo de autopsia de la intimidad a mitad de camino entre *Sleep* (1963) de Andy Warhol y el morbovoyeurismo de los *reality shows* al estilo *Big Brother*.

La paradoja de “David” es que, mientras se acusa a los *mass media* de invadir la vida privada de Beckham, la cámara de Taylor-Wood filma esa misma intimidad y la convierte en arte. De

alguna manera, parecería que lo prohibido para la prensa está permitido para el arte, como si el espectáculo de la infidelidad de Beckham tuviera un estatus genético radicalmente opuesto al hecho de filmar su sueño y colgarlo en un museo. ¿Qué realidad es lícita? ¿La de la intimidad retratada por el arte o la que sale día tras día en la prensa? En la era de los *reality shows*, cuando la intimidad no es sino la pose de la “intimidad”, la lección de “David” sugiere que invadir la habitación de una *superstar* no es nada comparado con la invasión que esa misma estrella padece al salir de ese cuarto. En el caso del propio Beckham, hasta su examen psicofísico antes de firmar por el Real Madrid fue televisado por 39 canales en todo el mundo, y el Grupo Sanitas pagó cuatrocientos mil dólares por auspiciar la emisión. En Beckham, como en Warhol, la intimidad sólo es tal cuando se transforma en algo público. La prensa o el arte son sólo dos géneros, dos técnicas que permiten inventarla y hacerla real.

“Intentar un retrato de alguien tan fotografiado como David Beckham fue un reto” dice Taylor-Wood en el catálogo de la exposición; “lo que yo quería era crear un estudio directo, un primer plano. Y filmarlo mientras está dormido produce una mirada diferente de su imagen pública, esa que nos resulta familiar”. Efectivamente, “David” despoja al icono de su carga de erotismo publicitario, y exhibe la vulnerabilidad del héroe. Este hiperrealismo explicaría la ausencia de miles de fans de Beckham atascando las puertas de la National Portrait Gallery, ya que lo último que uno quiere para los ídolos es verlos actuar como el resto de los mortales. Sin embargo, esa desacralización es el objetivo de Taylor-Wood, quien en trabajos anteriores (*Hysteria*, o *Five revolutionary seconds*) ya había desarrollado su idea de “tomar emociones crudas y aislarlas sin ninguna estructura narrativa”. La influencia más palpable en “David” y buena parte de su obra es la de Andy Warhol, pero la propia Taylor-Wood da otras pistas en “Bottoms up”, la reseña que escribió para *The Guardian* a pro-

pósito de la muestra *Odyssey of a cockroach*, de Yoko Ono. En ese texto, la artista inglesa se asombra con el proyecto *Bottoms*, en donde Ono fotografía los traseros desnudos de sus amigos. “Es lo que todo el mundo ve en la calle, pero desnudos”, apunta; “y es que lo más notable en las ideas de Ono es que se basan en lo simple y banal de las cosas cotidianas. Ver el trabajo de Ono es ver a una artista que no tiene miedo. Su arte hace pensar que puede hacerlo todo”. Por una vez, el arte imita a *Adidas*: *impossible is nothing*. ¿Habrá llegado el momento de tomarlo en serio? —

— LEONARDO TARIFEÑO

PUBLICIDAD

Millones de seres para invadir

“La publicidad sería maravillosa si no hubiera clientes”, me confesó alguna vez don Jaime Muñoz de Baena. Es un chiste, pero va más allá. Porque los clientes, ya sean grandes o pequeños, experimentados o principiantes, generalmente resultan codos y timoratos. Ellos son quienes invierten y temen que una campaña “demasiado creativa” no venda, por lo que prefieren ir a lo seguro con anuncios “poco agresivos”, cuyo poder de convencimiento radique en la persistente, con-tinua, machacona, desagradable repetición.

Spot de radio, escuchado no sé hace cuántos años, en la emisora de mi pueblo, con motivo del Día del Padre: “Para aquel que a diario nos regaña, un regalo de Almacenes Ocaña.” (La rima, fiel soldadera de la publicidad, presente.)

¿Será cierto que el famoso *jingle* “estaban los tomatitos bien contentitos, cuando llegó el verdugo a hacerlos jugo” fue inventado por el novelista, poeta y pintor Fernando del Paso?

¿Y que tanto “Mejor mejora *Mejoral*” como “El tapado fuma *Elegantes*” son obra de Salvador Novo? (La frase del analgésico, al menos, tiene clara influencia de Xavier Villaurrutia.)

Apuntaba Aldous Huxley, en un texto de cuyo título no puedo acordarme, lo siguiente: es mucho más difícil crear un anuncio publicitario donde se trate de convencer a alguien de comprar algo que ni siquiera necesita, que escribir diez sonetos más o menos pasables.

En su *Diccionario crítico de mitos y símbolos del nazismo*, anota Rosa Sala Rose con respecto a la esvástica: “Fue explotada propagandísticamente en toda clase de objetos, desde envolturas de caramelos, cajetillas de tabaco, cajas de bombones, porcelanas e incluso salchichas (Klemperer recuerda haberla visto en pelotas infantiles y en tubos de pasta dentífrica).”

Enrique Gilbert, creativo argentino que se quedó a vivir entre nosotros, declaró alguna vez: “El éxito de una campaña de publicidad consiste en darle al consumidor lo que éste desea, pero cinco minutos antes de que lo descubra por sí mismo.”

Una buena frase publicitaria, o sea, de las realmente penetrantes, pasa a formar parte, de inmediato, del *slang* mediante el cual nos comunicamos a menudo. Hasta la fecha “agarrar la jarra” significa embriagarse y calificar a alguien de “muy jarra” es etiquetarlo de borracho perdido.

La fusión perfecta entre los voceros de la publicidad y los grandes creadores literarios no es frecuente. Sin embargo, el amigo Nacho Hernández gusta de declamar fragmentos del poema *Altazor*, de Vicente Huidobro, imitando la voz inconfundiblemente

versallesca del simpático Perro Bermúdez. ¡Guau!

Fui durante cinco o seis años, el publicista de la marca Xerox. Hice anuncios cumplidores, aunque ninguno digno de recordarse. Ahora, ya retirado del negocio, puedo hacer este breve comentario. Mientras el director comercial de la famosa compañía copiadora me dictaba las características de una línea de productos que estaba por lanzarse al mercado, yo hacía como que tomaba notas en una libreta. En realidad, escribía un soneto titulado “Original y copia” que desgraciada o afortunadamente no conservo.

Oído en una cantina del centro histórico del D.F.: “Yo no descubrí el hilo negro, güey. Descubrí el *Cacardí* blanco hace treinta años y mírame, sigo tan campante...”

“El consumidor no es tonto. Puede ser tu mujer.”

(David Ogilvy)

Refrán publicitario anónimo: “No discutas con un idiota. Los demás pueden no notar la diferencia.”

“Yo busco un ser para invadir” escribió Henri Michaux. La publicidad busca miles, millones de seres para lo mismo.

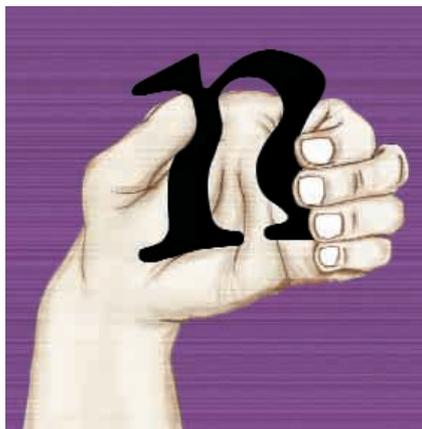
“No le he dicho a mi madre que soy publicista. Ella cree que trabajo en un burdel.”

(Anuncio de una agencia de publicidad italiana para promoverse a sí misma.)

Encabezado para anunciar un antidepresivo gringo: “La depresión severa es como estar de luto. Sólo que el muerto es uno mismo.”

“Hay que cogerse a los tinteros”, recomendaba Flaubert. ¿Y ahora? ¿Habrá que cogerse a las *computadoras*?

Imagen: madre africana esquelética dándole de comer “algo” con una cucharita a su famélico hijo en brazos. *Texto:* “Ándale, termina tu comida. Hay miles de personas en la ciudad de Nueva York que no tienen qué comer.”



“Usa condón, no seas *suisida*.” (Frase que me rechazó hace trece años una compañía de preservativos.)

Tres o cuatro semanas atrás vi esta joya de comercial en Tele-Ver: rodeada de sonrientes mujeres indígenas aparece Christiane Magnani de Alemán, la otrora Christiane Martell, hablando a cámara de los logros que el actual gobierno ha tenido con las comunidades antes abandonadas. El comercial no tendría nada de particular si no fuera porque la primera dama del estado habla en náhuatl. (Hay subtítulos.)

Esquela para el publicista Bill Bernbach (1911-1982), aparecida no me acuerdo dónde:

Él dijo,
“Los verdaderos gigantes siempre han sido poetas,

hombres que saltaron de lo real al reino de la imaginación y las ideas.” Él elevó la publicidad a la categoría de arte y convirtió nuestros empleos en una profesión. Él hizo la diferencia.

Puesto de carnitas encontrado en la calle de Manizales, colonia Lindavista. Su razón social: *Pig Brother*. Su *slogan*: “Para comer como un cerdo.”

Graffito:
A mano armada
y mientras recorro
tu espalda
con mis labios
me alalta
el pinche *slogan*
que no podía escribir

En 1980 me tocó hacer el comercial con el que se celebró el Centenario del Banco Nacional de México. Se reconstruyó la ceremonia del Fuego Nuevo en las ruinas del Tajín, y durante dos noches transcurrió la filmación a la luz de lámparas simuladoras de antorchas y cañas encendidas. El texto, serio, oficial, solemne, no daba lugar para ninguna perversión o juego de palabras.

Por lo tanto, mandé traducir al náhuatl un breve poema mío de amor, y le comuniqué a la interesada el día, más la hora exacta, en que pasaría al aire mi especial homenaje. Así empezaba el *spot* y nadie se dio cuenta en el Banco. La interesada lo escuchó, lo vio, pero han pasado veinte años y no celebramos nada.

Cierro con una sentencia de Fernando Pessoa, del *Libro del desasosiego*, en la traducción de Santiago Kovadloff:

Escribir es olvidar. La literatura es la manera más agradable de ignorar la vida. —

— FRANCISCO HERNÁNDEZ