



IUS. Revista del Instituto de Ciencias Jurídicas de Puebla A.C.

ISSN: 1870-2147

revista.ius@hotmail.com

Instituto de Ciencias Jurídicas de Puebla A. C.
México

Palou, Pedro Ángel

BIENVENIDOS LOS BÁRBAROS, NO MANDEN FLORES

IUS. Revista del Instituto de Ciencias Jurídicas de Puebla A.C., núm. 24, 2009, pp. 315-318

Instituto de Ciencias Jurídicas de Puebla A. C.

Puebla, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=293222968016>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Con la presente colaboración ius inicia formalmente una sección dedicada a temas del arte y que ya había tenido su presentación en números anteriores. Lo hace de manera privilegiada ya que el autor de las siguientes líneas es un prolijo y conocido autor mexicano. En la presente contribución hace un análisis satírico de cómo en la era contemporánea de la tecnología y el consumismo, el verdadero arte ha quedado reemplazado por la vacuidad y banalidad etiquetada como arte y convertida en producto para satisfacer lo snob y el hedonismo del habitante de la aldea global del siglo XIX

With this collaboration ius formally begins a section devoted to topics of art, section that already had a presentation in the previous issue. It is a privileged as to have the following lines written by a meticulous and well-known Mexican author. In this contribution makes a satirical analysis of how in the contemporary era of technology and consumerism, the true art has been replaced by the emptiness and banality labelled and turned into art product to meet the snob and hedonism of the inhabitant of the nineteenth-century global village

**Bienvenidos los bárbaros,
no manden flores /**
*Welcome Barbarians, don't
send flowers*

Pedro Ángel Palou

En su último libro Alessandro Baricco hace una propuesta de diagnóstico de la sociedad y la cultura contemporáneas que provoca escalofrío: los bárbaros lo han invadido todo, han minado las fronteras y murallas de las ciudades y han destruido las certezas sobre las que vivíamos. Es más: vivimos una época de transición hacia algo que es imposible definir aún, pero que ya podemos vislumbrar y todos, sin excepción

—con diversos grados de evolución, es cierto— somos ya mutantes de una nueva especie que ocupará nuestro lugar.

Para ser más exactos, Baricco afirma después de una larga argumentación su tesis: *con la complicidad de una determinada innovación tecnológica, un grupo humano esencialmente alineado con el modelo cultural del Imperio accede a un gesto que le estaba vedado, lo lleva de forma instintiva a una espectacularidad más inmediata y a un universo lingüístico moderno y consigue allí darle un toque comercial asombroso.*

¿Cómo llega a ese diagnóstico? Mediante tres ejemplos, pero el lector una vez que ha entendido la fórmula de análisis lo puede aplicar a cualquier forma de la cultura contemporánea. Baricco lo hace con el fútbol, el vino y los libros.

Empecemos con el vino. Todos los que me lean compartirán la idea: el vino es un arte sofisticado y los grandes viñedos producen un elixir refinado, después de un largo proceso, que sólo pueden apreciar —y comprar porque el precio es exorbitante— unos cuantos conocedores con el paladar y la nariz entrenados. Estos mismos distinguen sabor a frutas de bosque, a madera o a carbón y residuos minerales apenas con un sorbo del líquido. Hasta que Robert Moldavi de regreso de la Segunda Guerra Mundial creyó que era un placer para compartir masivamente y gracias al aire acondicionado reprodujo —en barricas de metal, qué sacrilegio— las condiciones de fermentación que le permitieron producir a gran escala un vino que es técnica, no arte y que por la cantidad de botellas todos podemos consumir.

El siguiente problema —porque incluso en un medio como el norteamericano acostumbrado a las bebidas espirituosas Moldavi agregó grados de alcohol al vino— estaba en cómo elegir, cómo distinguir. En el antiguo mundo del vino el *conocedor reconoce*, si se me permite el juego de palabras. Ahora el consumidor tiene que saber cómo elegir en un supermercado. Y para eso llegó Robert Parker que sustituyó a una casta de críticos sublimes del vino por una escala de calificaciones. La revolución de Parker fue, primero, lingüística: tradujo a un lenguaje accesible el hasta entonces esotérico mundo de la enología y luego, para simplificar más, colocó calificaciones.

Se imagina el lector que esto ya ocurriera en el mundo del libro y en lugar

de ir a una librería a pedir a Proust uno eligiera entre todos los libros que tienen 9.8 de promedio —unos diez, pongamos por ejemplo— y se llevara a casa con absoluta confianza el mejor. Esto ocurre ya con desparpajo en cualquier vinatería de Nueva York, o en muchos restaurantes que reproducen la lista de Parker, y uno pide un 8.0 o un 9.2, nunca más un barbero, u otro cepaje, o un Petrus, por elegir una marca de absoluta élite.

Se ha privilegiado a la técnica por la belleza, al resultado por el proceso, al efecto frente a la verdad. Y la inspiración, el arte, ¡por favor, eso es de otra época!

El resultado final: hoy todo mundo consume vino, un vino resultón, eficaz, no necesariamente maravilloso, o único. Han triunfado los bárbaros.

¿Cómo se mueven, cómo actúan? Es fundamental comprenderlo para poder entender en toda su dimensión lo que nos ocurre en todos los campos del saber o de la cultura.

Hace tiempo que en el medio intelectual —decía Ortega y Gasset que a él lo librarán de los intelectuales, que prefería a los inteligentes— se escucha una queja reiterada: ya nada es igual, los bárbaros —el mercado, los conglomerados, las grandes tendencias— han pervertido con su dinero y su masificación el orden de las cosas. Esto ocurre, para nuestra tranquilidad, en todas las épocas y en todos los lugares. Ya el *I-Ching* confuciano alertaba sobre el ascenso de los vulgares. La estupidez humana nos rodea, escriben, y la vamos tolerando de tal forma que al final todos caemos en ella, nos volvemos estúpidos generalizados.

Los medios electrónicos se han vuelto envases comunicacionales, vacíos prácticamente de contenidos, recipientes de una estupidez tras otra o si se quiere mejor de una estupidez infinitamente intercambiable (del *reality show* al programa de concursos e incluso del noticiero al documental). Y sin embargo el mundo virtual es el único en el que parecemos existir hoy en día, el contacto con lo real, por evanescente y por difícil de interpretar, nos repele. Todo lo queremos por *delivery*, entregado a casa: las pizzas, la música que descargamos, los videos que rentamos, los canales que sólo nos sirven para un *zapping* perpetuo; el amor mismo con una chica cuyo *perfil* se asemeja al mío según alguna página de internet, las amistades gracias a Facebook. Hoy sólo necesitamos estar conectados. Y mientras más conectados, menos relacionados.

El silencio y el horror al vacío vuelven locos a los bárbaros y lo llenan con balbuceos sin sentido, porque se ha acabado el sentido mismo de final o de finalidad. Baricco, de nuevo, realiza el diagnóstico con precisión: lo que consumen los bárbaros son sólo secuencias de sentido que producen movimiento, secuencias de sentido cuyo sentido, sigo con la misma palabra, ha sido generado en otra parte. ¿Por qué funcionan libros como *El Código Da Vinci* o *Crepúsculo* o *Harry Potter*? Porque los códigos de interpretación del libro —sus instrucciones— están fuera del libro. Si alguien leía a Faulkner necesitaba, literalmente, toda la literatura para comprenderlo. Con Stephanie Meyer no es necesario, siquiera, haber leído un libro para com-

prenderla. De la misma manera en que no se necesitan conocimientos de enología para comprender y paladear un Cabernet de Robert Moldavi. Funcionan porque son libros que no son libros.

Después de la lápida que he dejado en el párrafo anterior yo mismo necesito un respiro. El libro es para los bárbaros una fuente de energía que proviene de otras narraciones y desemboca en otras narraciones, no en la literatura. La literatura y la cultura han muerto, y hay que enterrarlas.

Otro tanto podríamos decir de los museos. Nunca tanta gente los visitó como ahora, van a ellos a tomar fotos —la fotografía es otra forma extendida de sustitución del contacto con lo real—, a comprar cultura. Los cuadros no importan. La Mona Lisa, la Victoria Alada o la Venus sustituyen toda la cultura depositada en los miles de otros cuadros y objetos inútiles para la guía o el *tour*, si ponemos sólo como ejemplo el Louvre. Y después la tiendita del museo —o las veinte tienditas, una en cada piso, una después de cada *highlight*—, donde me puedo llevar, empaquetada, mi experiencia en forma de camiseta, paraguas, corbata o postal. Consumí el museo, no lo experimenté, porque los bárbaros no consumen realidades completas, todo en la cultura es un mero pretexto para producir movimiento.

Ya nada tiene valor en sí, el valor es la secuencia. No son libros, no son cuadros, no son vinos, son segmentos de una secuencia más amplia, escrita en los caracteres de la lengua del Imperio, que “a lo mejor se ha generado en el cine, ha pasado por una cancioncilla, ha desembar-

cado en televisión y se ha difundido en internet”. Ya nada tiene valor en sí mismo, lo único que tiene valor es la secuencia.

Y si no, pensemos en el fenómeno de Susan Boyle, catapultada al estrellato no por el lugar en el que ocurrió el fenómeno —un concurso de talentos británico— sino por los millones de visitantes de *youtube* que la admiraron. Ella, una simple, una bárbara, que no había conocido el amor, que trabajaba en una oficina de correos, que era una rechazada de la sociedad, cantaba —qué oportuno— *Yo tuve un sueño*, un fragmento de una ópera musical de Broadway, *Los miserables*. No creo que al final no haya ganado por no ser la mejor —lo era— sino por no haber podido resistir el peso de la fama mundial que la hizo objeto, secuencia. Y la paradoja es que toda secuencia es intercambiable, y por ende falta de valor en sí misma, sólo produce sentido porque produce movimiento, como una planta de luz.

Superficie en lugar de profundidad, viajes en lugar de inmersiones, juego en vez de sufrimiento. La forma de adquirir experiencias se ha modificado para siempre. Los bárbaros están de paso y consumen aquello en donde pueden entrar rápido y salir fácil. Entienden, además, que habitar múltiples lugares con una atención bastante baja y siempre moviéndose —los bárbaros son nómadas— es lo que produce experiencia.

Dice Baricco: “Cada uno de nosotros está donde está todo el resto del mundo. Es el único lugar que existe, dentro

de la corriente de la mutación donde todo lo que conocemos lo llamamos *civilización* y todo lo que aún no tiene nombre, *barbarie*. A diferencia de muchos otros, yo pienso que se trata de un magnífico lugar.”

Pero no lloremos, no nos rasguemos las vestiduras. No hay alternativa. Todos somos mutantes, todos hemos sido contagiados por los bárbaros. Y todo ha sido contagiado por ellos —en mayor o menor medida—. Éste es un mundo que evoluciona, como un ser vivo. Lo importante no es quedarnos en la nostalgia de un pasado que no volverá. No: lo importante es decidir individualmente qué queremos llevarnos del pasado a ese mundo nuevo que nos ataca por todos lados, que nos cerca y al que inevitablemente pertenecemos. Y si eso que nos llevamos perdura no es porque se siga pareciendo a lo que era antes de la mutación, no: sobrevivirá sólo si puede mutar exitosamente. Yo mismo, en una comida reciente, he dejado de ser escritor —y comía con mi editor—, para pasar a ser un proveedor de contenidos. Lo curioso es que otro editor, recientemente, me comentó que las primeras páginas de mi última novela había que modificarlas porque eran muy literarias. Y yo que creía que escribía literatura, hasta ese día crucial en que me contemplé las escamas y las branquias detrás de las orejas y me supe mutante.

Y supe, claro, que la literatura estaba bien muerta y enterrada. No manden flores.