



educación y comunicación

11:105-109 Nov. 2015

LA AUTORA Y SU OBRA (CLAVES CONTEMPORÁNEAS DE LA COMUNICACIÓN)

**The author and her project
(Communication contemporary's clues)**

María Antonia García de León Álvarez
Universidad Complutense. Facultad de Sociología.
Socióloga y Poeta
E. mail: antonieta006@hotmail.com

Resumen:

En esta aportación se observa el fenómeno social de la comunicación en la actualidad, desde el punto de vista general y específicamente el de la comunicación artística. Ambos se observan desde una perspectiva sociológica. Se señalan fenómenos de: saturación comunicativa, consumismo comunicativo y narcisista entre otros. Se podría decir que lo que caracteriza a nuestra contemporaneidad occidental es una nueva era: la era del selfie.

Palabras Clave: Comunicación, imagen, selfie, artista, obra.

Abstract:

The essay covers the subject of the communication at the present time from a general overview and it also investigates the artistic communication. It's a sociological perspective that analyses over-communication, communication as consumption and individuals in communication. Today's society is selfie's community.

Keywords: Communication, profile picture, selfie, artist, creation.

Recibido: 02-06-2015 Revisado: 02-09-2015 Aceptado: 30-09-2015 Publicado: 01-11-2015

La dualidad autor y obra: un síntoma de nuestra sociedad

En una balanza imaginaria de las antiguas, de esas de los dos platillos, podríamos situar en uno de ellos al autor, en otro, su obra, en una especie de dualidad simplemente analítica; pues obviamente en una tercera vía por así decirlo, o recipiente, los dos se unirían y darían lugar al tres trinitario. Es decir de alguna forma, o dicho de forma abreviada: no hay dos sin tres. Sin embargo, en la actualidad, el asunto no es tan sencillo. Vivimos hoy en la era del ego desmesurado, de un yo en continuo *streptase*, de un Narcisismo feroz.

¿Y por qué no bautizarlo con un nombrecillo en inglés que anda de boca en boca? Vivimos en la era del selfie (este aparatejo que traen las nuevas máquinas de foto y ya todos los móviles).

Y además en la era del selfie compartido y mortificador del prójimo:

“¡Envíelo mientras lo está viviendo!”

¡Qué mareo! Son los tiempos modernos, como me gusta calificarlos con una distancia irónica recordando la obra maestra de ese mismo nombre, de Chaplin. Todo pasará. ¿Y si todo hubiera sido un sueño y volviéramos a hablarnos sin *whats app* y desterráramos por uso ad *nauseam* ese cacaraqueo del corral tecnológico? He ahí un buen argumento de ciencia ficción de la comunicación. Las nuevas tecnologías podrían ser flor de un día, como las quiere el Sistema y el negocio del mercado. De hecho, se produce el fenómeno de la veloz “oxidación” de la idea-máquina por otra en intervalos de relámpago. Es lo que llamo vivir bajo el síndrome de “la veloz oxidación” de nuestros tiempos.

Pues bien, volviendo a los dos platillos de nuestra balanza, el fiel de la balanza está hoy muy inclinado al lado del autor, su platillo pesa mucho, en mi opinión, demasiado.

Es este un nudo intelectual crucial y un problema de nuestro tiempo. Y es un nudo de primera categoría, pues se convierte además en un test proyectivo de nuestras sociedades occidentales. En un diagnóstico social de lo que nos está pasando, al menos en el mundo del arte y de la cultura. Daré algunos ejemplos. Pero antes, muestro en la tabla que sigue lo que considero el paradigma clásico del artista, y el paradigma actual.

| P A R A D I G M A ARTISTA CLÁSICO | P A R A D I G M A ARTISTA CONTEMPORÁNEO |
|---|--|
| 1. Primacía del oficio 2. Epicentro en la obra 3. Autoría (de oficio y colectiva) | 1. La persona es también la obra 2. Epicentro igualado en ambos: persona y obra 3. Obra no distanciada (teñida intensamente por el yo) |

Ejemplifica bien esta forma contemporánea de ser el cineasta Pedro Almodóvar. *In extremis* se podría decir, siguiendo nuestro análisis, primero Pedro Almodóvar, en segundo lugar, cineasta. Bien documentado queda en toda hemeroteca nacional e internacional que Almodóvar es puro *performance*, puro espectáculo en su propia persona, donde quiera que vaya.

Pero no es caso único. Él es un ejemplo más del artista contemporáneo. Veamos el caso de Zaha Hadid. Así la

describe la prensa:

«Más artista que arquitecta, y más personaje que artista, Zaha Hadid es el paradigma del artista moderno. Temperamental y desbordante, su voluminosa figura envuelta en túnicas plisadas de Issey Miyake, se impone con una presencia física que irradia aplomo y energía contenida. Sobre zapatos imposibles y ornamentada con bolsos y joyas que quitan el hipo, la iraquí afincada en Londres transmite una seguridad en sí misma que solo puede provenir de quien ha construido su imagen con tanto empeño como su propia obra. Desde la época juvenil en que se ataviaba con telas laboriosamente sujetas con decenas de imperdibles, Zaha ha hecho de su persona un proyecto artístico tan significativo como el formado por sus pinturas, dibujos, escenografías y diseños: un camino ya explorado por Dalí, Warhol o Beuys, pero menos común en el mundo profesional. Él la arquitectura. Elevada al estatus de icono mediático... » (Luis Fdez. Galiano. El País, 22-3-2004)

También es un ejemplo típico de lo que venimos argumentando, Dalí.

A propósito de la gran exposición sobre Dalí en Barcelona, Roy Disney (en El País, 5-2-2004) dijo:

«Mi tío y Dalí eran dos grandes promotores de sí mismos. Andy Warhol, uno de sus “alumnos” más aventajados en la apología de la popularidad, le hizo dos retratos filmicos a Dalí en 1965 y 1966»

Este énfasis contemporáneo sobre el autor/a oscurece a veces la obra, incluso llegando al surrealismo de obviarla (el hombre-autor es ya en sí mismo toda una factoría, o un emporio, vr.gr.: *Emporio Almodóvar, mutatis mutandi del Emporio Armani*, por dar un ejemplo). En plan de humorada (o entre bromas y veras) podríamos decir que es tan estúpido y/o tan humano, como que te guste el foie y quieras conocer personalmente a la oca. El fetichismo sobre el autor, *quasi* como el fetichismo de la mercancía que diría

Marx (la subasta de sus zapatillas, de la claqueta que utilizó en tal film, de su bolígrafo, etc., etc.), entra dentro de las patologías sociales de nuestros tiempos modernos.

La discreción cervantina

En el marco de todo lo anterior expuesto, deseo inscribir mi postura ante esa dualidad contemporánea. Que la persona permanezca en la sombra y salga a la luz la obra. Que se practique de cara al público la discreción cervantina, la de nuestro Cervantes: de elegantemente no soltar prenda. Ya saben o recuerdan ustedes: *En un lugar de La Mancha de cuyo nombre no quiero acordarme....*

Como ya dijo, uno de su mejores biógrafos el hispanista francés Jean Canavaggio (y tantos otros estudiosos), su vida es puro misterio y aún andan enhebrando sus cabos.

Marcelo Mastroiani, un paradigma de la alta cultura

No obstante, y habiendo dicho lo anterior, me viene con ternura a la memoria filmica mía aquel joven Marcelo Mastroiani, de “La Dolce Vita”.

Cómo no recordarlo, vagando, mariposeando por aquellas interminables fiestas romanas, con una aire entre indolente e indefinido, una pose del que está mano sobre mano, tanto en la fiesta como en la vida. Constantemente, las señoras le preguntaban en aquellos saraos:

-¿Y usted qué es, a qué se dedica?-

Vagamente respondía, con un aire evanescente:

-Soy escritor-

Quedaba en pose magnífica, ni decía obra ni nada, ni

nadie le preguntaba más por sus escritos y sus novelas que eran seguramente imaginarios e inexistentes.

Quien preguntaba se iba satisfecho, dejando al bello Marcelo nimbado bajo una aureola magnífica y el perfume de una gran admiración a la persona del escritor, en realidad sin obra, sólo con la misteriosa etiqueta social de ser un escritor.

Eran los años sesenta, era “La Edad de la Inocencia”, del permitido *dolce far niente*, sin mala conciencia.

Lejos aún, los tiempos oscuros y el mundo saturado que hoy nos habitan.

Era el aura de misterio y/o de carisma que rodeaba al oficio de escritor (o de artista, en general) y su comunicación.

La era del selfie: Un mundo saturado/Un mundo exhibicionista

Saturación, exhibición y velocidad comunicativa (¿o impositiva?) son los tres rasgos que componen el paradigma social que califico con una etiqueta distante e irónica, pero cierta, como nuestro habitar en la era del selfie.

Saturación de imágenes y circulación al instante de imágenes, gran velocidad de circulación, celeridad de la inconsistencia. Hay ya un clic nervioso que forma parte de nuestra antropología globalizada: disparar, disparar, clic-clic, por doquier, el humano moderno es *homo fotografiandi* (vr.gr.: estoy en un restaurante, llegan veinte comensales a una gran mesa, no solo tiran fotos del grupo, se tiran incesantemente un selfie con el comensal que le ha tocado al lado, o en grupos de dos, o de tres que caben en la pantalla, después le tiraron otra foto a la gran orquesta de mariachis que tocaba en el escenario. Ayer vi esta escena en la Ciu-

dad de México, esta noche la podría ver en cualquier mesón de Madrid). Ya no se puede vivir sin la imagen y todos sus aledaños. Al extremo podríamos decir que vivir es fotografiarse. Habitamos en la imagen, somos sus habitantes. Es nuestro tiempo del consumo-consumista de la imagen y de la información. Usar y tirar. Este paradigma social actual está creando productos tan curiosos como terapias contra el móvil, hoteles del silencio, etc. Característicos productos de un movimiento de péndulo extremo y salvífico.

Circunscribiéndonos al plano de la comunicación de masas, podríamos hablar del fenómeno social de la *banalidad de la información*: la infomerción como acto teatral, se acaba la representación, se olvida lo fáctico. Sobreviene rauda la ansiedad por otra pieza a representar en *el gran teatro del mundo* y sin embargo, lo fáctico está ahí, sigue viva la miseria, o la guerra, por ejemplo, pero ya no es pieza de escenario, pieza representable. No puedo extenderme aquí más sobre este relevante nudo de problemas, con derivaciones cruciales para la comunicación y la educación. De tal manera, que empieza a subyacer a nuestro mundo una especie de ansiedad de austeridad, de amor por ella (antídoto a todo lo anterior), condensada en arte en el sabio *dictum*: menos es más. Qué gran medicina social, que gran remedio educativo y comunicativo (vr. gr.: nada más demoledor de la palabra que el campo político y sus verborréicos personajes, quizás de ahí, la emergencia del lenguaje poético en la actualidad con su verdad y sobre todo, ejercicio de la palabra exacta).

Circunscribiéndonos al plano de la comunicación artística que hemos desarrollado al inicio, el paradigma tiene esos rasgos citados más un tremendo subrayado del narcisismo del artista. Él se muestra, él es la obra,

él se canibaliza y nos canibaliza, nos da a comer “su carne”. Este es el caso de los triunfantes artistas del performance que pese a su éxito global, comienzan a levantar tímidas críticas.

Deseo concluir este texto que es sin duda un texto abierto, inconcluso, que continuará, pues lo que acabo de escribir está pasando ante nuestra mirada, está en pleno movimiento y cambio y debe de ser estudiado, analizado, porque nos importa, compone nuestro paisaje humano actual.

Hoy le doy fin con un breve poema:

Tú eres tu extraño

Vívela como siempre,

cuéntala como nunca,

muéstrala como publicidad.

Adopta un *selfie* para tu vida y proclama:

Mi vida, un anuncio de coca cola con ropa de Armani

Como Shidarta postmoderno

que no conoce ni la enfermedad ni la muerte,

diseña su vida.

A lo lejos, un Guadiana subterráneo

susurra la “*Balada de Quien Perdió su Yo*”.

Áspera, la vida se maquilla.

Se escucha un gemido:

Salva,

salva me.

María Antonia García de León

Referencias

Fernández Galiano, L. (22 de marzo de 2004). “Zigzag Zaha”. El País (<http://cort.as/YBKx>) (10-09-2015)

Serra, C. (5 de febrero de 2004). “Delirios populares de Dalí”. El País (<http://cort.as/YBJR>) (10-09-2015)