

---

---

GABRIEL ZAID

# CALIDAD Y RECONOCIMIENTO

*A lo largo de esta serie sobre cultura y calidad, Zaid ha señalado los dramáticos cambios que ha experimentado el mundo de la cultura. El más preocupante de todos es quizá el que señala en esta última entrega: la pretensión de medir la calidad de una obra por el alcance de su éxito.*

**L**OS MEDIOS CULTURALES SE HAN VUELTO MENOS ENTUSIASTAS DE la calidad concreta de las obras que de sus éxitos abstractos: los reconocimientos que otorgan las universidades, el mercado, el Estado, los medios. Hasta las personas educadas, al demostrar su admiración por una obra, muchas veces no dicen: ¡Qué maravilla! ¿Te fijaste

en ese detalle?; sino: ¿Sabes en cuánto se vendió? ¿Ya viste en dónde lo publicaron? ¡No cabía tanta gente en la sala! Lo mencionaron para el Premio Magno. ¿Leíste el currículum? Es Director de Investigaciones Ilustres y miembro de la Academia Impermeable.

Pascal inventó el cálculo de probabilidades en su casa, como investigador independiente. Pero hoy las matemáticas se hacen en cotos universitarios cerrados para quienes no sean parte del sistema de acreditaciones. Aunque las matemáticas, por su propia naturaleza, son artesanales (un trabajo personal y mental, igual en casa que en la universidad), se ha cancelado la posibilidad de hacer aportaciones desde afuera. No porque no se puedan producir, sino porque no hay quien las reciba. Los filósofos, los historiadores, están en un caso parecido, con la diferencia de que su trabajo puede interesar al público no gremial. En este caso, se exponen a ser descalificados como aficionados, periodistas, divulgadores, aunque hayan hecho más aportaciones que muchas medianías del claustro académico. Esta pequeñez de los medios académicos desanima, y está hecha para eso: para que nadie se meta en sus dominios oligopólicos.

También los medios masivos, como las universidades, consagran a personas valiosas y a mediocres lamentables, producen

cosas excelentes y toneladas de basura. Pero no es la misma clase de basura, ni el mismo tipo de mediocres. Lo mejor de las universidades suele ser minoritario; y lo peor, todavía más minoritario: no le interesa absolutamente a nadie, se produce para el expediente de los cumplimientos burocráticos, para añadir renglones al currículum personal y el informe departamental. Lo mejor de los medios suele ser masivo; y lo peor, todavía más: se dirige a los gustos rudimentarios, para vender, aunque sea degradante.

Las consagraciones oficiales, como el *rating* comercial y el credencialismo académico, pueden favorecer la calidad o la mediocridad. Los Estados doctrinarios premian las posiciones correctas y persiguen la disidencia, independientemente de la calidad. Los otros, con ojo político, miden el peso relativo de cada clientela y le conceden (o no) refrendar oficialmente las consagraciones que proponen (sin olvidar las preferencias de los funcionarios en turno, que también tienen su corazoncito). Al cielo oficial (libros de texto, museos, monumentos, nombres de calles, sellos postales, nombramientos, premios, becas) se llega de maneras muy diversas: politiqueos, concursos, consensos, caprichos, azares, y hasta la calidad.

Tanto las consagraciones oficiales como las comerciales y académicas convergen en los medios de comunicación: buscan la resonancia y tienen los recursos necesarios para hacer ruido.

Adquieren así una especie de equivalencia en el renombre. Independientemente de su origen sectorial, y de los distintos procesos de reconocimiento, se convierten en lo mismo: noticia, notoriedad, repercusión social. En el mejor de los casos, esto favorece la producción valiosa del gigantismo, pero deja en silencio la producción valiosa que no hace ruido porque se concentra en que la producción sea valiosa, descuidando la repercusión, o porque no tiene recursos para hacer ruido, o porque no le gusta hacerlo. En el peor de los casos, la repercusión favorece la basura: la vacuidad que ya ha tenido éxito, o que lo adquiere por la repercusión.

Hay muchas quejas por la injusticia de todo esto, especialmente cuando se comparan las obras valiosas que pasan en silencio con las mediocres que hacen ruido. Pero lo más pernicioso de todo no es la injusticia, sino la distracción. Cuando la atención pasa de la obra a su repercusión, deja de escucharse la obra misma: pierde sentido haberla producido. Distraerse de la calidad hacia el éxito es una especie de nihilismo cultural que da el mismo valor (o sea ninguno) a lo que tiene el mismo éxito. Un cuadro importante y otro sin importancia valen mucho, si se vendieron en un millón de dólares. Un libro bueno y otro malo valen poco, si se vendieron poco.

Lo importante de un cuadro (si es importante) es lo que dice y cómo lo dice, no en cuánto se vendió. Pero es difícil que los medios pongan de manifiesto eso importante, con una buena reproducción y una discusión interesante de la técnica del pintor. Lo fácil es dar la noticia de la subasta, comparar los precios alcanzados, comentar la puja y los antecedentes del comprador, fotografiar a las personas notables, difundir los chismes. Así, los indicadores de éxito sustituyen el aprecio concreto de la calidad.

Por esos indicadores, hay gente que paga más por una prenda de vestir mal diseñada o acabada, si tiene una etiqueta de prestigio, y gente que, pudiendo comprar cuadros buenos de pintores menos conocidos, se siente más segura comprando cuadros sin importancia de pintores con renombre. Las pruebas de mercadotecnia han demostrado que un buen perfume demasiado barato parece que huele menos bien, y si alguien se tomara la molestia de hacer pruebas semejantes en la cultura llegaría a resultados parecidos. Por ejemplo: un cuadro admiradísimo, del cual se acaba de probar que es falso, se deja en el museo, pero con el rótulo correspondiente (falso Rembrandt), y se hace una encuesta. El resultado predecible es que el mismo cuadro, en el mismo lugar, parecerá menos bueno.

De igual manera, una demostración científica publicada en una revista académica de un país de segunda clase (ya no se diga fuera de los medios académicos) no demuestra nada: nadie perderá el tiempo leyéndola. Y un fraude científico publicado en una revista de primera clase será recibido como la verdad, por los indicadores externos, no por la verificación personal de su contenido. Esta verificación personal, que se da también al leer, escuchar música, ver un cuadro, andar en un espacio arqui-

tectónico o sumergirse en una película, es lo importante de la cultura, pero es precisamente aquello de lo cual nos distraen los indicadores externos.

El verdadero reconocimiento de una obra es recorrerla, conocerla, ver que funciona maravillosamente, experimentarla. Lo importante de un poema importante es lo que dice y cómo lo dice, no el currículum del autor. Pero cada vez más se leen currículos, no textos. En las solapas de los libros, en las reseñas, en las entrevistas, en las presentaciones ante el público, los textos no aparecen como experimentos de lectura, como experiencias dignas de ser vividas por el lector, sino como hitos en la carrera de éxitos del autor. Los homenajes no consisten en crear la situación necesaria para que se escuche la obra, sino en construir mausoleos para enterrarla viva, bajo una letanía que enumera sus éxitos: para que se escuche el obituario. El cielo y el infierno, que daban premios y castigos en el más allá, han descendido aquí y ahora a la cultura. Sus ángeles pasan repartiendo obituarios. Para que no veamos cuadros, sino firmas y precios. Para que no leamos poemas, sino currículos.

En la cultura del obituario, lo importante de una beca no es la ayuda práctica para hacer algo valioso: es el hecho mismo de haberla recibido, la medalla en el pecho hasta el fin de los tiem-

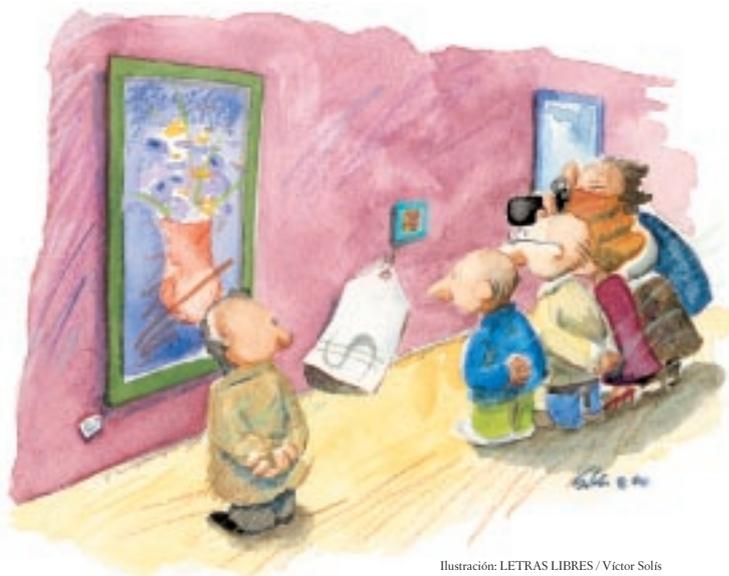


Ilustración: LETRAS LIBRES / Víctor Solís

pos. Con resultados poco prácticos. Los que reciben becas pueden producir basura impunemente, porque las instituciones no se equivocan: la beca misma es la demostración del valor de la obra; y, en consecuencia, los que no las piden, o no las reciben, aunque produzcan algo muy valioso, no valen: fuera de las instituciones, no hay más que el limbo o el infierno. De igual manera, lo importante de entrar a una academia no es la oportunidad práctica de hacer cosas valiosas en su seno, sino el mero hecho de recibir el nombramiento: un paso más en la carrera de honores a la gloriosa cremación.

En el mundo de los negocios se publican manuales para

trepadores, que incluyen desde cómo vestirse, cómo presentar un currículo que vista, cómo planear una carrera de ascensos, cómo hacer política prudente y capitalizar los éxitos, cómo ganar amigos e influir sobre las personas, cómo lograr las relaciones que producen y dejar las que no producen, cómo tener actitudes positivas y negociar con provecho para ambas partes. En el mundo de la cultura, muchas de estas cosas ya se practican, aunque todavía no aparecen los manuales: Empieza por sacar una licenciatura; cuélate a como dé lugar en tales grupos, reuniones, publicaciones; corteja a Fulano y a Zutano que tienen las llaves de esto y aquello; publica en donde hay que publicar y menciona a los que hay que mencionar; busca el doctorado, pide becas, súmate a las buenas causas, observa atentamente hacia donde sopla el viento, no te quemes jamás, gana puntos y posiciones: de una cumbre ganada es más fácil saltar a otras; acumula, acumula: esa es la ley y los profetas.

Poco antes de su muerte (y después de haber hecho una fortuna), Andy Warhol declaró que “No hay arte más fascinante que ser bueno para los negocios”. Dijo lo mismo con su obra, inteligente y vacua: No hay nada que decir, excepto que no hay nada que decir. Pero esta nada hay que decirla con el formato y el empaque de estar diciendo algo, no con el silencio; con todo profesionalismo, con aplomo sostenido, ganando puntos y acumulándolos. Una reseña escandalizada o de *snobbish appeal* lleva a las otras, genera entrevistas y nuevas exposiciones, monografías, ventas, maravillosas ventas. ¿Qué millonario esnob no exhibirá orgullosamente la reproducción exacta de una lata de sopa Campbell’s firmada por Warhol? El tema insólito, su repercusión en los medios, la consagración de monografías y museos, el precio elevado, dicen más que el cuadro y lo convierten en una *conversation piece* para las visitas. El éxito es todo lo que hay que decir.

Cuando Borges imaginó a un Pierre Menard que volviera a escribir literalmente el Quijote, demostró que no era bueno para los negocios. De haber dominado, como Warhol, el arte más fascinante de todos, hubiera convertido esa ocurrencia en una industria posmoderna: cobrar regalías por el Quijote, reescrito literalmente por Borges.

Buscar el éxito por el éxito es una vacuidad de larga tradición, que se volvió respetable en el mundo de los negocios. La novedad es que también se está volviendo respetable en el mundo de la cultura. Lo cual distrae de la cultura misma, con efectos corrosivos para la calidad, hasta en aquellos que la buscan. ¿Para qué esforzarse por la calidad, si nadie ve la diferencia? ¿Cómo oponerse a las cosas mal hechas, vacuas o mediocres, cuando tienen todas las credenciales del mundo?

La aplanadora oligocrática del reconocimiento (académico, estatal, comercial) resuena en los medios y rebasa la situación descrita por Tocqueville (una aristocracia que exige calidad, frente a una democracia que aspira a la calidad, pero se conforma con las apariencias). Es una nueva situación en la que ya no importa el gusto concreto de la calidad, sino el reconocimiento abstracto del éxito. —

## B L A N C A V A R E L A

### Poemas

I  
sobre la tierra de sal yacen sin ojos  
los negros estandartes del mar  
¿qué se hicieron los aires submarinos  
bajo los cuales flamean

antes de la batalla?

¿qué se hicieron la impavidez de la carne  
y el lujo de la sangre  
vistiendo la untuosa escama de la noche?

En la marmita de los pobres  
Su gloria se torna bocado  
Magro aceite  
tal vez eructo y pena

2  
mi cabeza como una gran canasta  
lleva su pesca  
deja pasar el agua mi cabeza

mi cabeza dentro de otra cabeza  
y más adentro aún  
la no mía cabeza

mi cabeza llena de agua  
de rumores y ruinas  
seca sus negras cavidades  
bajo un sol semivivo

mi cabeza en el más crudo invierno  
dentro de otra cabeza  
retoña

3  
hoguera de silencios  
crepitar de lamentos  
por el camino de la carne  
sangre en vilo  
se llega al mundo

así alumbra su blanco la tiniebla  
así nace la interminable coda  
así la mosca desova en el hilo de luz

la tierra gira  
el ojo de dios no se detiene

qué haríamos pregunto  
sin esta enorme oscuridad —