

Naranja Dulce y el resto del mundo

RADAMÉS MOLINA

El gran postmoderno

Hace unos años fui a Gerona, ciudad catalana cercana a la frontera francesa, donde se escribieron los principales libros de comentarios cabalísticos (esos libros que Borges citaba una y otra vez), y aunque el barrio judío merece por sí solo una enciclopedia, fui allí para entrevistar a Richard Rorty y apenas tuve tiempo para hacer otra cosa.

No sé si es necesario presentar a Richard Rorty; para ser escueto diré, a los efectos de este artículo, que fue uno de esos filósofos "postmodernos" que junto a los franceses Lyotard, Guattari, Deleuze, Derrida, Foucault y Baudrillard trazaron cierto itinerario intelectual en La Habana de los ochenta.

Mi generación parecía fascinada por el análisis del poder que hicieron estos pensadores, extraño a la ortodoxia marxista en que habíamos crecido, el estudio de lo que algunos de ellos llamaban el "fin de los grandes relatos emancipadores" (expresión que, simplificada al extremo, querría decir "el fin de las utopías"), la superposición de códigos y estratos culturales de las sociedades del Primer Mundo, la visión del capitalismo como una sociedad marcada por los flujos del deseo, etc., etc.

Sin embargo, por alguna extraña razón, en esos tiempos no hubo filósofo, escritor, director de cine, músico o pintor; no hubo revista libro o publicación, no hubo, siquiera, arquitecto, que me pareciera más postmoderno que la revista *Naranja Dulce* (NOTA: en adelante N. D.) y sé que esta afirmación es excesiva.

Aquel día yo estaba en Gerona, hablaba con Rorty y me habría gustado mostrarle un número de N. D. Irónicamente por entonces trabajaba para otras publicaciones y poco habría podido hacer con una entrevista a Rorty sobre una Cuba que hace años no visito y menos aun sobre una revista que no existe.

El encuentro con Rorty fue revelador para mí en lo relativo a mi idea de una publicación contemporánea y redefinió mi propia interpretación de la postmodernidad. Para Rorty, todos esos "grandes relatos emancipadores" que mi generación pretendía profanar con insistencia, apenas habían tenido alguna vez sentido y mucho menos presencia real en su país (los Estados Unidos).

De manera que más de una vez me dijo que ése era un problema de "ustedes los europeos" (Rorty nunca supo que yo era cubano, y la verdad es que, en ese contexto, me pareció un dato irrelevante)

Los europeos habían inventado todos los "ismos" terroríficos de la historia... Y yo sólo llegué a preguntarle con malicia: "¿Entonces la culpa de todo la tiene Europa?".

Rorty me dio una lección de inteligencia y buenos modales (así lo percibí yo) y me dijo: "Lo que quiero decir es que en América las revoluciones y los grandes cambios sociales no han tenido como rectores a los intelectuales".

Si en Europa es posible saber en casi todos los casos qué filósofo "inventó" qué modelo social, en el imaginario cultural de América no existe ese vínculo directo entre la teoría y la realidad.

Hubo algo así quizás en los inicios del movimiento comunista americano, pero por suerte en Nueva York dejaron de creer en Stalin en la década del veinte. Ante esos argumentos, de repente, en medio de la conversación, empecé a pensar que N. D. no era tan postmoderna como yo había pensado.

Era otra cosa mejor o peor, pero no era "tan" postmoderna.

Lo que sí importa era que como proyecto editorial se había interrogado y había tratado de afrontar todas estas cuestiones.

En cierto sentido N. D. pretendió tener un mensaje editorial de referencia, ya fuere por sus textos o por su concepción gráfica, bajo el supuesto (así lo interpreto yo) de que los autores convocados por ella tuvieron la legitimidad intelectual suficiente y la voluntad de ser rectores de un cambio tal vez inconfesado.

N. D. fue universalista, y aunque siempre tuvo una segmentación de sus contenidos no tenía ese carácter operativo y quirúrgico que Rorty, como "postmoderno peculiar", concibe para la filosofía. De algún modo sí que quería construir un gran relato.

No era una publicación en la que un grupo de expertos hablase de sus parcelas de reflexión pública. Se intentó, eso creo, hacer que los colaboradores hablasen de cosas que "conociesen" pero no nació con un perfil editorial demarcado a cincel. Por otra parte, ahora, unos años después, cuando pienso en ejemplos emblemáticos de publicaciones en las que se superponen discursos y códigos, arte, literatura y diseño me vienen a la mente casos muy diversos, ocupados de temas muy variados:

El paseante; The Face; Dazed and Confused; Wallpaper, Granta...

cuya estética y perfil editorial son o muy precisos o tremendamente lúdicos, pero que siempre tienen una idea muy precisa de cuál es su público.

Sin dudas estas precisiones destinadas a establecer el perfil editorial de N. D. se hacen bastante precarias si se aplican a Cuba, país en el que no existe una industria cultural... pero, a mi juicio, lo importante de N. D. fue esa vocación por esclarecer, a través de su propia política editorial, un juego gramsciano en el que los autores, ilustradores, diseñadores y editores de la publicación pretendían erigirse en intelectuales orgánicos.

Por otra parte, aunque en N. D. es posible encontrar similitudes gráficas con publicaciones cubanas clásicas, es notoria su voluntad de ruptura y su guiño a la cultura postmoderna. Por esos tiempos parecía que Cuba era el mejor ejemplo de esa "doctrina". Las eternamente suculentas mulatas de La Habana parecían un irrepitible testimonio de cuán postmodernos éramos y los Cadillacs de los cincuenta que circulaban por la ciudad (y que creo que no dejarán nunca de circular) eran el extremo de ese argumento. Antes habíamos sido surrealistas, cristianos órficos o comunistas con el mismo nivel de identificación asimétrica.

Ahora el mismo descrédito tácito con que alguna vez la *intelligentzia* nacional había aceptado aquellos ismos nos convertía en observadores distantes, en magistrales apropiacionistas liberados de todos los lastres que podría imponernos la tradición y el presente. En definitiva en postmodernos.

Ha pasado todo este tiempo y N. D. me parece, pese a sí misma, una revista ilustrada, muy cercana al fanzine; irreverente, intelectualista y, por encima de todas las angustias que la asfixiaron, hecha para conceder y demostrar el crédito intelectual de sus colaboradores, aunque fuese en unos pocos números.

En una época en que el mundo editorial empezaba a revolucionarse bajo los efectos de la tecnología digital y las grandes editoriales de Occidente empezaban a ser gestionadas por ejecutivos en muchas ocasiones llegados de las más poderosas cadenas de televisión, ávidos de alcanzar el célebre "15 %" de beneficio, aparecía aquella revista que, en definitiva, estaba auspiciada por un Estado totalitario. En continua tensión entre el interés público y la legitimación individual, entre el pastiche visual y la discursividad gráfica, el rechazo de cierta literatura y de cierto estilo de ilustración descriptiva de los contenidos, entre cierta vocación culturalista y la irreverencia más sincera, N. D. sentaba las bases de un intento de redefinir qué juego público podía tramar una revista cultural en un mundo que por entonces nos parecía que cambiaba más deprisa que nunca.

Las guerras, siempre las guerras

En 1991 Baudrillard, otro de los filósofos postmodernos, escribió sobre una guerra transmitida en directo, en la que los misiles y las bombas destruían sus objetivos con una precisión milimétrica.

La eficacia de los bombardeos simplificaba en extremo las operaciones de la infantería (clásica referencia militar a la ocupación de un territorio, pues sin fotos de soldados arriando banderas enemigas nadie cree en la victoria).

Esa imagen de la guerra como un espectáculo aséptico, quirúrgico y fascinante fue también propia de esa época. Lo cierto es que en esa guerra (la del Golfo) se lanzaron más bombas que en Vietnam y que en Vietnam se lanzaron más bombas que en toda la Segunda Guerra Mundial. La creciente potencia de los motores ha hecho posible ese espectacular y terrible resultado que es un reflejo de la capacidad de transporte que despliegan los ejércitos en combate. Asimismo la electrónica de los sistemas de localización de los misiles y el uso de computadoras y robots en las zonas de combate, empezaron a ser objeto de reflexión. Otra vez aparecía el "fantasma de la máquina" y nos venían a la mente los escritos de Heidegger sobre la técnica. Ahí están siempre los motores rugiendo y transportando cosas, basta con ver cada año que los F1 son cada vez más rápidos.

Ésas eran las guerras del mundo; un buen ejemplo de las nuestras era un artículo aparecido en uno de los números de N.D. en que se hablaba de la síntesis digital de imágenes y de la precisión de los movimientos guiados por computadoras. ¿Qué pasaría, se preguntaba el autor, cuando las imágenes generadas por computadoras fueran tan perfectas como para reemplazar a los actores de carne y hueso?

Más de una década antes la prensa cubana hablaba constantemente del "Big Picture..." Ahí sí que estaban las bases de la revolución digital, parecían decir los periódicos del régimen. El "Big" era una especie de sistema operativo muy parecido a lo que después fue el Windows, desarrollado por los Estados Unidos para gestionar en una pantalla catódica la enorme cantidad de controles, indicadores y sensores que necesitan los aviones de combate. Con el "Big" el piloto podía ampliar en la pantalla la información relativa al despegue durante esa fase del vuelo mientras el área destinada al resto de los indicadores quedaba minimizada.

Ese sistema no sólo fue el germen del Windows y de los sistemas operativos gestionados mediante íconos y ventanas, también fue la base conceptual de los programas de diseño y edición de libros y revistas.

Me pregunto si N.D. fue diseñada con alguna computadora o si todos aquellos collages que llenaban sus páginas se hicieron recortando figuritas con una tijera para luego pegarlas en una gran cartulina...

Ésa era, sin dudas, nuestra guerra: reflexionar sobre un país cuyo futuro pasaba siempre por la guerra y por todos los artefactos que la hacen más mortífera; consumir información a mansalva en un país cuyo principal periódico podía dedicar dos tercios de su espacio a describir el "Big Picture " con todos sus detalles; conjeturar cuál sería el futuro de las representaciones digitales desde una revista cuyo proceso de edición y composición debió de haberse configurado con unos incómodos y entrañables papier maché en los que, capa tras capa, se pegaban como estratos rocosos las figuras con que sus ilustradores y diseñadores y artistas intentaban desentrañar el mundo.

La tracción seductora

Los adolescentes hablan de la "tracción de los Nike", de la sensación religiosa de no resbalar cuando los usan y las campañas de marketing proclaman que se adhieren al suelo como si tuvieran pegamento. Lo más sorprendente del capitalismo contemporáneo, y creo que para algunos es desolador, es que la gestión de los mitos cotidianos empieza a ser privilegio de las empresas en detrimento una vez más del Estado, la historia o la religión. Vivimos en un mundo en que las marcas se han "posicionado" ante nosotros describiéndonos sensaciones y filiaciones que antes parecían ser patrimonio de los Estados o las tradiciones.

Sin embargo, transmitir y provocar la sensación de que unos zapatos tienen más tracción que otros y de que eres mejor si lo llevas es algo muy sofisticado que se consigue con inversiones millonarias. Cualquiera puede hablar tanto tiempo y con tantos detalles de esas experiencias recitando casi de memoria lo que dicen los publicistas.

La CIA no derrumbó el muro de Berlín. Radio Europa Libre, la emisora que durante la guerra fría transmitía propaganda occidental contra el mundo comunista, apenas tuvo sentido si se compara con el efecto seductor de las campañas de publicidad hechas en esos tiempos para vender artículos en Occidente que fueron vistas por ciudadanos del otro lado del telón de acero. A la CIA no se le hubiera ocurrido subvencionar a Nike para que la gente de la Europa comunista renunciase a sus ideas y emigrase deseando tener unas Waffle. Y, sin embargo, eso fue lo que pasó con muchos jóvenes y veteranos luchadores por un "mundo mejor". Por más que los publicistas se suelen considerar a sí mismos gente creativa más bien alineada con la izquierda y el "progreso", ellos fueron quienes derrocaron a la izquierda y son quienes hacen que millones de inmigrantes atraviesen ríos, desiertos y mares en busca de sueños que en realidad son muy concretos.

Por más que se diga que la publicidad es más efectiva si es breve y sintética, el imaginario de las marcas y sus discursos corporativos son textos como la Biblia y el Corán y tal vez más pretenciosos. Párrafos y párrafos personalizados para todos los eslabones de la cadena de producción y consumo indican cómo hacer el producto, cómo venderlo y cómo disfrutarlo. La precisión verbal, el despliegue imaginativo con que se describen unos Nike en un spot publicitario es comparable con esas notas de cata que ponen en las botellas de vino diciéndonos a qué sabe antes de que lo hayamos probado. Si vas a una feria del libro y ves a los editores ufanos en trajes y corbatas o sin trajes y corbatas, sabes que no han leído los libros que venden. En cambio si vas a una feria de zapatos deportivos resulta improbable que los presentes no los hayan usado o no los hayan tocado con fruición para confirmar y demostrar que son zapatos ligeros, flexibles, ventilados, etc. Y es muy posible que allí haya muchos editores de libros y revistas comprando zapatos con el dinero que han ganado vendiendo literatura.

En un mundo así resulta complicado explicarle a alguien qué fue N. D. y tal vez sólo se pueda entender qué cosa fue N. D: si se intenta primero describir el mundo con cierta sinceridad. Diría que pensamos que una revista "cultural" es una revista que mira por encima del hombro a los discursos mediáticos, con la convicción íntima de que es una referencia para disponer y reorganizar el resto de las masas discursivas de la sociedad en que actúa. Y en el caso de N. D. esa sensación es mayor porque fue concebida en un país y en una época en que el mercado era un tabú. (Ésta sería mi nota de cata de N. D.)

N. D. tuvo la suerte y la desgracia de no tener anunciantes que aportaran recursos económicos a sus maltrechas arcas; tampoco tuvo la presión de éstos, ofendidos por algún artículo irreverente. En realidad sí que había un anunciante y era el Estado. Creo que N. D. desapareció cuando un escritor mexicano vio uno de sus números y comentó que éramos "algo fascistas" porque habíamos publicado un texto sobre Yukio Mishima. Ese comentario fue hecho en medio de una reunión con los jóvenes comunistas, y poco después, se nos dijo que no había papel para seguirla publicando.

Para mí lo más triste de esta historia no fue la censura, hablar de censura siempre tiene una dimensión heroica que resulta tentadora asumir; lo realmente incómodo es esa sensación de estar bajo una parálisis "premoderna" que viví por entonces y la pasmosa lentitud con que sucedían las cosas (nada comparable con la lentitud de una escena erótica o de un juego de seducción). En definitiva el día en que me dijeron que no había papel para N. D. descubrí que tampoco había "tracción" para ir hacia delante siquiera con el pensamiento, que la redefinición del juego de fuerzas que conforman el autor y su público se estaba produciendo desde esa misma lentitud que tanto deploro, y que en Cuba todo sería a partir de entonces demasiado lento para mi gusto. ■

