

El mundo de la cultura

- **¿COMO SE REFLEJA EL ARTE EN LA PRENSA?**
- **UN AUTOR PUEDE SER CONSAGRADO A BASE DE PROPAGANDA.**
- **EL CRITICO IDONEO PUEDE INFLUIR PODEROSAMENTE EN EL GUSTO DEL PUBLICO.**
- **HAY UNA CRITICA SINCERA Y UNA CRITICA MERCENARIA.**
- **EL AUTENTICO VALOR ARTISTICO SE IMPONE POR SUS PROPIOS MERITOS.**
- **LA RADIO Y LA TELEVISION PUEDEN SER MAS PODEROSOS QUE EL PERIODICO O LA REVISTA PARA ORIENTAR, AFIRMAR O CORROMPER EL BUEN GUSTO.**

por

Pascual

Venegas Filardo

¿Cómo se refleja el arte en la prensa? ¿Cómo influye ésta en el movimiento artístico? ¿Qué determina el comentario, la información, la crítica, el ensayo, sobre temas de arte en la actividad artística, en la justa ubicación de los valores? ¿Es ponderada, es justa, es sensata la actitud periodística frente a las manifestaciones artísticas, frente a los valores artísticos, frente a los creadores en el campo del arte? Sin duda que todas estas preguntas sintetizan un complejo difícil, a veces enmarañado, porque muchas veces, detrás de los valores mayores o menores, de las obras de creación, se mueven los más variados intereses.

En días pasados se hacían comentarios en torno al éxito de un libro. No importan el autor ni el título. Se trataba de un libro editado en los Estados Unidos. La aparición de ese libro estuvo rodeada de una extraordinaria obra de publicidad. En muchas tardes y en muchas mañanas, al aparecer el libro, se indicó que el autor pondría su autógrafo en los ejemplares que fuesen comprados en equis librería. El público no midió los alcances de la ética publicitaria. Los oídos y la vista del público se llenaron con el nombre del autor y con el título del libro, el cual tuvo un tiraje de varios millones. La curiosidad condujo a ese fenómeno. Posiblemente, autor y libro estarían olvidados al cabo de pocos meses.

"Buen día, Tristeza", de Françoise Sagan, tuvo un gran éxito de venta. En el fondo, el libro vale poco. Un aparato de crítica lo convirtió en *best-seller*. Los libros posteriores de la autora no tuvieron mayor éxito. El que lo tuvo está olvidado. Se nombró a la autora sólo por un aparatoso accidente de automóvil y no por su novelita, que es una mezcla de erotismo, desenfado y frivolidad.

Escojamos un país cualquiera para responder a las preguntas con que en-

cabezamos estas notas. Podría ser Venezuela, como podría ser Argentina o México. No tomamos como ejemplo a un país culto de Europa porque allí, la situación es distinta. Hay quizás otro tipo de crítica, aunque seguramente por detrás de la obra de un pintor, de un novelista, de un músico, podrían moverse intereses invisibles. Una crítica en el dominical "Times" de Londres, o en el "Book Review" del New York Times, o en el suplemento literario de "Le Figaro", puede considerarse consagratorio. Se supone que el crítico musical, literario, de artes plásticas, de un gran rotativo de París, Londres o Nueva York habrá de detenerse sólo en la obra del valor joven que se revela, no ya como una protesta, sino como una figura de las bellas letras o de las bellas artes. Recordamos haber leído del crítico musical del suplemento literario del "Times" de Londres la aseveración, luego de haber escuchado la Sinfonía de Berlín en el Festival de Edimburgo, que jamás había escuchado unos cobres con el sonido como el de los pertenecientes al famoso conjunto orquestal europeo. La circunstancia de escribir para un gran diario de crédito internacional hacía altamente valedera la afirmación del crítico, y sin duda alguna que esa opinión caló hondo en el lector. Quienes no han escuchado la orquesta europea se forman un concepto de ella a través de la palabra del crítico.

Entre nosotros no abunda la crítica de arte. No son muchos los consagrados a esta actividad, como tampoco es abundante la crítica literaria. No pocas veces la reacción de quien escribe es más emotiva que analítica. Se hace crónica literaria o crónica artística. Se da una impresión, pero no un juicio. Es muy usual, a través de la lectura de una serie de trabajos en los cuales se juzgan libros, pongamos por caso, hallar textos donde se habla a menudo de bondades, pero sin que se señalen los defectos, las deficiencias, de la obra. Y el lector, que debería hallar la orientación, la opinión sincera del comentario, ex-

en las páginas de la prensa

perimenta a veces una desilusión porque al leer el libro que adquirió, tras enterarse del comentario, no halla en él las virtudes, a veces exageradas, que le pintó el comentarista.

Frente al movimiento de artes plásticas, el aficionado, o simplemente el lector común, se hallará ante tres tipos de textos: ante la crítica hecha a conciencia, ante la crítica parcial en la cual el comentarista elogia o condena, según su gusto personal, por ser desafecto a determinada escuela; o ante el comentario interesado, si se quiere, comercial, que responde a una propaganda velada del dueño de galería que desea vender y pondera así méritos que a veces no tiene la obra, a través de la pluma mercenaria. Sin duda que estas tres actitudes orientan y desorientan, crean un dilema ante el lector, ante el aficionado a las artes plásticas. El hombre de la calle, y nos referimos aquí al hombre ajeno al mundo interno de galerías y de crítica, toma cada texto por su valor aparente. Nos hemos hallado ante comentarios donde se asegura que tal tela no es idónea porque una obra del autor tal, de la época tal, de la escuela que se cita, no puede ser vendida por el precio en que se ofrece. El crítico actúa con sinceridad y con honradez. Y a los días se ve aparecer la réplica a su comentario, donde se defiende la legitimidad de lo ilegítimo y, de paso, se le dice algo no grato al crítico; pero este segundo comentario, a menudo anónimo, ha emanado del comerciante de cuadros y su texto, aun cuando aparece como información corriente, es publicidad con espacio pagado. Sin duda que esto desorienta, pero, en definitiva, el presunto cliente se informa y termina por no adquirir la obra de legitimidad dudosa. Aquí, evidentemente, triunfó la tesis ética, y por ella se guió el coleccionista.

Sin duda que en las tres formas antes expuestas podemos hallar cómo se refleja en la prensa la actividad artística. El despliegue de publicidad puede

corresponder a la presencia de los méritos indiscutibles. Un caso concreto ha sido el de la exposición de Jesús Soto en el Museo de Bellas Artes. La publicidad previa corresponde a la categoría en que se ha colocado el artista venezolano en el plano internacional. La crítica posterior ha correspondido asimismo al prestigio de que goza quien es hoy la primera figura nacional de las artes plásticas. Soto ha impuesto una modalidad y una escuela, la prensa ha respondido a los méritos de esa modalidad y de esa escuela y así, además de juez, se ha convertido en factor de orientación.

No cabe duda que la prensa ejerce una poderosísima función en el movimiento artístico, en la relevancia del autor, en la consagración de éste, en la imposición de una escuela determinada. Si el crítico, o, mejor, si la crítica le da la espalda, escuela, movimiento, autor, pasan inadvertidos y todo muere o, por lo menos, si llegan a imponerse, no alcanza todo ello a llegar al plano de la celebridad. Pero se da ese caso cuando los méritos esenciales están ausentes. Cuando surge un movimiento donde originalidad y calidad se unen, la sensibilidad, la comprensión y la experiencia del crítico lo acoge, lo pondera y lo lleva a la consagración; de allí que, en este caso, el periódico desempeñe un papel vital. Podría darse el caso de que la crítica interesada, vale decir, pagada, para que cumpla una función de publicidad, hace destacar pasajeramente un valor falso, pero éste se caerá por su propia falsedad. De allí los eclipses que se advierten en determinados nombres, luego de una fulguración que se debió más que todo a algo artificial.

La crítica mal dirigida por cualesquiera de los medios de comunicación de masas puede ser perniciosa, puede deformar el buen gusto de toda una generación, sobre todo cuando quienes integran ésta sólo tienen una base cultural débil. En nuestros días, más que el

diario y la revista, la radio y la televisión son agentes poderosísimos. Gente que no lee ni uno ni otra, o señoras que sólo leen las páginas de sociales y caballeros que sólo repasan las páginas deportivas; que como espectáculo sólo visitan las salas de cine o los campos deportivos, forjan su cultura a base de lo que oyen por la radio o ven en la televisión. Así, uno y otro se convierten en cátedras, en factor poderoso de culturización. Y como, a pesar de las débiles presiones oficiales, ni radio ni televisión mejoran el nivel general de sus programas, se forma una cultura de música mediocre o de escenografía y arte teatral cimentado en comedias a menudo reproducidas del exterior, de baja calidad y pésimo gusto, y, lo que es más lamentable, con un idioma deformado. Lo frívolo puede estar en esos programas, pero sin duda que consideraciones que vayan más allá de lo puramente comercial deben hacer meditar sobre la conveniencia, si se quiere, de la necesidad de mejorar la estructura general de lo que se ofrece por ambos medios de comunicación social.

Aun cuando nuestro propósito era referirnos sólo a la prensa escrita y, sobre todo, al diario, no podíamos dejar de hacer esta referencia a la radio y a la televisión porque ambas se adelantan al periódico. La noticia que nos da el periódico a menudo ya la teníamos en resumen a través, sobre todo, de la radio. Además, a donde no llega el periódico, o éste llega tardíamente, se tiene al momento la noticia radiodifundida.

Sintetizando, el periódico, y en general los medios de comunicación social, afirman valores, crean criterios, despiertan el interés por todas las manifestaciones del arte. Pueden deformar los gustos o cimentar culturas. Pero, sin duda, ejercen una función fundamental en el mundo de las bellas letras y de las bellas artes.