

Medios de comunicación y cultura

Por: Salomón Lerner Febres

Se cumplen esfuerzos para que la vida cultural en la capital supere el marasmo en que había caído en los tiempos más duros de la crisis económica y social de los años pasados. Pero es posible que lo experimentado haya dejado huellas difíciles de superar: una suerte de apatía e incompreensión frente a las artes, al pensamiento, a todo aquello que ofrezca y demande una actividad intelectual y de goce estético superior a los productos más pobres de la cultura de masas. Si ello es cierto, entonces nos encontramos ante un problema que no debe pasar desapercibido para quienes buscan hacer del Perú no solo una sociedad rica, en el sentido material del término, sino sobre todo una comunidad abierta a la realización humana más plena.

Motiva esta apreciación, que más que pesimista quiere ser invitadora a la reflexión, lo sucedido hace algunos días en el concierto inaugural de la temporada 2012 de la Sociedad Filarmónica de Lima. Se presentó en aquella ocasión la Stuttgart BachAkademie una sobresaliente agrupación que vino a interpretar una obra de J.S. Bach que no se presentaba en nuestra capital al menos hace cuarenta años. Se iniciaba así una temporada que desarrollará un programa notable y que recomendamos. Lamentablemente esa excepcional experiencia contó con menos asistentes de los que merecía. Ello, en buena medida, por el silencio y la indiferencia, casi grosera, de los medios de comunicación y sus “espacios culturales” para los cuales ni esa magnífica orquesta ni el genio musical de Bach pareciera decirles algo significativo.

Es cierto que lo señalado no es un fenómeno privativo del Perú. Mario Vargas Llosa acaba de publicar un libro en el que analiza, muy críticamente, lo que él interpreta como una frivolidad de la vida intelectual y cultural a escala mundial. En su lectura de este fenómeno, la ampliación de los criterios de mercado a todo ámbito de las actividades humanas –y junto con ello el culto a la publicidad, al éxito instantáneo, a la fama sin fronteras y a la rentabilidad inmediata– ha ocasionado que el espectáculo sustituya o pervierta actividades artísticas e intelectuales que antes cifraban su prestigio en el rigor, la novedad, la aventura y la capacidad para ahondar en la comprensión de lo humano.

Vale la pena anotar que en el Perú esto ha ocurrido de una forma acelerada y profunda por la acción de factores claramente ubicables y, en algunos casos, inclusive deliberados. Está, de un lado, la notoria decadencia de nuestro sistema de educación básica y superior sobre la cual se ha comentado repetidamente en esta columna. De otro lado hay, además, otros factores sobre los que urge llamar la atención. Me refiero al derrotero seguido en los últimos años por aquellas fuentes de opinión pública, que en otras circunstancias, cumplían el papel de difusoras de cultura educando al gran público al invitarlo para apreciar, atender y buscar experiencias culturales que alimentaran el intelecto, afinaran las capacidades de apreciación estética, agudizaran el sentido crítico y ciertamente acercaran la reflexión sobre asuntos que nos conciernen como individuos y como colectividad.

Hoy, lejos de ello, los grandes medios de comunicación se han convertido en vigorosos propaladores de contenidos de bajo o nulo valor intelectual y se han saturado con noticias sobre la farándula, sobre romances y grescas entre personajes anecdóticos aquellos espacios que podrían y deberían haber estado dedicados a informar y comentar sobre temas culturales relevantes. Hasta la idea misma de “espectáculo” se ha degradado para pasar a considerarse como tal no aquello que ofrecen las artes sino sólo aquello que la televisión más ramplona busca consagrar.

No es un factor para menospreciar en esta situación el que las elites económicas, hechizadas por un exorbitante culto al éxito monetario, comiencen incluso a difundir una nueva e impensada idea de cultura, aquella que elude toda mirada a nuestra condición humana para celebrar, más bien, una idea de la vida como gozo banal e instantáneo que, eso sí, pueda tener impacto mercantil.

Pareciera que asistimos, pues, a una perversa pedagogía que desea convencernos de que la frivolidad y la chabacanería han de ser el único alimento intelectual de los peruanos. Ciertamente, hay que cerrar filas contra tal intento.