

Postbenjaminiana*

En *Infancia en Berlín hacia 1900*, puede leerse: “Se ha descrito muchas veces lo *déja vu*. No sé si el término está bien escogido. ¿No habría que hablar mejor de sucesos que nos afectan como el eco, cuya resonancia, que lo provoca, parece haber surgido, en algún momento, de la sombra de la vida pasada?”. La pregunta de Benjamin en “Noticia de un fallecimiento” se refiere a una experiencia de infancia que sólo es recuperada en su secreto sentido muchos años después. Ya adulto, Benjamin descubre la razón del minucioso relato que su padre le hizo, una noche, sobre la muerte de un primo. Los detalles del relato paterno ocultaban la verdadera razón de la muerte. Creo que la observación de Benjamin puede ser una guía para leer sus propios textos. Mi experiencia con ellos me ha enseñado que se van abriendo a lo largo del tiempo como un abanico (la imagen es también de Benjamin y también de *Infancia en Berlín*) y que podemos leer en ellos cosas que antes habíamos pasado por alto, zonas ocultas que no supimos ver o que no pudimos incorporar al recuerdo hasta que, años después, el mismo texto de Benjamín las activa como un eco. Hice la prueba de escribir algunos de esos ecos a propósito de una relectura de “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”. Todos los epígrafes y entrecomillados pertenecen a ese ensayo de Benjamín.¹

I. Árboles en el shopping-mall

En el país de la técnica, la visión de la realidad inmediata se ha convertido en una orquídea.

Los shopping-malls son un capítulo de la tecnologización de la ciudad. En ellos, el mercado ya no recurre a ningún artificio para ocultar su naturaleza universal. Una misma técnica se utiliza en la producción escenográfica de mercados idénticos. Por eso, la tecnología es un factor decisivo: nada puede entregarse al azar o a las ocurrencias individuales, ni la circulación de las personas, ni la circulación de las materias, ni el espacio. Si el mercado tuvo su origen a cielo abierto, y persistió en la calle, las galerías decimonónicas descubrieron, por primera vez, las ventajas de un *continuum* espacial y temporal independizado radicalmente de cualquier peripecia que perturbe su funcionamiento. El ideal del shopping-mall no es el pintoresquismo (que el capitalismo reserva para las excursiones turísticas o los enclaves miserables) sino el confort. La calle nos recuerda, aunque de manera intermitente, que la intemperie existe y no todo está bajo control.

Los shopping-malls, en cambio, son un invento que se separa definitivamente de la temporalidad y la intemperie. Como sistema autorregulado, el shopping-mall se anticipa a todas las necesidades de sus visitantes: no existen ni el frío ni el calor, no hay montaje aleatorio de sonidos mecánicos y naturales, no hay conflicto de estilos (el shopping-mall destruye los estilos incluso cuando pretende conservarlos). Sobre todo: no existen las diferencias nacionales. Los shopping-malls y los *resorts* turísticos unifican su forma y repiten escrupulosamente una tipología, que varía sólo en algunos elementos accesorios. Esto se puede probar en cada una de las piezas ensambladas en un *shopping-mall*, pero detengámonos en un sólo ejemplo: los arbustos y plantas.

Se trata siempre, en todo el mundo, de las mismas plantas: arbustos que no alcanzan a ser miniaturas, pero tampoco tienen el tamaño de las especies “naturales”. Más bien, se caracterizan

* Escrito en 1994, aparece por primera vez completo en *Siete ensayos sobre Walter Benjamin*. Buenos Aires, FCE: 2000.

1 Tanto la traducción del título como todas las citas (en las que se introdujeron algunas modificaciones) fueron tomadas de: Walter Benjamín, *Discursos interrumpidos I*, Madrid, Taurus, 1973 (prólogo, traducción y notas de Jesús Aguirre).

por un *tamaño intermedio*, imprevisto no sólo por la naturaleza sino también por la jardinería anterior a la invención del shopping-mall. Son monstruosos no porque se alejen de la naturaleza sino porque intentan imitarla ocultando, precisamente, la imitación. Un jardín barroco trabaja sobre la naturaleza como si ésta debiera ser destruida y reemplazada por el arte de la jardinería; para el artista barroco, la naturaleza es una materia, como el mármol, que puede ser tallada, modulada, dispuesta contrariando sus leyes todo lo que sea necesario para lograr un efecto que asombre o encante por su diferencia respecto de la naturaleza en libertad. Un arbusto de shopping-mall, en cambio, procura intensificar el concepto de "árbol" pero colocándolo en un recipiente que convierte al "árbol" en planta monstruosa, cuyas hojas son más verdes, más relucientes y más perfectas que las de cualquier árbol que hayamos conocido nunca. A diferencia del jardín barroco, las plantas del shopping-mall no son geométricas. La jardinería del shopping-mall quiere reproducir el árbol adaptándolo a la escala y el brillo de la galería comercial.

Esto responde perfectamente a un espíritu de época que, en el medio del más delirante despliegue tecnológico, siente nostalgia por la naturaleza (cuya relación se ha perdido probablemente para siempre y, además, nunca existió como relación "buena" o espontánea). Esa nostalgia recurre a un *Ersatz*: las hojas demasiado lustrosas de los árboles producidos por la ingeniería botánica representan el árbol ausente con el "árbol" que lo reemplaza. Se trata de un "árbol" signo. La botánica es localizada geográficamente las plantas-signo son globales.

Así, el shopping-mall quiere decirnos que no renuncia a la naturaleza. No obstante, se separa de ella de manera completamente nueva y radical. En el shopping-mall respiramos aire reciclado, las luces son siempre artificiales y jamás se mezclan con la luz atmosférica, los sonidos del exterior, por decisión arquitectónica, no deben traspasar las paredes fortificadas del recinto; la ausencia de ventanas niega toda comunicación con el afuera. Sin embargo, de manera infantil y con voluntad de producir un efecto de escenografía "ecológica", los patios del shopping-mall no pueden prescindir de sus árboles, los mismos árboles en todo el planeta, indiferentes al desierto que rodea al shopping-mall, o a la ciudad decimonónica en la que éste se ha incrustado.

Un el shopping-mall, la jardinería no busca el efecto maravilloso del artificio, ni la inspiración romántica del paisaje campestre, ni la culminación abstracta de las miniaturas de un jardín japonés. Lejos de estos ejemplos, su originalidad se apoya en la buscada incongruencia entre arquitectura y decoración "natural". En medio de la polución visual de los carteles, los anuncios y los letreros, los árboles del shopping-mall están allí para probar que, si un shopping-mall es el universo bajo su forma de mercado, nada del universo puede serle ajeno. La tecnología del shopping-mall necesita, para cumplir adecuadamente sus fines, expulsar cualquier recuerdo del mundo exterior y convertirse en un espacio abstracto y universal. Sin embargo, como en la sociedad hipertecnológica prospera una ideología "naturista" (una especie de ecologismo blando y romántico), se necesita del verde de los árboles como garantía, precisamente, de que la universalidad tecnológica no deja nada afuera. Ni siquiera a los árboles que, embutidos en sus macetas y detenidos en la mitad de su crecimiento, son una escenografía de ciencia ficción: hierbas verde esmeralda en un paisaje de silicio o, como escribió Benjamin, la orquídea imposible en que se ha convertido la realidad.

II. Film y clip

*El proceso de asociaciones en la mente
de quien contempla las imágenes
(cinematográficas) queda enseguida
interrumpido por su constante cambio.*

Las imágenes necesitan tiempo: para que recorramos visualmente un plano fijo; para que un plano-secuencia nos muestre el tiempo en su transcurrir narrativo; para que, como lo fraseó Benjamin, podamos operar un "proceso de asociaciones". Hay un umbral de tiempo que es indispen-

sable al cine; porciones de tiempo inferiores a ese umbral destruyen la posibilidad de que, tanto en los films clásicos como en los modernos, en Eisenstein o Ford, en Godard, Jarmusch o Chantal Ackerman, surja un sentido.

Hasta hace pocos años, las imágenes fílmicas debían sucederse unas a otras para que existiera un film, y debían sucederse administrando el tiempo de su duración. Un principio de legibilidad regulaba la variación señalada por Benjamin como su “constante cambio”. El cine (incluso los productos más triviales que los grandes estudios repartían sobre las pantallas del planeta) requería que cada plano fuera reconocido como plano: si el espectador no veía a John Wayne dudando si seguir o no la caravana que abandonaba el fuerte amenazado, perdía una indicación precisa sobre la naturaleza del personaje. El plano no era complicado pero exigía un tiempo de visión para recorrerlo y su sentido no se agotaba de inmediato. Por el contrario, debía ser recuperado más tarde, en el transcurso del film, donde ese sentido terminaría de completarse. El espectador podía ser “distráido” (para usar el adjetivo con que Benjamin califica al público de cine), pero tenía que realizar esas operaciones frente a grandes films como *She Wore a Yellow Ribbon* o *Río Bravo*, y también frente a productos menores. Desde este punto de vista, el cine clásico (incluso el cine de acción) era lento. Como lo es, también, una película de Jarmusch, donde larguísimos desplazamientos sobre paisajes completamente banales nos obligan a soportar la duración del tiempo. El cine era tiempo y presentaba al tiempo como su materia narrativa.

Eso *fue* el cine, cuya compleja naturaleza temporal Walter Benjamin no pudo ver del todo. Sus observaciones se adecuan proféticamente al postcine.

En el postcine, las cosas son diferentes. La visión se ha modificado porque el tiempo ha dejado de contar como elemento fundamental. Naturalmente, el postcine sigue transcurriendo en el tiempo: usa al tiempo como soporte y como medio, pero ha abandonado la problemática estética y filosófica del tiempo que caracterizo al cine. El postcine no se interesa por la duración de los planos sino por su acumulación, porque la duración del plano es algo que ya está casi decidido antes de comenzar a filmar: los planos deben ser entre cortos y cortísimos. El postcine es un discurso de alto impacto, fundado en la velocidad con que una imagen reemplaza a la anterior. Cada nueva imagen debe superar a la que la precedió.

Por eso, las mejores obras del postcine son los cortos publicitarios y los video-clips. Estos dos géneros fundan su estética en el borramiento: la imagen A debe ser borrada cuando aparece la imagen B, que debe ser borrada cuando aparece la imagen C y así sucesivamente. Sin borramiento, las imágenes mostrarían de manera demasiado evidente su naturaleza de stockshots, por una parte. Por la otra, si no hubiera borramiento inmediato de la imagen A con la aparición de la imagen B, no habría ninguna posibilidad de lectura, ya que la velocidad de la sucesión de imágenes es mayor que la de una construcción mental de sentidos. Sólo una computadora podría leer un video-clip como cualquier espectador de cine leía un film de Chaplin. Nadie es tan veloz.

El cine no podía ser visto con una disposición totalmente “distráida”: incluso el más sencillo argumento de un policial o una comedia requería la recuperación de imágenes que habían transcurrido media o una hora antes. Por el contrario, el arte del clip y del corto publicitario exige que las imágenes anteriores se debiliten, se compacten, se superpongan y dejen libre el espacio para las imágenes que siguen.

El atractivo de la novedad incesante se articulan con el poder de los iconos que anclan la novedad en un espacio cultural reconocible: Madonna o Bono cosen el sentido de los centenares de planos de un clip que, por la fuerza de la iconicidad de Bono o de Madonna, no es sólo una fuga hacia adelante. El espectador puede ir borrando las imágenes como si sus párpados fueran un limpiaparabrisas, porque sabe que el icono permanece, asegurándole la ilusión de una continuidad que la sintaxis del clip ha fragmentado infinitamente.

III. Sintaxis desleal

*El público es un examinador, pero un
examinador distraído.*

El zapping es un procedimiento que la técnica, relativamente sencilla, del control remoto ha hecho posible. Con el zapping, una sintaxis aleatoria amenaza a la sintaxis de cualquier film o programa de televisión. No importa cuánto alguien haya pensado la relación entre una imagen y otra, el zapping tiene la capacidad de quebrar esa relación e instalar una nueva, imprevista en el momento en que un film era editado. Pero el zapping no es sólo posible por razones técnicas, ni su único origen está en un gadget como el control remoto.

Por el contrario, el zapping presupone también espectadores adiestrados en la velocidad y alto impacto de las imágenes de televisión y de video. En el momento mismo en que estos espectadores consideran que la intensidad del impacto no es suficiente para mantener despierto su interés, aprietan el botón y organizan una nueva sintaxis de imagen. Nadie se atiene a una necesidad estética o ideológica en la sucesión de las imágenes. Sólo el deseo del espectador, que huye del aburrimiento y exige ser permanentemente distraído, organiza desde el control remoto hogareño un uso tecnológico que reemplaza la edición del film y el *switcher* de las cámaras televisivas en los estudios.

Con el zapping, se persigue una intensidad de imagen que nunca parecerá suficiente y se imprime una velocidad de sucesión de planos que nunca se considerará excesiva. La atención no tolera ninguna dilación ni acepta la idea de esperar un sentido. Por el contrario, distraídamente, se persigue un sentido que no está en ninguna parte. Último recurso técnico de la desesperación ante el fluir del tiempo, el zapping ha sido el invento interactivo que ningún ingeniero de las industrias audiovisuales quiso inventar. El mercado, que necesita de la fidelidad de su público, se ha encontrado, paradójicamente, con un “examinador distraído” pero infiel.

IV. Jazz

*La técnica de reproducción desvincula
lo reproducido del ámbito de la tradición.
La unicidad de la obra de arte se identifica
con su imbricación en la tradición
... su unicidad, o dicho con otro término su aura.*

Consideremos el jazz como caso que resiste las ideas de Benjamin expuestas en los epígrafes. La reproducción técnica de la *session*, casi contemporánea a la primera etapa de esta música, hizo posible la trasmisión de una tradición, primero dentro de la comunidad negra minoritaria, reprimida y discriminada; luego, su transferencia a la sociedad blanca, que tomó esa música realizando operaciones estéticas y de mercado hasta convertirla, en los años cuarenta, en el epítome de un sonido americano. Es imposible escuchar jazz (de Armstrong a Miles Davis, de Parker a Ornette Coleman, de Bill Evans a Cecil Taylor) sin reponer, en el acto mismo de la escucha, a la tradición jazzística anterior. Esa tradición está presente incluso en las ausencias, en los silencios de la tradición, en las rupturas. El sonido de los instrumentos en el jazz, que es diferente del sonido de esos instrumentos en todo el resto de la música, está construido en continuidad o en debate, en homenaje o en crítica de la tradición. Cada gran músico de jazz escucha todos los sonidos anteriores de su instrumento hasta alcanzar el que va a ser particularmente suyo.

El jazz es, posiblemente, la música donde el diálogo con la tradición encuentra una *forma*. Improvisación y cita fueron los dos procedimientos en los que el jazz imprimió su originalidad. El jazz es, así, una música contra el olvido. Se toca un instrumento, se compone, se improvisa con el presupuesto indispensable de que tanto los músicos como el público están en condiciones de

reconocer la cita, trabajar con el recuerdo de lo que falta, discernir las diferencias entre cita y música citada.

Por otra parte, el placer del jazz está en el reconocimiento de la cita no como fragmento muerto del pasado, no como ocurrencia indiferente, sino como elemento vivo de la nueva composición. Escuchar jazz es recordar el jazz escuchado; hacer jazz es presuponer la potencialidad estética de ese recuerdo.

La reproducción técnica, en el disco o *tape*, de una *session* o de una grabación original en estudio, permitió edificar las bases de una tradición cultural: el disco o la cinta refuerzan la presencia de la cita, comunican el presente con el pasado jazzístico y permiten ver cómo un músico discute dentro de esa tradición, ya sea que intente confirmarla o destruirla. Un aspecto verdaderamente revolucionario del jazz es su disposición a dar continuidad cultural a una música que, en sus orígenes, parecía estar destinada por la sociedad a la fragmentación o al mero entretenimiento.

La fuerza con la que el jazz superó los límites en los cuales la sociedad blanca pudo encajarlo para siempre (incluso por el uso blanco del jazz en las grandes orquestas del swing) tuvo uno de sus impulsos en la resistencia a olvidar la tradición cultural de la que provenía. El sonido de cada gran músico de jazz es una de sus marcas personales de originalidad, marca producida en la escucha de la tradición cultural. Sin un anclaje sólido en esa tradición no hay innovación ni ruptura jazzísticas. Precisamente en este caso, la reproducción técnica no operó como un disolvente de los lazos culturales sino como un espacio imaginario de identificación. Sin duda, en la reproducción técnica se pierde el “aura” (lo que Benjamín llama aura: su singularidad de acontecimiento único), pero hace posible que la *session* se inscriba en un movimiento tendido hacia el futuro.

El jazz se extendió a lo largo del siglo XX. Escucharlo hoy supone apropiarse de algunos momentos decisivos de este siglo, que serían irremediablemente silenciosos *-happenings* sucedidos de una vez y para siempre-, si la reproducción técnica no hubiera hecho posible conocer el pasado de una música privada, durante muchas décadas, de partituras, de conservatorios o de academias.

V. Museum-shop

La reproducción técnica puede poner la copia del original en situaciones inasequibles para éste. Sobre todo le posibilita salir al encuentro de su destinatario, ya sea en forma de fotografía o en la de disco gramofónico. La catedral deja su emplazamiento para encontrar acogida en el estudio de un aficionado al arte; la obra coral, que fue ejecutada en una sala o al aire libre, puede escucharse en una habitación.

Los *museum-shops* son un escenario fundamental para investigar los usos estéticos contemporáneos. Allí, mucha gente pasa más tiempo frente a la reproducción de un cuadro que frente a su original; se dirige hacia el exhibidor de afiches, selecciona su obra, la toma con ambas manos, la acerca y la aleja de sus ojos, la mira de costado; la deja de lado; toma otra obra, repite la misma operación; vuelve a la primera. A veces se trata de un detalle aumentado de la obra original; con la extrañeza que produce todo *blow-up*, ese detalle se puede percibir “mejor” que en el original que cuelga en las paredes del mismo museo. Luego, el visitante se dirige hacia las pilas de tarjetas postales. En algunos museos ellas reproducen prácticamente todas las obras importantes que cuelgan en sus paredes; muchos museos las ordenan por épocas o autores, de manera tal que el

visitante encuentra, en miniatura, la secuencia de cuadros que vio en las galerías. Puede, literalmente, tocar esos cuadros; la diferencia de tamaño y la escala reducida los vuelven “familiares”. Un tableau histórico de varios metros de largo, cuyas zonas superiores son difícilmente visibles, se convierte en un *comic strip* que puede ser leído con detenimiento y sin esfuerzo físico. Una alegoría en la que los atributos de los personajes eran indecibles a causa de la pátina o la oscuridad de la paleta, la tarjeta postal los muestra sencillamente iluminados y aplanados por el flash.

Las agendas, los cuadernos para anotar recetas de cocina, los índices telefónicos, los diarios íntimos, los libritos para inscribir acontecimientos familiares, los naipes, los posavasos, los manteles individuales, permiten manipular aquellas obras intocables que se acaban de ver en el museo o se sabe que están allí. La fugacidad de una visión directa del original, esa fugacidad que parece siempre una amenaza a la felicidad, es atrapada en las reproducciones. Los visitantes se tranquilizan en el *museum-shop* porque, a través de una sagaz intervención del mercado, los originales dan la impresión de que ya no podrán escapársele.

La ansiedad que produce el museo se aquieta en el *shop*. Se desvanece el “aura”, pero, de alguna manera, el objeto deformado por la falsa iluminación y las falsas proporciones, permanece en las manos del visitante. Mientras que el museo puede ser un lugar sencillamente intolerable por la copresencia conflictiva y la sobredeterminación de originalidades, el *museum-shop* es un lugar ordenado según lógicas accesibles para todos: se trata del orden de los objetos de uso, el orden de los tamaños, el orden de las materias conocidas (papel impreso, cartón, plástico), el orden de los valores de cambio.

Los visitantes conocen mejor esas lógicas (que están incorporadas a sus vidas cotidianas) que las que organizan el museo. Se sienten más cómodos cuando la visión está acompañada de otras actividades que están prohibidas en las galerías donde cuelgan los originales: en el *museum-shop*, los visitantes pueden palpar lo que ven, aun cuando aquello que palpan no sea la superficie donde la mano del pintor ha inscripto su marca, sino la superficie ultralisa de la cartulina. De todos modos no están sólo condenados a la visión desde la distancia que el mismo museo establece (a veces con absurdo desacierto) en sus galerías. El terror cultural que puede asaltar al visitante frente a los originales que sabe irremediablemente remotos, se atenúa ante las reproducciones que se convertirán, posiblemente, en banalmente próximas.

El *museum-shop* es una visita guiada autoadministrada. Los videos que los museos producen a partir de sus colecciones, una vez que han llegado a casa, pueden convertirse en sustento de curiosas operaciones de montaje hogareño a través del control remoto: impresionistas en *fast forward*, primeros planos de las diosas de Botticelli, *frozen frame* para un paisaje de Constable. También de la restauración de los murales de Miguel Angel en la Capilla Sixtina se ha dicho que responde a una estética de acercamiento, que poco tiene que ver con el aura. La reproducción técnica, escribió Benjamin, “al multiplicar las reproducciones pone su presencia masiva en el lugar de una presencia irrepetible”, pero también “confiere actualidad a lo reproducido al permitirle salir, desde su situación respectiva, al encuentro de cada destinatario”. En este conflicto entre repetición y acontecimiento único, se ha movido el debate sobre la masificación del arte en el siglo xx. A diferencia de Adorno, Benjamin percibió la contradicción no sólo en términos pesimistas.