

V Jornadas de Sociología de la UNLP. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología, La Plata, 2008.

La obra literaria en el contexto de la globalización: a propósito de la novela *Sábado*, de Ian McEwan'. .

Szpilbarg, Daniela.

Cita:

Szpilbarg, Daniela (2008). *La obra literaria en el contexto de la globalización: a propósito de la novela Sábado, de Ian McEwan'*. V *Jornadas de Sociología de la UNLP. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología, La Plata.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-096/647>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/edBm/p6h>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. *Acta Académica* fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

La obra literaria en el contexto de la globalización: a propósito de la novela *Sábado*, de Ian Mc Ewan.

Daniela Szpilbarg,
Facultad de Ciencias Sociales, U.B.A.
danielaszpilbarg@hotmail.com

Introducción

La palabra *globalización* no existió siempre. Se trata de un neologismo, surgido de la sufijación de la palabra *global* - totalidad-. También deriva de la palabra *globo*, cuyo significado podría ser: esfera. Es curioso que esta palabra haya surgido para nombrar un estado de cosas para el que no se encontraba fácil denominación¹. La palabra apareció en el lenguaje técnico de las ciencias económicas para denominar el proceso de cambio en el ámbito de la economía de mercado, pero también para describir los procesos de comunicación global que se radicalizan a partir de la existencia de una red - aquí también es ilustrativa la palabra- de información como *Internet*. Esta nueva configuración social- o el estadio actual de la misma- tiene influencia en la totalidad de las esferas humanas; por ende en la cultura.

En este trabajo me propongo analizar el área de la producción de los objetos culturales por considerar que en tanto presentan la particularidad de ser realidades duales- en tanto mercancía y bienes simbólicos-, abren el espectro de lo imaginario como una interesante arista para pensar los fenómenos sociales actuales. Rastrear en los objetos artísticos sus facetas de producción, circulación y consumo, permitirá observar fenómenos y procesos ligados al consumo y al cambio o aumento en la tendencia que la expansión del sistema capitalista mundial genera en las diferentes manifestaciones

¹ Para aclarar el uso que se ha hecho de la palabra globalización: hay una certeza en el panorama que se inicia en el siglo XXI de que se vive una época de cambios acelerados y profundos. En la esfera de la política, la caída de la URSS y el fin de la guerra fría ha redefinido el diseño geopolítico. Estos cambios son evidentes, pero no hay consenso acerca de cómo calificarlos. El debate sobre la globalización-mundialización es una reflexión sobre la contemporaneidad y sobre las ciencias sociales. Es importante aclarar que no hay consenso en relación con las transformaciones que se producen. La profusión de términos utilizados para comprender esos cambios: posmodernidad, globalización, sociedad post industrial, pos colonialismo, sociedad de redes indica una imprecisión conceptual que revela un momento de transición. Hay que tener en cuenta, además, que las ciencias sociales se institucionalizaron en el siglo XIX, momento en el que el principio de la nación se afirmaba con mucha fuerza. (Ortiz, 2002)

artísticas volviéndolas *industrias*. Esto se realizará tomando el caso de la publicación de una novela en particular, *Sábado*, para reflexionar en torno a la publicidad, la recepción de la novela y la operación de la crítica para constituir la en una mercancía con determinadas características. Pero esto puede ocurrir con cualquier novela: la elección de la novela en particular se debe a su temática propia: un día en la vida de un hombre, en el año 2003 (neurocirujano, londinense) que tiene como telón de fondo la marcha pacifista contra la guerra en Irak. El análisis que emprenderemos seguirá un movimiento del exterior al interior del texto (y viceversa) para reflexionar sobre el estadio actual de la mercancía *libro*.

Tendré en cuenta el fenómeno de la *publicidad* en tanto estética y modo de hablar de los objetos, que atraviesa la cultura contemporánea (Wortman, 2004) y la transformación del sistema productivo, en el cual la industria cultural (radio, editoriales, televisión, cine) – que ya ocupaba una posición de predominio en el campo de la crítica cultural, de Frankfurt en adelante - ocupa un lugar de relevancia insoslayable desde la década del '90 (como objeto de estudio y como industria como tal). Para ser clara: no se trata de un fenómeno nuevo, pero me interesa pensar y analizar en qué medida se puede hablar de una radicalización de esta tendencia en los últimos quince años.

En una primera instancia, retomaré los análisis de algunos teóricos como Walter Benjamin, Max Horkheimer y Theodor Adorno respecto de la naturaleza de la obra de arte, su función en la sociedad y su vinculación con el mundo. Luego me adentraré en el análisis de cómo esta doble articulación de los objetos artísticos – en particular los libros- toma un nuevo cariz en la sociedad actual en la que asistimos al proceso de *marketinización* de todos los consumos. Por último, será interesante considerar algunos elementos de la sociedad actual y sus procesos de globalización en la obra artística concreta: la novela *Sábado*, de Ian Mc Ewan, para analizar, justamente, esta doble vertiente: sus condiciones de producción, sus estrategias de comercialización y la obra en sí en relación al *ethos* epocal en que se sitúa, desde el punto de vista de la recepción que tuvo, analizando tanto la manera en que se la reseñó en los principales diarios de Londres y Nueva York, como su material literario. Ambas aristas no pueden pensarse por separado, o mejor, estos fenómenos deben pensarse en su conjunción.

La función del arte

Arte y sociedad: difícil y problemática conjunción que el lenguaje permite con el nexo “y”. Pensaremos cómo funciona esa articulación y cómo se da en la sociedad

actual. Parece pertinente introducir el planteo de Jan Mukarovsky, un filósofo/semiólogo que perteneció al grupo fundador del Círculo de Praga y que tomó algunos de los conceptos de la lingüística saussuriana para pensar las obras de arte y la cultura. Por eso la principal herramienta epistemológica de la que parte es el **signo**. Las palabras podrían ser consideradas signos en la medida en que se componen de dos aspectos: el significante- soporte material- y el significado- que se halla fuera del propio signo. Mukarovsky planteará que el signo estético no es algo que pueda ser considerado de un modo autónomo, sino también “en arreglo al destino que posee” (Mukarovsky, 1977: 24). Si el signo lingüístico lo que hace es vehicular información; si es un elemento que el individuo utiliza para poder dirigirse a la sociedad que lo rodea, entonces el signo estético no se halla en la sociedad como producto autónomo creado por un individuo porque sí, o como creación en sí y para sí, sino que se presenta a la sociedad como *comunicación* para los demás. El arte constituiría -desde esta perspectiva teórica - una reunión sutil de autonomía y comunicación, destino o función social.

En su artículo “El arte como hecho semiológico”, plantea que la obra-cosa funciona como símbolo exterior, significante, al que le corresponde una significación determinada en la conciencia colectiva². Esto hace muy difícil, según Mukarovsky, la delimitación entre la esfera artística y la extra-artística. También supone que, como cualquier creación humana, la artística está constituida por dos componentes: la actividad y el producto creado.

Adorno, quien escribiría unos años después, planteó que “en la refracción estética es imprescindible aquello que se refracta. Se pinta un cuadro, no lo que representa.”(Adorno, 2002: 12). De manera contradictoria, explica que la obra de arte se comunica con el mundo al que se ha cerrado por medio de la no comunicación y en este sentido las obras aparecen como refracciones del mundo. Para él, este doble carácter del arte como autónomo y como hecho social está en comunicación sin abandonar la zona de su autonomía.

Otro modo de abordar la pregunta a la que nos referimos en un principio- la relación sobre arte y sociedad- es indagar sobre la función del arte. Benjamín es quien piensa en estos términos y todo su escrito “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica” gira en torno a esta cuestión. Se refiere al desmoronamiento del aura que el arte tenía. Este desmoronamiento implicaría un trastocamiento de la

² Este concepto lo retoma de Emile Durkheim

función del arte: “...en el mismo instante en que la norma de la autenticidad fracasa en la producción artística, se trastorna la función íntegra del arte. En lugar de su fundamentación en un ritual aparece su fundamentación en una praxis distinta, la política.” (Benjamín, 1994: ap. 4). Entonces la función ritual que poseía el arte aurático, en el arte post-aurático se trastoca en una función política.

Y aquí nos vamos adentrando en una cuestión que será fundamental a los efectos del análisis del mercado editorial y del objeto-libro: la industria cultural, que estos autores caracterizan en el momento de su primer auge en la década de 1940. Hasta aquí, está claro que el anudamiento entre arte y política es indiscutible y debemos pensar ambas categorías en su conjunción. De hecho, es la industria cultural descrita por Adorno y Horkheimer- representantes de la llamada Escuela de Frankfurt- la que generaría una unidad ficticia entre arte y diversión con el fin último de una manipulación y alienación generalizada en la sociedad. La técnica de la industria cultural, según estos autores, llegó a la igualación y a la producción en serie “sacrificando aquello por lo cual la lógica de la obra se distinguía de la lógica del sistema social.” (Adorno y Horkheimer, 2002: 120)

El lazo que Benjamin postulaba entre arte autónomo y arte aurático, -con la conocida expresión que plantea que la época de su reproductibilidad técnica desligó al arte de su fundamento cultural y el halo de su autonomía se extinguió para siempre- para Adorno debía ser desanudado y cuestionado: según este pensador, el arte conserva un momento autónomo al tiempo que es inescindible de su carácter social: es esta duplicidad del arte, esta conflictividad intrínseca lo que rige las reflexiones en torno a la naturaleza de las obras de arte y su comunicación con la realidad empírica.

De este modo, “el arte por el arte” es una abstracción que niega el carácter de hecho social de la obra. Si pudiéramos, en definitiva, atribuir a las obras de arte una función social, “sería la de su falta de semejante función” (Adorno, 2002: 15).

La metamorfosis cultural

En este apartado intentaré un análisis de la metamorfosis del mercado y qué cambios se han provocado al nivel de la cultura. En principio aclararé el concepto que tomaré en cuenta cuando hablo de *cultura*: me refiero a símbolos, valores, sistemas de clasificación, esquemas de percepción y acción que, incorporados en los sujetos, son utilizados para organizar sus prácticas tanto individuales como colectivas (Auyero y Benzecry, 2002). Podría pensarse el devenir de las obras artísticas en mercancías, con

los correspondientes procesos de producción, circulación y consumo, no sólo a partir del avance del capitalismo sino también a partir del proceso de urbanización del siglo XVIII y las categorías de publicidad y privacidad. Siguiendo la consideración de Habermas en “Historia y crítica de la opinión pública”, la conformación de las grandes ciudades modernas significó una extrema polarización entre la esfera pública y la esfera privada. Los límites de la función del mercado fueron cambiando: el mercado tenía, en su etapa inicial, una función limitada a la distribución de los bienes culturales arrebatándolos al uso exclusivo del mecenas o *connoisseur*: “los valores de cambio no conseguían aun influencia sobre los productos” (Habermas, 1991: 193). En nuestros días y en algunos casos el mercado ha llegado a inmiscuirse en la misma producción de las obras de arte. La forma mercantil fue minando los productos artísticos y ocurre algo, sostiene Habermas, cuando la obra de arte se ve penetrada por las leyes del mercado. La denominación “cultura de masas” implica ya la idea de ciertas estrategias de venta para llegar a públicos masivos y por ende, amplios beneficios.

Si recordamos que consumir significa gastar, destruir, se puede afirmar que mientras el contacto con la cultura forma, el consumo de la cultura de masas no deja huella alguna. (Habermas, 1991). Por lo demás, el arte moderno se ve, a partir de la reproducción en serie, ante la posibilidad del reconocimiento por parte de un público masivo: es por esto que actualmente la producción artística depende de la propaganda y se llega a juzgar a la obra a partir de este reconocimiento del artista. Habermas resulta lapidario cuando sostiene incluso que hay una relación inversamente proporcional entre la comercialización de los bienes culturales y su grado de complejidad.

Diversos autores han considerado a la década de 1960 como el momento en que comienza a establecerse un nuevo orden internacional, principalmente a partir de la revolución informática. Con el surgimiento de una red global de mercado que mina la autoridad, soberanía y poder de decisión de los Estados nacionales, estos pierden la capacidad de ser configuradores de identidad. Se trata de un proceso dual en el que consumos transnacionales y culturas ciudadanas generan identidad en mayor medida al tiempo que el Estado Nacional y sus símbolos pierden esta capacidad o competencia.

En el campo cultural, como decíamos, también se ha considerado que los fenómenos de globalización posibilitan el pasaje de identidades tradicionales y de base territorial a otras de carácter transterritorial (Moneta, 1996). Podríamos pensar que con el avance de consumos serializados- *best sellers*, Mc Donalds, MTV, tecnologías informáticas, formatos televisivos- las identidades se ven moldeadas por este tipo de

consumos. Lo que también ocurre es un fenómeno global desorganizado en el que surgen un conjunto de valores universales como la democracia y los derechos humanos que dan la idea de una gran sociedad (occidental) homogénea. Esta ilusión de igualdad encontraría su realización en el mercado, al que todos tienen teóricamente acceso a pesar de no ser así realmente. (Bauman, 2000). Este mercado que es el actor protagónico de las sociedades contemporáneas, en las cuales los sujetos son interpelados como consumidores. Esto produce también que las manifestaciones culturales se han visto sometidas a la lógica y valores del mercado- renovación, sorpresa, entretenimiento- y esa manera de ser convocados, determina que los individuos se sientan interpelados como consumidores. En definitiva, hay un modo de relacionarse, por parte de los individuos, de manera cada vez más mercantil con el mundo. Este autor sostiene, entonces, que en la actualidad se ha dado un pasaje de una “sociedad de productores” a la actual “sociedad de consumidores”. En esta sociedad, entonces, se *seduce* permanentemente a los *potenciales clientes* (Bauman, 1999)

Marketing literario

Yudice es quien presenta, en el sugerente título de su ensayo “El recurso de la cultura”, la relación actual que existe entre cultura y mercancía: el recurso de la cultura, o mejor la cultura como recurso económico en una época en que esta situación llega a su extremo. Hay una creciente sujeción del artista y escritor al imperativo comercial. De manera muy acertada, advierte que la cultura *por la cultura misma* nunca será financiada- como ya hemos dicho- a menos que proporcione una forma indirecta de ganancia (Yudice, 2003: 24). En el ámbito de las producciones literarias, lo que ha ocurrido es que la producción estética actual se ha integrado de *igual a igual* en la producción de mercancías en general.

Y hay otro elemento protagónico que permite conectar las categorías de globalización y tecnología: el *marketing*, “instrumento del nuevo control social” (Torrero, 2003: 202), como la lógica que se ha impuesto en estos procesos de *planetarización* cultural donde lo único indudable parece ser el mercado.

Siguiendo a Ana Wortman (2004), podríamos hablar de la publicidad como parte de los factores que causan un estilo de vida y un orden social que se articula en la dinámica capitalista y produce su crecimiento. La publicidad sirve para pensar la dinámica cultural en las sociedades contemporáneas porque expresa una interrelación de componentes de la economía, de las industrias culturales y también de la estética y de

modos de consumir. Es importante pensar que el sistema publicitario, al ser transnacional, provoca una cierta transnacionalidad en el mensaje, y esto tiene consecuencias en las representaciones sociales de una sociedad determinada.

La publicidad constituye la manera de hablar de los objetos. Como ejemplo de esta lógica global de producción, dentro mismo de la esfera cultural: se llevó a cabo la feria global de libros en Frankfurt. En su nota “Frankfurt, los libros y el mercado global”, publicada en la revista *Ñ* el 3 de noviembre pasado, la periodista Alejandra Rodríguez Ballester señala que en ese ámbito se siente el poder del mercado global y que desde ese sitio se bombean nuevos flujos de ideas y modas culturales que *circulan* por un complejo entramado global de acuerdos de venta que luego se convierten en libros (Rodríguez Ballester, 2007). Resalta también la dimensión del mercado del libro: 25.000 millones de dólares de ganancia en Estados Unidos, 4000 millones en España y 3600 en Francia, mientras que 300 millones en Argentina.

***Sábado*, de Ian McEwan**

En este apartado me centraré en una obra literaria en particular: *Sábado* de Ian Mc Ewan, publicada en el año 2005, con la intención de encontrar en su doble articulación de objeto y bien simbólico elementos que permitan pensar los fenómenos de la globalización al interior y al exterior del texto ficcional. Al interior del espacio ficcional, intentaré un análisis que recorra tres ejes: la centralidad del papel del imaginario para pensar los fenómenos globales en la vida del protagonista; la contraposición entre lo global y lo local; y el lugar de la política o de *lo social*.

Al exterior del texto ficcional, trabajaré en el análisis de diversas notas periodísticas y reseñas en diarios y revistas al momento de su publicación, para resaltar el aspecto central de la publicidad en la constitución mercantil de un libro: es decir: pensar la conjunción de las instancias de la publicidad, y las operaciones de la crítica en la recepción que la obra tuvo en el mundo (al menos en occidente) y que contribuyeron a la mercantilización de la obra.

La elección de la novela como caso de análisis está relacionada con mi propio recuerdo acerca de la publicidad que ésta tuvo en el momento de su publicación en Buenos Aires, cuando se la publicitó en librerías como “la novela de la globalización”. Por este motivo, analizaré algunas reseñas y críticas que se realizaron sobre la novela en el año de su publicación, 2005, para pensar la manera en que se la recibió.

En el ámbito de las mercancías, hay una discusión que plantea la tensión entre el texto literario y el objeto libro. Esto ocurre a causa de la publicidad, como un discurso que sobrepasa el discurso del texto. Las editoriales (consideraremos en este trabajo el caso de los grandes grupos editoriales) ejercen presión y la literatura se va *comercializando*; es decir, lo comercial comienza a invadir la esfera misma de la producción del texto y ya no sólo la de la circulación.

Podríamos pensar, alejándonos momentáneamente del producto-libro, en lo que sucede actualmente en la producción de series televisivas a nivel local: el guión es un texto que se hace y rehace constantemente, casi podríamos decir minuto a minuto, en función de lo que una herramienta marketinera por excelencia como la encuesta le dicta. O sea: el público no quiere que esta serie sea cómica, agreguemos aristas dramáticas. Y si hay que volver a la comedia, se vuelve. Compartiendo la misma lógica, el mundo editorial añade a la instancia de producción (o, incluso, a la de pre-producción) del texto literario el gusto del público, en pos de asegurarse cierto fragmento del mercado lector.

Por otro lado, podríamos agregar que durante el transcurso del siglo XX la publicidad se fue relacionando cada vez más con las industrias culturales hasta convertirse- incluso- en una de ellas. De esta manera se producen signos, imágenes de los objetos de consumo, que los trascienden, “sobreponiendo el valor del signo por encima del valor de uso del objeto publicitado.” (Molinari, 2004: 110).

Volviendo a la temática de la obra literaria que analizaré, las obras ficcionales reflejan una visión de la historia y del mundo y a la vez construyen sentidos sobre el mismo. Recuperaremos en este trabajo la idea de que “lo imaginario” es una dimensión de la realidad que reactualiza sentidos sobre lo social y que trabajar sobre las narraciones permite indagar sobre las concepciones que se tienen acerca de un orden o la búsqueda de un orden.

Lo cultural abarca el conjunto de procesos a través de los cuales representamos e instituímos imaginariamente lo social, es decir que lo cultural rige los procesos de producción, circulación y consumo de *significaciones* en la vida social.

Retomando lo anterior, comenzaremos el análisis de los ejes que surgen de la lectura de la novela: *la cuestión de las significaciones imaginarias; la contraposición de lo local y lo global; y lo social como resultado de la tensión entre la amenaza y el control* tal como se manifiestan en el espacio literario de la novela para los personajes. Podríamos pensar que esta tensión entre el adentro y el afuera recorrerá todo el análisis; e incluso refleja el movimiento del análisis que venimos haciendo entre el texto y

algunos aspectos sociales: se trata de pensar al personaje principal, un neurocirujano feliz y cómodo en su existencia, enfrentándose a *lo social* que lo invade en forma amenazante tanto desde lo imaginario como desde lo material y concreto. Veamos:

En términos generales, el relato trata acerca de un día en la vida de un neurocirujano londinense. Se trata de un día particular: un sábado 15 de febrero de 2003, día muy particular a causa de la marcha pacifista en contra de la guerra y la ocupación en Irak. Hasta aquí, el texto está situado en referencia a los atentados terroristas del 11 de septiembre de 2001 en Nueva York.

Hay entonces un primer elemento interesante: una parte omitida, lo que “todos sabemos” que aparece implícito desde la primera escena. En esta escena el imaginario social entrará en juego al generar asociaciones en el personaje protagonista cuando ve por la ventana, al levantarse a la madrugada, un avión en llamas. El personaje asociará este avión en llamas con la presencia de terroristas.

Del héroe, Henry Perowne, no nos apartaremos durante toda la extensa novela, que abarca tan solo un día de su vida: desde el despertar aparentemente inmotivado horas antes del amanecer, hasta la noche. La cercanía con el protagonista es reforzada en algunas escenas en las cuales opera a pacientes o juega un partido de squash narrado casi tan pausadamente como el sucederse de las acciones en tiempo real.

En primer lugar, el hecho de que el protagonista sea un especialista en el cerebro humano, es una metáfora de las reflexiones que hará durante el relato acerca de la condición humana.

También nos referiremos aquí a la violencia, que recorre todo el texto de manera implícita: la sombra de los atentados del 11 de septiembre, la sombra de la guerra en Irak. Y aquí radica la tensión que subyace en la novela: la tensión entre la vida feliz y tranquila del protagonista, un hombre sin problemas, pero a quien la visión de un avión en llamas inquieta y desvela, o sea: invade. Es el riesgo y la amenaza del exterior, el riesgo potencial de una multitudinaria manifestación y de un avión en llamas sobrevolando la ciudad. Lo exterior amenaza; lo íntimo resguarda y protege, aunque el personaje se ve, todo el tiempo lo percibimos, invadido: su mente se ve invadida, sus percepciones se ven invadidas, su sueño se ve invadido, su decisión de moverse por las calles se ve invadida, su rutina se ve invadida; condicionada. El avión y los manifestantes (¿lejos, cerca?) invaden y son una constante y potencial amenaza contra su ordenada vida. La idea del *control* está así presente en la novela, ya que la sensación de violencia y amenaza la recorre desde el comienzo, mientras que los momentos en los

que se denota seguridad y control son aquellos en los cuales el protagonista está ante sus pacientes o en una intervención. En ese contexto del quirófano, el protagonista sí tiene el control sobre la vida y la muerte.

La historia es la historia de ese sábado aparentemente *normal*, en el que Henry habría de llevar a cabo su rutina compuesta por su tradicional partido de squash y luego organizar la cena de bienvenida en la que su hija Daisy regresa de París donde es estudiante y está a punto de publicar un libro de poesía. Pero todo se tuerce desde el comienzo del relato, de manera anticipatoria o profética, cuando el protagonista despierta anormalmente en medio de la noche, como dijimos, sin causa aparente. Al hacerlo, mira a través de la ventana: en el cielo, un avión prendiéndose fuego.

“A pesar de las luces de la ciudad, los contornos del avión no son visibles en la oscuridad de la madrugada. El fuego debe estar donde el ala izquierda se junta con el fuselaje, o quizás en uno de los motores de debajo. El borde anterior del fuego es una esfera blanca aplastada que arrastra un cono amarillo y rojo, menos similar a un meteorito o cometa que a la chillona impresión que un artista tiene de ellos. Como aparentando normalidad, las luces de aterrizaje destellan. Pero el ruido del motor lo delata todo (...) Ya no piensa en despertar a Rosalind. ¿Para qué despertarla por esta pesadilla? De hecho, el espectáculo posee el aura familiar de un sueño recurrente.”³

En el mismo comienzo de la novela, entonces, aparece el sentimiento de amenaza externa- corporizado en un avión incendiado- que no es más que la metáfora del sentimiento de amenaza y riesgo interno, invisible, y que queda evidenciado en la asociación imaginaria que el personaje realiza. Una amenaza global supranacional, que como plantea Beck no es específica de una clase y posee una dinámica social y política nueva.

“Pero la escena contemplada desde fuera, desde lejos, es también familiar. Hace casi dieciocho meses que la mitad del planeta presenció una y otra vez a los cautivos invisibles conducidos a través del cielo hacia la matanza; fue un

³ Mc Ewan, Ian, *Sábado*, Editorial Anagrama, Barcelona, 2005, pág. 26.

momento que impuso una asociación nueva a la silueta inocente de cualquier avión. Todo el mundo coincide en que las líneas aéreas parecen distintas desde entonces, predatorias o condenadas (...) Hay otro elemento conocido: el horror de lo que no vemos. La catástrofe observada desde una distancia segura. Observar la muerte a gran escala, pero sin ver morir a nadie. Sin sangre, sin gritos, sin figuras humanas, y en este vacío, la servicial imaginación liberada”⁴

Luego el protagonista permanece despierto y se dirige a la cocina de su casa donde su hijo Theo regresa de su salida nocturna. En ese momento Perowne le manifiesta sus temores pero allí mismo el misterio queda resuelto cuando las noticias explican cuál había sido la causa del avión incendiado. El conocer esta causa, el lector, al mismo tiempo que el protagonista (sensación exacerbada ya que la escritura simula el tiempo real en que ocurren las acciones, lo cual provoca la sensación de estar acompañando el accionar del protagonista) demuestra lo intensa y sólida que la asociación imaginaria había sido.

Desde la escena inicial de la novela, se establece también una contraposición entre las amenazas, la perversión y el peligro exteriores, y la seguridad y protección internas representadas por el hogar y por el sexo. A la fantasía de peligro de Perowne la sigue una relación sexual que mantiene con su esposa Rosalind. Las amenazas violentas o invisibles irrumpirán repetidas veces en la novela, desde el comienzo y a lo largo de ese día. Esa angustia ante el caos sobre el orden persiste en la atmósfera del relato.

- “¿Crees que han sido terroristas?- dice Theo

- Es una posibilidad.

Los ataques de septiembre fueron la iniciación de Theo en los asuntos internacionales, el momento en que aceptó que sucesos ajenos a sus amigos, su casa y su música influían en su existencia...”⁵

En cuanto al tercer eje, un episodio que reclama particular atención se da en las discusiones acerca de las marchas pacifistas que rodean el día del personaje

⁴ Op. Cit., página 28.

⁵ Op. Cit., página 45.

influyendo- incluso- en su traslado en automóvil. A causa de la marcha, el protagonista debe desviarse de su camino al club donde practica squash.

El protagonista de la novela y sus dos hijos reaccionan de manera diferente frente a la manifestación-protesta contra la ocupación de Irak: su hija Daisy no asiste por estar viajando a Londres desde París, pero su hijo Theo, pese a estar de acuerdo con el motivo de las protestas, no asiste “por haberse levantado tarde”.

Esta actitud simboliza la postura apática frente a situaciones donde surge una idea de comunidad. Quien se mantiene en una total ambivalencia es el personaje protagónico. De esta manera, se ilustran algunas reflexiones sobre la ciudadanía, las decisiones y las responsabilidades que estas implican.

En este sentido quisiera hacer un comentario acerca de la notable recepción que tuvo la novela. Su publicación se anunció en el noticiero de la BBC como una novela que reflexionaba sobre las ansiedades y las incertidumbres de las personas en las sociedades occidentales después del 11 de septiembre de 2001. Parte de la crítica británica planteó lo extraño que fue que el lanzamiento de una novela se anunciara en un noticiero nocturno y que eso no podía deberse sólo a sus méritos literarios. Su campaña publicitaria se hizo en países de todo el mundo: se la promocionó como una novela que exploraba la sociedad en sí misma, como una novela que era el reflejo de la vida actual (Tim Adams, “The Observer”, 30/5/2005). Lo interesante entonces es analizar qué tipo de personaje es el que se presenta: un personaje apático frente a las decisiones y acontecimientos sociales; la novela en general tiende a la calma, a la recuperación de la calma ante estas aparentes situaciones de invasión de lo social en la esfera individual. Henry ignora a la multitud que protesta contra la guerra en Irak. Para él, que trata de llegar a su partido de squash, las personas son sólo un impedimento que lo obliga a cambiar el recorrido del auto.

“Theo recoge su cazadora del suelo y se levanta. Tiene una expresión irónica.

- Así que no es un ataque contra nuestro estilo de vida.

- Un buen desenlace- coincide Henry.”⁶

⁶ Op. Cit., página 50.

Reflexiones finales para seguir pensando

Podríamos afirmar que la publicidad- representante de una mercantilización creciente del mundo y de la cultura en particular- ha significado para las mercancías culturales la intromisión, en el *momento* de la producción, de una lógica ajena a la obra artística y que en parte la desnaturaliza. Ese fenómeno, que ya existía como tendencia desde la mitad del siglo XX y que había sido analizado por Adorno y Benjamin, se ve actualmente radicalizado de maneras nuevas que admiten la pregunta por un cambio quizá definitivo en la naturaleza del arte. También es importante aclarar, como se desprende de una lectura cruzada entre la novela y las críticas que se hicieron en el momento de su publicación, que la crítica literaria realiza operaciones para implantar determinadas visiones del mundo (en este caso desprendidas del material ficcional) que es fundamental analizar desde el terreno de la política. Es innegable que hay ciertas vinculaciones políticas que condicionan la actividad artística de diversas maneras. En ese movimiento, el arte sigue perdiendo la magia de la autonomía que en última instancia lo convertía en una esfera clave para la sociedad. Clave por lo incomprensible de su función, pero clave para otras tantas cuestiones.

Bibliografía

- Adorno, T. y Horkheimer, M. *Dialéctica del iluminismo*, Sudamericana, Buenos Aires, 2002
- Altamirano, C., (dir) *Términos críticos de sociología de la cultura*, Paidós, Buenos Aires, 2002
- Appadurai, A. *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*, FCE, Buenos Aires, 2001.
- Bauman, Z. *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*, Gedisa, Barcelona, 2000
- Bauman, Z. *La globalización, consecuencias humanas*, FCE, Buenos Aires, 1999
- Beck, U. *La Sociedad del riesgo*, Paidós, Barcelona, 1998
- Ewen, S. *Todas las imágenes del consumismo*, Grijalbo, México, 1993
- García Canclini, N., *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, Grijalbo, México, 1995
- García Canclini, N. *La globalización imaginada*, Paidós, Buenos Aires, 1999
- Habermas, J., *Historia y crítica de la opinión pública*, Gustavo Gili, Barcelona, 1981
- Jameson, F. *El giro cultural*, Manantial, Buenos Aires, 1999
- Mc Ewan, I., *Sábado*, Anagrama, Barcelona, 2005
- Molinari, V. “Publicidad y Asoc.” En Wortman, A. *Imágenes publicitarias/Nuevos burgueses*, Prometeo, Buenos Aires, 1999
- Moneta, C. “La dimensión cultural. El eslabón perdido de la globalización” en *Revista de Estudios Económicos y sociales* número 47, 1996
- Mukarovsky, J. *Escritos de estética y semiótica del arte*, Gustavo Gili, Barcelona, 1977
- Ortiz, R. *Mundialización y cultura*, Alianza, Buenos Aires, 1997
- Rodríguez Ballester, A. “Frankfurt, los libros y la feria global” en *Ñ*, Buenos Aires, 3/11/2007.
- Terrero, P. “Innovaciones tecnológicas y planetarización cultural” en Bayardo y Lacarrieu (comp.) *Globalización e identidad cultural*, CICCUS, Buenos Aires, 2003
- Wortman, A. *Imágenes publicitarias/Nuevos burgueses*, Prometeo, Buenos Aires, 2004
- Žižek, S. y Jameson, F. *Estudios culturales. Reflexiones sobre el multiculturalismo*, Paidós, Buenos Aires, 1998

