


LA SOCIEDAD DEL ESPECTÁCULO COMO POSIBILIDAD DE CONSTRUCCIÓN DE SENTIDO ESTÉTICO A PARTIR DE JAZZ AL PARQUE



SECCIÓN
TRANSVERSAL

Artículo de reflexión

William Ricardo Barrera Tacha

Universidad Distrital Francisco José de Caldas / ricarcha@hotmail.com

Licenciado en pedagogía musical. Actualmente adelanta estudios de maestría en estética e historia del arte en la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Docente de planta del programa de música de la Facultad de Artes ASAB de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas e intérprete de bajo eléctrico en géneros populares y tradicionales.

TACHA W, (2013) La sociedad del espectáculo como posibilidad de construcción del sentido estético a partir de Jazz al parque, Calle 14, 7 (10), 129-137.

RESUMEN

Este texto plantea cómo, a partir del festival Jazz al Parque, pueden desentrañarse elementos estéticos diversos, como los planteados por la estética de la recepción, que obligan a repensar el carácter alienante de la sociedad de consumo planteado en las teorías marxistas y reivindican el carácter liberador de la experiencia estética, justificando la necesidad de fusionar la música colombiana y el jazz.

PALABRAS CLAVES

Estética de la recepción, sociedad del espectáculo, sociedad de consumo, jazz colombiano

THE SOCIETY OF THE SPECTACLE AS A POSSIBILITY TO BUILD AESTHETIC MEANING: THE CASE OF JAZZ AL PARQUE

ABSTRACT

This text discusses how the Jazz al Parque festival allows several aesthetic elements to unravel, elements such as those posed by the aesthetics of reception, which demand the rethinking of the alienating character of the consumption society (as put forward in Marxist theories) and uphold the liberating character of the aesthetic experience, justifying in turn the need to merge Colombian music and jazz.

KEY WORDS

Aesthetic of reception, society of the spectacle, consumption society, Colombian jazz

LA SOCIÉTÉ DU SPECTACLE COMME POSSIBILITÉ DE CONSTRUCTION DE SENS ESTHÉTIQUE : LE CAS DE JAZZ AL PARQUE.

RÉSUMÉ

Dans ce texte se pose la question de comment, dans le festival Jazz al Parque, peuvent s'élucider des éléments esthétiques divers, comme ceux proposés par l'esthétique de la réception, qui obligent à remettre en cause le caractère aliénant de la société de consommation signalé par les théories marxistes et revendiquent la nature libératrice de l'expérience esthétique, justifiant la nécessité de fusionner la musique colombienne et le jazz.

MOTS -CLÉS

Esthétique de la réception, société du spectacle, société de la consommation, jazz colombien

A SOCIEDADE DO ESPETÁCULO COMO POSSIBILIDADE DE CONSTRUÇÃO DE SENTIDO ESTÉTICO: O CASO DO FESTIVAL MUSICAL "JAZZ AO PARQUE"

RESUMO

Este texto expõe como a partir do Festival "Jazz ao Parque" podem surgir elementos estéticos diversos, como os expostos pela estética da recepção, que obrigam a repensar o caráter alienante da sociedade de consumo exposto nas teorias marxistas e reivindicam o caráter liberador da experiência estética, justificando a necessidade de fusionar a música colombiana e o jazz.

PALAVRAS-CHAVE

Estética da recepção, sociedade do espetáculo, sociedade de consumo, jazz colombiano

RRUNAKUNA ATUN ALPAPI KAUGSAGKUNAPA ASICHIRRIKUNAKUNAKUNA, SUMA RRURRANGAPA ALLÍKARRI: KAIPI RRIMANAKUNCHI: JAZZ TANDARRIDIRRUPI TANDARRISKAKUNAMANDA

UCHULLAIACHI

Kai kilkaska nima imasa, Jazz tandarridirrupi tandarriskaurramanda, sug suma sugrigchakuna pudinkuna tarringa, imasam ninkuna suma arri niskakunasina, ninkunami iuii ñugpachinkuna rrrurangapa ima mana munakuskata ikuti iuiangapa kikinpa iuiaikunata chingachingapa rrunakuna alpapi kaugsadurrkuna imasa tukui rrandispa rrandispa apankuna imasam ninkuna marxpa kilkaskapi mañankunamin kaugsaskata sumaichispa sakiska, nispa ministirrimi kai atun alpakunamanda muiurridirruta, jazzta sugllapi tupachingapa.

RRIMANAKUI

Suma arri niskakunasina, rrunakuna atun alpapi kaugsagkunapa asichirrinakui, Rrunakuna imasam rrandispa rrandispa apankuna, kai atun alpakunamanda jazz

Recibido el 03/03/2013

Aceptado el 21/05/2013

Introducción

Este artículo parte de una aclaración de las teorías de corte marxista que han servido para estudiar a las sociedades de consumo y del espectáculo. Teóricos como Karl Marx, Jean Baudrillard, Theodor Adorno y Siegfried Kracauer hicieron análisis, descripciones y reflexiones sobre temas como la mercancía, los modelos económicos, la ideología, los medios audiovisuales, la lucha de clases, el capitalismo, el valor de uso y el de cambio. De ellos queda la sensación de que el trabajo y el ocio son dos realidades que el poder debe organizar para, por un lado, hacer que una sociedad cumpla con la metas de producción que se ha impuesto, y, por otro, que en esa sociedad todos se sientan “libres” gracias a la presencia de un tiempo de descanso, de ocio, que compense el tiempo dedicado al trabajo productivo.

Lancemos una primera mirada sobre nuestro tema de estudio, el Festival Jazz al Parque, que se realiza en Bogotá en el mes de septiembre. En él hay una serie de características que lo vinculan con los eventos masivos: es un espacio de presentación, comercialización y consumo por parte de un público asistente en gran parte experto (músicos y melómanos) de un tipo de música que aquí se vuelve un tipo de mercancía especial. Esto, apoyado por la idea de que es un evento que se realiza en un fin de semana para aprovechar un tiempo de ocio, un tiempo libre y hacer de este un momento de entretenimiento, de goce y de descubrimiento. Por esta razón el siguiente artículo no verá de manera negativa las teorías de corte marxista que hablan del espectáculo. Como dije en el párrafo anterior ellas analizaron los eventos de la contemporaneidad asociados a nuestra sociedad y sus manifestaciones culturales. Lo que intentaré en este artículo es, primero, describir qué posibilidades de construcción le ofrece el festival de Jazz al Parque al público en Bogotá en lo cultural, lo político y lo artístico, y cómo se manifiesta en este festival un tipo de praxis acorde a la estética de la recepción, como posibilidad de construcción de

sentido estético, a pesar de que inevitablemente sea un espectáculo inmerso en las estéticas del consumo.

Esta realidad nos lleva a plantear la pregunta que habrá de guiar las reflexiones del presente artículo: ¿Es posible analizar un fenómeno del espectáculo como Jazz al Parque desde otras lecturas estéticas que no solo lo condenen como alienación y mercancía, sino que reivindiquen su capacidad de ser potenciador de intercambios estéticos?

Por eso, el presente texto abordará la siguiente estructura en torno a los siguientes temas: un análisis de una manifestación y un proyecto cultural y artístico que forma parte de la sociedad de consumo: Jazz al Parque. Una interpretación de la estética de la recepción para soportar nuevas maneras de construcción de significados estéticos y una compilación del contexto teórico que describa a la sociedad de consumo, para en ella enmarcar la teoría de Guy Debord sobre la sociedad del espectáculo.

Marco sociocultural de Jazz al Parque

Partiendo de la “construcción de sentido estético” que guía este artículo, en el presente capítulo miraremos cómo el entorno sociocultural en que se ha desarrollado Jazz al Parque desde sus orígenes está íntimamente relacionado con la construcción de sentido estético. Desde 1995, ideales estéticos tales como formación de artistas y públicos, divulgación de productos artísticos, soporte a la organización de los sectores artísticos y comunidades, así como también el impulso de la investigación en el campo artístico y cultural han sido pilares ideológicos sobre los que se han sostenido las 16 versiones del festival en Bogotá. Es importante destacar que el diseño de Jazz al Parque se ha basado a lo largo de sus quince años en el planteamiento de un proceso de selección público y abierto, ofrecido a los músicos de la ciudad, que les permitiera competir por



▲ Garujazz MuNAL : concierto en el Museo Nacional. Fotografía, Elkin Rojas. 2009

ganarse un lugar en las jornadas de concierto a realizarse en parques metropolitanos, en las que pudieran llegar a compartir escenario con prestigiosos intérpretes y compositores invitados a nivel nacional e internacional. Además, el hecho de participar en las jornadas finales siempre ha significado una valiosa oportunidad de familiarizarse con los públicos de la ciudad, con el género, con otros artistas, con los realizadores, con el personal técnico y con los diversos escenarios locales.

También es importante destacar el avance en cuanto a gestión de alianzas que van surgiendo con instituciones y entidades académicas, sociales, culturales, artísticas, comerciales y de autoridades ciudadanas que brindan soporte para las diversas actividades.

Los valores estéticos propios de Jazz al Parque dejan de estar ligados puramente al ámbito musical para irse construyendo también a partir de los intereses y las necesidades propuestas por el circuito institucional y por las demandas socioculturales de la ciudad. Esto lo

ubica como un espacio estéticamente abierto donde van y vienen influencias y donde confluyen las miradas que conjuntamente tienen sobre el jazz los músicos, los empresarios y las distintas autoridades locales de la ciudad. El festival es una actividad social alrededor del jazz, un espacio de integración de la diversidad social y cultural donde la presencia de un público implica una estética de la recepción que tiene como principal catalizador de esa recepción el gusto por escuchar jazz.

Cómo la estética de la recepción resignifica el concepto de mercancía cultural

Para realizar un primer acercamiento a los valores estéticos de Jazz al Parque tomaré algunas tesis de H. R. Jauss y W. Iser en las que, a partir de una reinterpretación de la estética de la recepción, es posible ver varias cosas: el público que asiste al festival Jazz al Parque es experto, porque está integrado por músicos y melómanos, es decir por una comunidad de gusto especial.

Y este público no solo está sujeto a la alienación y al impacto negativo del arte como mercancía, sino que es también capaz de experimentar otros niveles de significación estética gracias al *goce*, a la *intuición*, al *conocimiento* y al *entretenimiento*.

Dentro de los referentes que el concepto de estética de la recepción involucra y cambia está el de “obra cerrada”, concepto que viene de la concepción hegeliana de la unidad de la obra de arte: unidad adecuada de contenido y forma. Para la estética de la recepción la obra, más que obra, es proceso, y aquí la música creada a partir de la improvisación confirma esta idea, por la cantidad de elementos subjetivos y grupales que percibe y expresa el músico creador a través de la improvisación, entre ellos la reacción del público. Por ello, para analizar la obra cerrada tomaremos a la obra de música como objeto y la trabajaremos según la estética de la recepción. Para esta la obra en sí misma no tiene realidad, es en la acción donde tiene realidad y no tiene significado si no es a través de un ejercicio que es el que realizan los creadores, es decir los músicos. Aunque estos presupuestos estuvieron en un comienzo dirigidos al mundo de la literatura encuentran también validez en el mundo de la recepción musical.

Contexto de Jauss

1) La escuela de Praga que estudió las relaciones entre el arte y la literatura: “la función estética parte de una situación de comunicación, pero supone una negación dialéctica de una comunicación normal, así como instaura una nueva relación con la realidad por una negación dialéctica de su representación” (Urbina, 1997: 176). Esto amplía el marco de conocimiento involucrado en la creación artística en general. Por un lado, esta negación dialéctica necesita de un sujeto que la realice, un receptor; Por otro lado, contempla formas diferentes de expresión como las formas gestuales y el lenguaje musical.

La idea anterior plantea que tienen que agotarse los significantes del llamado artefacto material (la música) en ese proceso de negación dialéctica y por eso el receptor tiene que encontrar el significado de ese artefacto y transformarlo en objeto estético, no solamente recurriendo a modelos adquiridos, asociados a un campo de conocimiento (en este caso el artístico), sino también recurriendo a la intuición. La novedad de

este concepto radica en la pertinencia acorde con los cambios culturales asociados a la actualidad.

2) Hans Gadamer en su obra *La actualidad de lo bello* expone cómo se tienen experiencias estéticas del arte a través de las categorías juego, símbolo y fiesta. El juego como un hacer que lleva al movimiento continuo e inconsciente del creador, pero juego donde la razón interviene. El símbolo como aquello que une lo separado, al creador y al público, haciendo que de alguna manera el arte “cure”. Y la fiesta como el espacio al que asisten todos y que tiene su propia temporalidad.

3) Wolfgang Iser parte de la fenomenología de Husserl y expone que la obra de arte es un objeto intencional con características esquemáticas y de cualidades metafísicas. El receptor encuentra espacios vacíos entre los niveles presentes entre las características esquemáticas y las cualidades metafísicas. Se dan en la estética de la recepción, tanto para Jauss como para Iser, dos corrientes filosóficas importantes respectivamente: la estética hermenéutica y la estética negativa: la primera como un proceso de fusión de tradición e innovación. La segunda ve en la negación y en la subversión fuerzas para experimentar constantemente a la obra.

4) La historia del arte actual es el campo donde se entiende al historiador como un lector, donde su experiencia estética como lector implica el horizonte de expectativas del primer público de la obra y el “efecto” que la obra produjo en él, modificando su recepción y haciendo un diálogo continuo entre las obras del pasado y la experiencia del presente. Además, la recepción, para no ser arbitraria, debe organizar metódicamente su horizonte de expectativas (géneros, temas, formas, lenguajes etc.), pensando también en el impacto producido por la obra en función de la distancia estética que debe ser contantemente resuelta.

5) Por otra parte, Iser piensa que la búsqueda de significados es un sustrato para la recepción de la obra. En ella ve la construcción del receptor como lo más importante, gracias a la indeterminación de la obra de arte: “La fuerza del arte está en su carencia de situación definida, que obliga a definirse al lector. El ‘efecto’ que produce no se consigue cuando el receptor encuentra su significado, sino cuando al tener que buscar significados que colmen su indeterminación experimenta su propia vida.” (Ortiz de Urbina, 1997: 182)

Jazz al Parque como un instrumento para validar las teorías del texto

(*Pequeña apología de la experiencia estética*)

Pequeña apología de la experiencia estética, de H.R. Jauss, apareció en 1972 a partir de una serie de conferencias en el XIII Congreso Alemán de Historia del Arte en la Universidad de Constanza. Su objetivo es hablar de la experiencia estética ante una obra a manera de apología o defensa frente a la *Teoría estética* de Theodor Adorno. La reflexión de Adorno encuentra un escollo al preguntarse para qué sirven las obras de arte. Por eso Jauss quiere cambiar la perspectiva de esta pregunta en relación al goce estético y a la reflexión, y lo hace a partir de cuatro tesis:

Tesis 1: La actitud de goce, que desencadena y posibilita el arte, es la experiencia estética primordial (Jauss, 2002: 31).

La experiencia estética no solo es una experiencia contemplativa, ni ascética, sino práctica y secular, y está presente en todo momento. La actitud de goce más la capacidad de imaginar permiten tener una experiencia estética ante la música que es la que le está dando los elementos simbólicos o sonoros para empezar la construcción imaginaria y con ella la defensa contra lo que Adorno llamó la estética del ascetismo

Tesis 2: La liberación por medio de la experiencia estética puede efectuarse en tres planos: para la conciencia productiva, al engendrar el mundo como su propia obra; para la conciencia receptiva al aprovechar la posibilidad de percibir el mundo de otra manera y finalmente al aprobar un juicio estético exigido por la obra (Jauss, 2002: 41).

En esta tesis la experiencia estética está en tres ámbitos: el productivo, el receptivo y el comunicativo y se relaciona con los términos *poiesis*, *aisthesis* y *catharsis*.

Poiesis es entender el mundo, no como algo que se impone, sino como algo que puede ser producido. El mundo deja de ser efecto de conceptos científicos, tecnológicos, artísticos y artesanales, y aparece como

fruto de una apropiación expresada mediante la obra de arte. Ya no es la mera contemplación o el trabajo del genio, sino la acción de descubrimiento latente en las significaciones de la obra por el receptor. Esa significación surge de la acción de sus creadores y la realidad de la obra surge en dicha acción. Vemos así mucha relación en la manera de ver la obra musical como *poiesis*, una construcción que parte de la acción más que de una reflexión y contemplación de la verdad. La *aisthesis* alude a la percepción como un medio válido para construir un conocimiento del mundo que el arte es capaz de ofrecer al receptor, quien llega al conocimiento a través de la construcción de relaciones entre elementos dispersos y desencadenados en el carácter procesual de la obra de arte.

La *catharsis*, como experiencia estética, es liberar por medio de la satisfacción estética, ampliar el campo de la experiencia estética frente a los condicionamientos sociales, jurídicos e institucionales de la sociedad, e identificarse con la acción artística en lo comunicativo. Así, el arte propondría nuevas formas de disolución de los intereses de la vida. Jauss pone estos tres ámbitos de la experiencia estética respectivamente desde lo sintáctico, lo semántico y lo pragmático, como tres tipos de regla presentes en la construcción lógica a partir del lenguaje.

Tesis 3: La experiencia estética ha recibido, en el plano de la *aisthesis*, una tarea contra el mundo de la vida cada vez más instrumentalizado que no se había planteado hasta ahora en la historia de las artes: oponer a la experiencia atrofiada y al lenguaje servil de la sociedad de consumo una función crítica y creativa de la percepción estética y, a la vista de la pluralidad de funciones sociales y de las versiones científicas del mundo, hacer presente el horizonte del mundo común a todos y que el arte puede visualizar como un todo posible o realizable. (Jauss, 2002: 73)

El proceso de la experiencia estética de la recepción busca decirle a la sociedad de consumo que no solo los modelos y las técnicas, sino la intuición, el goce y el entretenimiento son maneras de construir experiencias críticas y creativas. El arte revaloriza la percepción contra los hábitos alienantes sedimentados en las



▲ Garujazz MuNAL 142: concierto en el Museo Nacional. Fotografía, Elkin Rojas. 2009

estructuras conceptuales y los significados establecidos a través de un enfoque diferente: el de la interacción que se manifiesta en la estética relacional en las artes plásticas, o en las nuevas maneras de percibir el "acontecer" de la obra de arte a través del ruido, la saturación o el silencio en la música contemporánea y el free jazz.

Tesis 4: Se estrecharía la función social primaria de la experiencia estética si el comportamiento hacia la obra de arte quedara encerrado en el círculo de la experiencia de la obra y la experiencia propia, y no se abriera a la experiencia ajena, lo que siempre se ha llevado a cabo en la praxis estética en el nivel de identificaciones espontáneas como admiración, estremecimiento, emoción, compasión, risa, y que

solo el esnobismo estético ha podido considerarse como algo vulgar. (Jauss, 2002: 76)

Todo lo anterior encuentra un lugar en el espectáculo musical de Jazz al Parque. El receptor le encuentra sentido a la obra porque la escucha, y la obra se hace real en el momento de su ejecución. Esta tesis, que aborda la catarsis como comunicación, completa el proceso: producción (*poiesis*) - percepción (*aisthesis*) - comunicación (*catharsis*), y es importante para considerar las reacciones que el público puede experimentar frente a la música, es decir, qué tanto le gusta lo que escucha. A partir de la *poiesis*, la *aisthesis* y la *catharsis*, el público de Jazz al Parque entiende el mundo como algo producido, reivindica el estrato intuitivo y sensible y amplía el campo de la experiencia estética.

La importancia de la estética de la recepción está en que ella propone integración entre el creador y el receptor a través de lo que para el creador es el significante expresado en la obra de arte y lo que el receptor ve

como objeto estético, que posee un significado que está siendo constantemente actualizado. Un encuentro entre tradición e innovación y una ampliación de horizontes.

La estética de la recepción cede lugar a la estética del consumo

Como se ha visto, las tesis de la estética de la recepción encuentran cabida en el festival de Jazz al Parque. Sin embargo, estas tesis no pueden ser entendidas aisladamente sino que requieren ser contextualizadas dentro de un espacio superior a ellas: el de las estéticas del consumo, donde son igual de importantes conceptos como los de mercancía, alienación y separación de la vida.

Para empezar una interpretación de las características de la sociedad del espectáculo partiremos de Guy Debord y su texto *La sociedad del espectáculo*. Para entender sus visiones desesperanzadoras acerca de la sociedad del espectáculo es importante contextualizarlo dentro de una dialéctica que se generó tiempo atrás con el idealismo dialéctico de Hegel y el materialismo dialéctico de Marx. Para Hegel la historia era teleológica porque llevaría finalmente a la construcción de un Estado nación; en cambio, para Marx, la historia llevaría finalmente a la supresión del Estado de comienzos del siglo XX. A partir de esto las teorías de Debord se enmarcan en un contexto histórico donde la particularidad, la multiplicidad y el fragmento de la posmodernidad se oponen a la universalidad, a la unidad y a la totalidad de la modernidad. El espectáculo, por lo tanto, se fragmenta y se particulariza.

Otro contexto importante para entender a Debord se da en la idea de la organización racional de la fatiga. Este concepto se basa en cómo las formas de entretenimiento están estrechamente ligadas a las formas de producción e implican la idea de tiempo de trabajo versus tiempo de ocio.

Este modelo de pensamiento marxista se creó a partir de tres modelos económicos: el taylorismo (modelo del siglo XIX que se basa en la organización de tiempos y movimientos, centralización y concentración del poder), el fordismo (modelo de inicios del siglo XX que se basa en las ideas de cadena de ensamblaje, crédito, masa y serialidad), y el posfordismo (modelo de los años setenta que se basa en la economía de bienes y servicios y en la especialización flexible; en él la organización

posee una estructura rizomática, que es potenciada por los medios y la red –a este modelo pertenece la internet y a ella le apuestan los proyectos discográficos para su comercialización). Los pensadores posmarxistas que estudiaron estos modelos de producción se agruparon en dos corrientes: los críticos que partieron del conflicto y el disenso como Benjamin, Kracauer, Adorno y Marx; y los funcionalistas que partieron en cambio del orden y del consenso, como Parsons, Jameson y otros teóricos norteamericanos.

Debemos ver también, en este orden de ideas, el papel que los medios audiovisuales han tenido. (medios de masas, según Jaus, como el cine, la radio y la televisión) en la sociedad de consumo y del espectáculo. Ya Heidegger en su texto “La cosa” se hace la pregunta por la destrucción de las nociones de tiempo y espacio que realiza la técnica y los medios. Asimismo las diferentes reflexiones estéticas que al respecto de la fotografía hizo Benjamin en *La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica* con relación a la pérdida del aura, o Kracauer al analizar el ornamento de la masa a partir de las *Tillergirls* expuestas en la pantalla del televisor. Debemos reconocer que aunque su función primaria es el entretenimiento, los medios modernos de comunicación son también poderosos agentes de difusión y control de ideologías y mercancías.

Como mencione antes, la perspectiva teórica de Debord corresponde a las teorías de Marx, Hegel y Feuerbach que parten del papel del proletariado. Pero el énfasis que Debord pone tiene que ver con una intención de revolucionar el orden establecido y concientizar a la clase social en general (los diferentes movimientos contraculturales).

Debord advierte cómo una praxis que es una forma activa de transformación histórica es sustituida por la contemplación pasiva de imágenes, con lo que la sociedad prefiere las imágenes a las cosas. Debord continúa analizando qué tipo de relaciones se producen entre el espectador y el productor de espectáculos. Son relaciones entre un productor con mucho poder y un espectador alienado, que se vuelven monológicas porque tienden al aislamiento (que es una condición necesaria en las teorías de Debord y Simmel), y son asimétricas por la desigualdad de poder en la relación productor- espectador. Como dije anteriormente la intención de Debord con este texto es revolucionar, y encuentra en el situacionismo y las vanguardias una serie de maneras alternas de transformar la vida y oponerse al espectáculo.

Según esto, Jazz al Parque heredó las nociones conjuntas de espectáculo provenientes del pensamiento histórico estético moderno y posmoderno. Así como desde la modernidad y desde el pensamiento hegeliano puede leerse cómo un evento de entretenimiento consideró necesario el apoyo al artista y su praxis como fuente de entretenimiento, desde el pensamiento posmoderno podríamos leerlo como la interacción entre público, institución, espacio, arte y circuito.

¿Qué es la estética de la separación según Guy Debord?

Para referirse a un tipo de espectáculo que es más un instrumento de alienación para el espectador, Debord plantea las siguientes características: el espectáculo separa al hombre de lo más preciado que puede producir, esto es, la vida: "el espectáculo es la afirmación de la apariencia y la afirmación de toda vida humana, o sea social, como simple apariencia. Pero la crítica que alcanza la verdad del espectáculo lo descubre como la negación visible de la vida, como una negación de la vida que se ha tornado visible." (Debord, 2008: 40)

Por otra parte el espectáculo expresa lo permitido a la sociedad, y no lo posible de expresar. Es el medio para alienar a los trabajadores reemplazando la acción por la contemplación; se vuelve religión para una sociedad que "sueña". El espectáculo es su propio producto y el que establece sus reglas volviéndose casi sagrado, y, a través de esa funcionalidad, hace apología del ámbito más importante que está oculto en el capitalismo y en la sociedad actual: la lucha de clases y el desarrollo de las fuerzas productivas.

La fragmentación caracteriza a la sociedad y al espectáculo, pero esa fragmentación se expresa como unidad porque en esa unidad se encuentra implícito un poder de control al espectador: de modo que la división que así aparece es unitaria, así como la unidad está dividida. (Debord, 2008: 61)

Debord expresa que lo que está detrás de esa fragmentación del espectáculo, que también es unitaria, es la lucha entre los poderes. Por ejemplo, para el autor, el capitalismo es el gran poder unificador de la sociedad que se divide en variadas maneras de poder. Desde esta idea, analizar el festival de música Jazz al Parque es también posible entendiendo que es una industria cultural donde se ponen a funcionar medios económicos

de acuerdo a sus necesidades y políticas de beneficio social a través de la cultura.

Debord pone en el escenario un tema muy conflictivo que es importante reconocer: "la sociedad portadora del espectáculo no domina las regiones subdesarrolladas solamente gracias a su hegemonía económica: las domina como sociedad del espectáculo." Esto hay que admitirlo en nuestra situación, sobre todo con la llamada música popular que se difunde por los medios de comunicación y que, trascendiendo las fronteras locales en lenguajes como el Rock o el Pop, llega a nuestro país y es reinterpretada localmente, generando sus propias estrellas del espectáculo (por ejemplo, el fenómeno del tropi-pop como una propuesta de fusión entre dos lenguajes en apariencia diferentes pero que desde el ámbito musical se complementan y desde ámbitos publicitarios y de mercadeo generan estructuras asociadas a la comercialización del artista). Debord va más allá de la sociedad del espectáculo al reconocerla también en la política: el espectáculo propio del poder burocrático; y lo valioso es la variedad de ideas que se desarrollan de este escenario político.

Así, para los intereses puntuales de este artículo, podemos afirmar que, en el campo musical, otra expresión de la separación en la unidad del espectáculo se manifiesta en la ausencia de límites entre la música popular, la música folclórica y lo tradicional contra lo contemporáneo. Sin embargo hay que reconocer que ciertas músicas se componen a través de la fusión entre ellas transgrediendo sus límites propios.

Estas músicas, como el jazz latino o el jazz fusión, se podrían denominar híbridas desde una perspectiva teórica integrada (porque se celebra la diversidad sonora disponible y nuevos procesos de reconstrucción del tejido social de las comunidades locales). Al respecto, el texto de Ana María Ochoa *Músicas locales en tiempos de globalización* aporta ideas referentes a la redefinición de la relación entre música, memoria y lugar, construida desde los ámbitos de la comunicación y de la tecnología. En estos espacios, las relaciones cambian al cambiar el modo de difusión de las músicas, cambian los procesos de creación y producción musical y cambian los discursos que de ellos se construyen.

Es la abundancia la característica del espectáculo en la sociedad. La yuxtaposición es el elemento dinamizador de esa abundancia, llámese de espectáculos o de mercancías. El carácter de novedad dentro de la yuxtaposición de espectáculos o de roles existe también como

fuerza de continuidad del espectáculo y del consumo. Como ejemplo, en Jazz al Parque la novedad musical es un elemento que se fortalece gracias a las audiciones previas para seleccionar los grupos musicales de cada edición. Esto implica jurados con un criterio válido para seleccionar los grupos más novedosos y de buena calidad musical, que se presentan junto con los artistas internacionales.

El espectáculo, para Debord, refleja la división del trabajo espectacular que analiza desde otra mirada Ana María Ochoa: "la división del trabajo espectacular que conserva la generalidad del orden establecido, conserva primordialmente el polo dominante de su desarrollo (a la división del trabajo). La raíz del espectáculo se hunde en el terreno de la economía que se ha convertido en economía de la abundancia" (Debord, 2008: 63). Ana María centra su atención en las acciones de negociación que tienen que realizar las músicas locales en la globalización a través de la categoría mundial *World Music*: "El crecimiento de los repertorios locales tiene que ver con la reorganización de la industria del entretenimiento en corporaciones multinacionales en momentos de pérdida de poder de control de lo económico del Estado nación y en momentos también de un resurgimiento de nacionalismos, regionalismos y localismos varios." (Ochoa, 2003: 49)

La clasificación de cualquier música, incluida la fusión entre jazz y músicas tradicionales colombianas como *World Music*, y la autoproducción de los independientes no son solo reflejo del mercado mundial globalizado, tienen que ver con el cambio de la estructura internacional del trabajo cultural en la historia de las músicas locales, las economías locales en crisis y las políticas culturales que tengan que ver con patrimonio intangible y diversidad.

Ahora bien, Guy Debord habla sobre el espectáculo en general, que aliena a las sociedades trabajadoras y es en esencia el momento en el que la mercancía ocupa totalmente la vida social. Además este tipo de espectáculos replantean a la música como mercancía cultural que genera expectativas, que genera conocimiento y valores concretos. Al tratarse de Jazz al Parque se adquiere de manera más cualitativa que cuantitativa la mercancía cultural. Cualitativa en el sentido de la singularidad del jazz en sus diferentes estructuras formales y cuantitativa en contravía a la música comercial de difusión y recepción más numerosa.

Sin embargo, en el caso puntual de Jazz al Parque, los fenómenos de alienación y de separación de la vida no se hacen tan evidentes en lo concerniente a la primera. Al tratarse de un público en cierto grado especializado, este es capaz de plantear reflexiones estéticas a partir del evento y por eso no es del todo un público enajenado. Hago esta claridad para hablar de los espectáculos de música especializada, sin desconocer tampoco que toda manifestación artística es realizada también para responder a los gustos de una comunidad interpretativa. A partir de qué condiciones una comunidad interpretativa es capaz de apropiarse de un espectáculo musical, reduciendo los efectos negativos de este como mercancía cultural, y en qué manera esta experiencia estética es diferente, se da en la actitud de goce, ya que una vida se puede transformar si encuentra goce en sus acciones.

Conclusiones

Al vincular lenguajes propios (populares y folclóricos) a un sistema musical regido por la improvisación y la armonía funcional, así como al incorporar instrumentos autóctonos en el conjunto de instrumentos del grupo de jazz, el jazz colombiano le ha dado un papel más activo al receptor, ya que este, al sentir cada vez más sus músicas dentro de estas nuevas composiciones, ha encontrado mayores posibilidades de interactuar con los creadores y con la obra. Este tipo de intervención diferente de la música plantea una nueva posibilidad de estética de la recepción por parte del público asistente y de las posibilidades abiertas de interpretación de la obra. En el carácter popular de la música estaría una manera verdadera de unir arte y vida, que desde las vanguardias ha estado presente en el arte.

De esta manera se verifica que la lectura fatalista de Debord en torno a la sociedad del espectáculo tiene cómo ser reevaluada a partir de múltiples lecturas estéticas. Esto tiene un impacto directo en la lectura que puede hacerse de Jazz al Parque como espectáculo y como mercancía, pues, como vimos, más que un espacio de alienación y de recepción pasiva, el evento se convierte en un lugar de intercambios estéticos y sociales.

Referencias

Bozal, Valeriano (1997). *Historia de las ideas estéticas*, Tomo II. Madrid: Historia 16.

Debord, Guy (1999). *La Sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-textos.

Mayoral, José Antonio (1987). *Estética de la Recepción*. Madrid: Arco.

Ochoa, Ana María (2003). *Músicas locales en tiempos de Globalización*. Bogotá: Norma.

Xirau, Ramón (2003). *Estética*. Madrid: Trotta.

Orquesta Filarmónica de Bogotá (2010). *Jazz al Parque: 15 años de Jam*. Colombia: Panamericana.

Jauss, Hans Robert (2002). *Pequeña apología de la experiencia estética*. Barcelona: Paidós.