

LA CREATIVIDAD DEJA RASTRO

(Los factores del pensamiento creativo aplicados a los MassMedia)

“Los individuos tienden a parecerse no tanto porque comparten la sustancia de una doctrina, pensamiento o ideología, sino en el hecho de que tienen en común el modo en que combinan las ideas para construir mundos posibles:

la manera de imaginar”¹

(Pérez Tornero)

Re-escribo este primer capítulo como una pequeña reflexión-revisión-resumen de lo que he ido leyendo, pensando, escribiendo y comunicando en los últimos 25 años. Voy a poner en primer plano brevísimas ideas teóricas sobre las que he investigado y aplicado: primeramente en radio y prensa y posteriormente en otros Medios.

Son ideas-puente²

Unas veces servirán para cruzar a la orilla de las utopías, de lo que todavía no parece posible conseguir con los MassMedia pero que creemos que otros quizá lleguen a vivir como posible.

Otras veces serán ideas para pasar por ellas muy despacio e ir uniendo lo que habitualmente hallamos de forma fragmentada y deformada, procurando reconocer fronteras entre información y ficción, entre divertimento y “sutil” manipulación.

Y sin duda algunas de las ideas las cruzaremos peligrosamente, porque los puentes entre la demagogia y la fantasía, entre los conceptos acuñados en el Norte y transmitidos en el Sur debemos atravesarlos como alma que lleva el diablo y seguir hacia otros más firmes.

Estas ideas teórico-prácticas pretenden aplicarse a todos los Medios porque internet, el teatro callejero, la radio, la prensa impresa ... son formas que tiene mucha gente de ver una exposición de su vida, y de otras vidas, de forma artística, esperanzadora ...

¿CONSTRUCTORES DE REALIDAD y DE PERSONAS?

Como plantea Trejo-Delarbret (1997) “el poder que tienen actualmente los Medios radica en su capacidad para producir realidad: sólo existe aquello de lo cual hablan los medios”.

Realidad que no sólo se propagada sino que se moldea, genera, trasmite ... “La comunicación sirve de manera inmediata para manufacturar el consenso, aunque también para crear ilusiones necesarias”Noam Chomsky (1988).

Con una realidad recreada, dramatizada y reproducida se resaltan aspectos de la realidad real y más o menos sutilmente se nos dicta lo que debemos creer y lo que no, lo que debemos pensar ...

¹ PEREZ TORNERO, J.M.(1994): El desafío educativo de la Televisión.Paidós. Barcelona. p. 112

² Bajo el título provisional LA CREATIVIDAD DEJA RASTRO, LA SENSIBILIDAD TAMBIÉN estoy escribiendo un libro teórico-práctico donde se están redactados ampliamente todos los conceptos aparecidos en la cometa adjunta. Los dos ejes están basado en un trabajo de Saturnino de la Torre (2006).

Pero ello no es tan lineal. Los Medios están dentro de los procesos sociales de significación y construcción de sentido (Bonilla 1995) así como dentro de sus conexiones con otros espacios de lo social: familia, trabajo, relaciones vecinales, experiencias colectivas ... ¿Cómo la mente, el sistema cultural y el imaginario social ordenan, codifican y reelaboran los mensajes? ¿ Les damos un sentido y una función creativa o destructiva?

Hugo Mújica poeta y filósofo argentino³ al preguntarle si hay sociedades creativas y destructivas, dice que sí.

El grado de creatividad de una cultura puede medirse por su capacidad de "hacer personas". La destructividad no es siempre una guerra. Hay otra más cotidiana: la de no llevar a la plenitud las posibilidades de cada hombre.

No mata a la persona, la amputa, genera discapacitados de sí mismos.

A lo largo de todo el libro **el término PAZ** queda definido como capacidad para llevar a la plenitud las posibilidades de cada persona, proyecto o grupo social.

Al hablar o escribir sobre **VIOLENCIA** la entiendo como una conducta humana intencional, que transgrede un derecho, ocasiona un daño y busca el sometimiento y control de la víctima⁴. Considero actos violentos, contenidos violentos etc. todo aquello que reduzca o anule total o parcialmente la capacidad de una persona para actuar e interactuar, tanto en lo que respecta a su integridad física como en su capacidad para adoptar decisiones⁵.

Por ello, además de la violencia física y psicológica me refiero a la violencia estructural, a todo lo que socialmente genera miseria económica o cultural.

Unos medios de Comunicación creativos entrelazarán

la información y el entretenimiento con la capacitación innovadora para adaptarse a las nuevas exigencias sociales.



Ello va creando una atmósfera que favorece la ideación y la comunicación.

Ideación que comienza por la forma de percibir y la transformación personal de contenidos e ideas, soñar futuros y creérnoslos.

Comunicación entendida como expresión de ideas, de sentimientos y siempre de proyección de futuros.

³ Entrevista en XL Semanal. 23-12-07

⁴ TORRES, M. en "familia" Capítulo 4 de SANMARTIN, J. (coord) (2004): El laberinto de la violencia. Causas, tipos y efectos. Ed. Ariel Barcelona. p. 86.

⁵ Para profundizarse en los conceptos de Agresividad, agresión y violencia merece la pena leer GARCIA SIBERMAN S. y RAMON LIRA L. (1998): Medios de comunicación y violencia. Fondo de Cultura Económica. México. p.24-35.

INFORMACION amplia y diversa.

Desarrollar la FLUIDEZ verbal

Favorecer la FLEXIBILIDAD

Potenciar la SENSIBILIDAD social y estética.

Conocer los DEVENIRES HISTORICOS.

Crear CURIOSIDAD

Favorecer la SORPRESA

Fascinarse por lo DESCONOCIDO

ADMIRACIÓN ante lo nuevo

Indagar con ENTUSIASMO incluso en la incertidumbre



Afrontar el FUTURO con RESPONSABILIDAD.

Asumir RIESGOS SENSIBLES.

Promover la DISIDENCIA y la DESOBEDIENCIA RESPONSABLE.

Potenciar la IMAGINACIÓN.

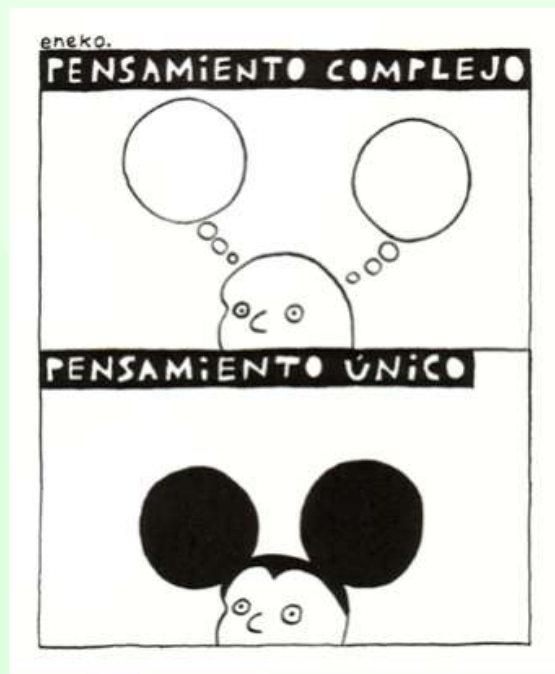
Presentar modelos de TOLERANCIA ante la AMBIGÜEDAD.

Favorecer una ACTITUD INNOVADORA hacia el futuro.

1.- HUMANIZADORA

Información potenciadora de todas las cualidades y atributos de la persona. Establece una relación entre lo tratado y los actos del receptor, es algo más que espectáculo e invita a la acción; aporta modelos de participación.

Y todo ello con un ejercicio diario de respeto y humildad ante la complejidad de todo lo que vivimos y sentimos.



ENEKO (2006) :Mentiras, medias verdades y cuartos de verdad. Ed. Sin Sentido. Madrid.



Verruga Warren . Una leyenda urbana dice que si no te implicas en cuestiones sociales te puede salir.

<http://www.cje.org/C3/C12/Conoce%20a%20Warren%20zola%20verruga/default.aspx>

Al final no son los gobiernos los que transforman la sociedad, sino las sociedades las que transforman los gobiernos. La opinión pública es la herramienta más importante para provocar cualquier cambio. Una opinión pública bien informada, organizada y activa tiene una fuerza irresistible .

⁶ Es preciso detenerse ante lo visto y oído en los Medios y potenciar encuentros como Primera Plana, un espacio mensual , dirigido por Luis Sols, destinado a analizar, profundizar y comentar las principales noticias de la "actualidad mediática". Numerosos blogs ayudan a ver lo no tan evidente. Los Medios de Comunicación Social y la Justicia. . Conjunto de conferencias y sesiones de diálogo y debate organizadas por el Equipo de Cristianisme i Justicia durante el curso 99-00.

Pero adquirir una opinión exige dedicar tiempo a ello. ¿ Es cierto que los medios fomentan la soledad y el aislamiento? ¿ no favorecen la relación interpersonal? ¿propician el consumismo, la pasividad, el desinterés por asuntos sociales, el triunfo de unos a costa de otros .. ?

¿Y si nos juntamos en la plaza, en la red, en ...?

¿Si la televisión atrae no es en cierta medida porque la calle expulsa?⁷

que facilitan la acción
y crean "expectativas de cooperación
sostenidas por redes institucionales (asociaciones)
y pautas de cooperación continuadas" Boix.

Una comunicación humanizadora supone información amplia y diversa., que potencie la fluidez verbal, la amplitud de vocabulario que permita decir más porque será ver y pensar más ampliamente.

Y todo lo contrario de lo que aquí propongo es un chiste genial de Forges en el que un hombre de a pie decía "Gol, Córner, Orsay, Arbitro capullo, uyy". Y después él mismo se respondía "Me encanta la libertad porque puedo decir lo que quiero".

Es por ello preciso detenerse ante las palabras, ser crítico ante el lenguaje y mostrar nuestra rebeldía aunque sea con humor. Ante unos Medios de Comunicación en los que parece⁸ que es preciso colgarse la etiqueta de ganador (winner) o perdedor (loser)... un buen chiste puede sacarnos los colores.



⁷ Esta frase en afirmativo es de Martín-Barbero (1990) y es citada por Bonilla (1995)

⁸ Publicado en el periódico argentino CLARÍN (24-4-02). Forma parte de una amplia colección de chistes recopilado por la profesora Claudia Piccolini para un estudio sobre Humor, Creatividad y Futuros. Dicho estudio se está llevando a cabo por C. Piccolini y M. C. Gascón en periodos intermitentes 2002, 2006 2009.

Cuanto más control ejerce el Estado (y los Medios) sobre el lenguaje que escucha y las imágenes que ve una población, más fácil resulta desarrollar un consentimiento democrático; la pobreza de vocabulario y los nuevos significados asignados a las palabras⁹ sirven para justificar actuaciones que de forma más consciente rechazaríamos como individuos y como sociedad. Se van creando antidotos y la red los potencia.¹⁰

Lo mismo ocurre ante las propuestas de cambio.

¿ Conocemos los devenires históricos? ¿Podemos mirar el pasado con perspectiva más amplia y relacionarlo con el presente y el futuro de manera poco habitual?.

Aprender y/o recordar (incluso con imágenes) que los cambios sociales han sido siempre un largo proceso y nunca episodios o reivindicaciones puntuales que puedan conseguirse de una vez. En ocasiones es un trabajo insistente de generaciones...

La humanidad ha ganado retos gigantescos que han cambiado la vida sobre la tierra (paso del sistema feudal al democrático, sufragio universal ...) El presente y el pasado nos instruyen en nuestro modo de enfocar el futuro.

2.- INTERROGADORA

Cada vez mas las parrillas televisivas desaparecerán en beneficio de la emisión de una serie de contenidos, a menudo en bruto, que el espectador decide hasta dónde ve, escucha o lee. El que quiera la información completa puede conseguirla, el que quiera compartir opiniones y hacer preguntas podrá hacerlo. Ante tanta posibilidad y oferta unos medios creativos pueden abrir ventanas a nuevos temas, favorecer la curiosidad y la creación de nuevas cuestiones. Porque como aseguraba María Zambrano

INTERROGAR es poner en tela de juicio todo lo que se sabe.

Lo que en la mayoría de las ocasiones hacemos las personas es preguntar y preguntarnos sobre algo de lo que ya tenemos una opinión previa.

Si nos hacemos preguntas no previamente contestadas sino que amplían nuestra experiencia descubriremos con asombro la realidad de cada día y haremos – por casualidad- descubrimientos afortunados e inesperados. Martin Medem sostiene que la repercusión de los Medios de Comunicación en el tema concreto de la violencia consiste más en no cuestionarse conductas habituales tanto políticas como sociales. ¿Cómo despertar la curiosidad de las personas a partir de **preguntas abiertas**?, ¿ Qué tipo de imágenes invitan a la **sorpresa reflexiva**?, ¿ cómo son los ritmos de montaje que permiten preguntarse algo a uno mismo además de disfrutar? ¿ cómo utilizar palabras que llamen la atención sin vanalizar?.

⁹ Es de gran interés el libro COLLINS, J. GLOVER R. (ed) (2003): Lenguaje colateral. Claves para justificar una guerra. Páginas de Espuma. Madrid.

¹⁰ Por ejemplo en una universidad de California existe una publicación titulada "Censored" que establece cada año la lista de 25 temas muy importantes aunque ignorados por buena parte de la prensa norteamericana y/o internacional.. Callar es también hablar?

Estaremos así hallando no tanto nuevas respuestas sino nuevos interrogantes. Ellos hacen visibles algunos conflictos, probablemente muy viejos, pero ya no sólo se ven como problema sino como oportunidad hacia el desarrollo humano y social.¹¹

¿ Por qué no redactar titulares entre interrogantes?

Los manuales nos decían antes todo lo contrario, pero en los últimos años la publicidad nos ha demostrado que la interrogación funciona, es decir, hace que el receptor se pregunte, entre en comunicación.

Muchos receptores buscarán en los Medios otras formas de relación con los periodistas porque las personas que muestran curiosidad están abiertas a la fantasía, la estética, los sentimientos, las acciones, las ideas y a reexaminar los valores fundamentales en lo que se asienta la vida. Sirva de reto para convivir en un planeta que se mueve en la complejidad.

Complejidad y sorpresa al mismo tiempo. Recuerdo unos anuncios de autopromoción de la BBC. Un hombre negro aparece en una limusina. Puede escucharse: "No todos los negros son dictadores". En las imágenes siguientes salen sus fans. Voz en Off: El mundo es mucho más complejo.

En otro de los anuncio unas personas están manipulando drogas. Pronto se descubre que son científicos investigando. Voz en Off: El mundo es mucho más complejo.

¡Qué diferencia con otros slógenes de autopromoción que tan sólo invitan a ser el primero en ver u otros que te invitan a conocer todo lo que pasa en el mundo en tan solo unos minutos!!!!

Y puestos a preguntarnos ¿por qué no combinar acontecimientos aparentemente diferentes? ¿ Por qué sólo se define a unos pocos como artistas, a otros pocos, y distintos, como grandes economistas, a otros pocos como aventureros cuando todo está más interrelacionado?

Es un gran riesgo el reunir acontecimientos, personas o lugares aparentemente diferentes, pero entre los cuales pueden establecerse relaciones nuevas. Ello llevará a percibir similitudes allí donde los demás sólo ven diferencias y por lo tanto nuevas alternativas .

¹¹ Según J. Galtung el conflicto es un medio por el cual aprendemos a vivir más plena y creativamente.

Esta relación inusual de acontecimientos puede hacer que los Medios de Comunicación sean parte fundamental en toda política cultural para el Desarrollo. Pero entendiendo la cultura como la define, ya en su Preámbulo, la Conferencia Intergubernamental de Estocolmo sobre Políticas Culturales¹²: el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. La cultura engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.

Una revista del mundo del motociclismo que ofrece una sencilla y vistosa información sobre paisajes bellos próximos al circuito de Jerez o trata de la inimaginable experiencia de los almendros en flor próximos al circuito de Suzuka (Japón) han sido ya páginas posibles.

Un club de fútbol, en este caso el Valladolid, abrió el estadio a la literatura, y regaló a todos los espectadores de un partido un libro¹³; ello nos sirve de ejemplo para decir y pensar que es posible establecer nuevas relaciones entre temas y entre públicos. El periódico Marca durante un tiempo publicó un suplemento juvenil semanal¹⁴ con espacio para deportes minoritarios, dando a conocer lugares geográficos donde tenían lugar eventos deportivos.

El paso adelante

«El Real Valladolid ha abierto el estadio Zorrilla a la literatura y la literatura ha entrado por la puerta grande del fútbol muy tímidamente»



Torgny Lindgren, posa en el palco del estadio José Zorrilla durante el descanso del partido

El escritor sueco Lindgren llenó de cuentos la grada

VALLADOLID. ABC

El autor sueco y miembro de la Academia de la Lengua de su país, Torgny Lindgren, se mostró satisfecho por su visita a Valladolid para ver el partido entre los blanquiuioletas y el Málaga. El autor sueco se declaró un «verdadero foroforo del fútbol», afirmó.

En el descanso del encuentro, el director general de la Fundación Real Valladolid, Santos García Catalán, le obsequió con una camiseta del equipo castellano firmada por toda la plantilla y varios artículos de la entidad castellana.

Sobre el partido, el autor se lamentó por el empate del Valladolid porque «me hubiera gustado ver una victoria de mis anfitriones. Era lo mejor para todos, pero bueno, un punto también es algo positivo».

Lindgren se felicitó por la iniciativa del club castellano de repartir entre los aficionados que se acercaron al estadio Zorrilla la novela «Leyendas». «Además de un detalle por parte del club, esto demuestra que la literatura no está reñida con el deporte y éste es el ejemplo más claro».

¹² Celebrada del 30 de marzo al 2 de abril de 1998.

¹³ Se trata del libro «Leyendas» regalado en el estadio Zorrilla y escrito por el autor sueco y miembro de la Academia de la lengua de su país Torgny Lindgren.

¹⁴ Con dicho suplemento trabajamos durante dos cursos con alumnos de Garantía Social en Zaragoza, con profesores de Ed. Primaria y Secundaria en varias ciudades españolas, en Karlstad (Suecia) en Berlín (Alemania) y con alumnos del Master de Creatividad Aplicada en la Universidad de Santiago de Compostela.

Sabemos que ello ataca a la estructura misma, si claro, empezando por nuestra propia y amueblada estructura mental. Atreverse a preguntas nuevas es atreverse a convertir interesante lo cotidiano trivial.

¿Y si mostramos la relación entre ciencia y arte?

El profesor Celerino Abad Zapatero con su obra teatral "Picasso meets Crystallography" reflexiona sobre las relaciones entre la ciencia y la creación artística. La ciencia es una aventura humana que hay que difundir. Desgraciadamente para muchos la ciencia no es cultura; una persona educada puede hablar de Shakespeare, pero no sabe quien fue Fourier.

¿ Pueden los científicos proponer en los Medios modelos de actuaciones y ejemplos de esperanza?

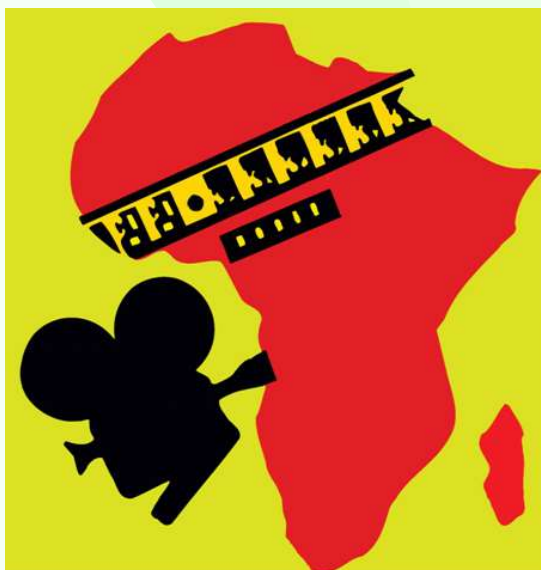
El Periodismo científico puede ser un medio para dar más poder a la sociedad civil y como se expresó en la Declaración de Sinaloa, Culiacán, México, "la divulgación científica y tecnológica debe ser considerada un asunto de interés nacional e incluirse en el mismo nivel de importancia que la divulgación, a efectos de financiamiento, búsqueda de recursos y espacios." Federación Mundial de Periodistas Científicos (WSJC)

3.-TRANSFORMADORA

¡Cuántos acontecimientos importantes para amplios sectores de la población quedan ocultos por falta de reacción sensible de los profesionales de los Medios! ¡Cuánta información se posterga porque no se cree, o no se desea creer, que determinado público está sensibilizado por ello!

Ver en el capítulo 2 el resumen de la investigación de la universidad de Glasgow junto a profesionales de la BBC sobre "La relación entre los contenidos en TV y la manera en que la audiencia reacciona ante ellos"

Un periodismo que favorece la Cultura de Paz debe potenciar la sensibilidad, entendiendo ésta como la capacidad de captar los problemas y necesidades nuevas, la apertura frente al entorno; es la cualidad perceptiva que focaliza la atención y el interés sobre una persona, un objeto, una situación o un problema, es la luz que muestra aspectos estéticos de los entornos. El contacto directo con los propios Medios de Comunicación de distintos países y culturas te acerca a ello. La pintura y música actual marroquí, los fantasiosos desfiles de modelos de Costa de Marfil, "Le cri du Pangolin" una revista ecologista de Gabón, las mujeres realizadoras de cine en Iran... son sólo cuatro destellos de miles de ráfagas que presentan otros horizontes posibles en nuestro planeta.



Festival de cine de Ouagadougou

Cada vez más los profesionales de los Medios participan en debates, unos de pasillo y otros altamente organizados sobre estos temas: cómo transmitir la información en la que intervienen niños, qué tener en cuenta cuando se va a entrevistar a mujeres maltratadas, a adolescentes que intentan salir de la droga etc. qué tipo de imágenes son más adecuadas ante un "desastre natural". Pararse unos minutos a debatir y cuidar las palabras y la dimensión estética es ir desechando, un poco, el modelo utilitarista de las cosas y de las personas.

Estamos invitados a **asumiendo el futuro con responsabilidad** porque "el destino humano es una elección, no un producto del azar". Con esta frase entrecomillada pone punto final un estudio de la UNESCO realizado por la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo¹⁵. La actual cultura de masas aparta a los ciudadanos de su responsabilidad y de su capacidad crítica y reivindicativa, pero al mismo tiempo, las tecnologías de comunicación pueden ser útiles para la causa de la paz, la reconciliación y el diálogo intercultural. Este marco teórico de una comunicación global que llegue a ser una comunicación para el diálogo responsable presupone **"repensar los problemas de la soberanía, la gobernabilidad, la economía, los derechos humanos, las responsabilidades cívicas y los sistemas de los medios, para acomodarlos en la unidad humana en diversidad"**¹⁶.

Esta capacidad crítica y reivindicativa no puede estar exenta de humor como la página "lo que nunca sale por la tele" de la revista El Jueves.

4.- ORIGINAL

¿Y si potenciamos la imaginación?

Los cambios de la realidad van siempre precedidos del hecho de que alguien o algunos, hayan soñado. Las nuevas formas de relaciones humanas en el ámbito político, económico y social sólo pueden construirse si recuperamos la capacidad de imaginar alternativas, nuevas formas de convivencia y de organización de nuestro mundo. Como explica Amelia Valcarcel

nosotros somos producto de la imaginación de algunas personas del siglo XVIII. Nosotros vivimos en su sueño (en el sueño que soñaron algunas personas del XVIII)

Pero no basta con imaginar, es preciso **soportar la incertidumbre**, el caos, durante el tiempo suficiente.

¿Y si los medios de comunicación presentarán **modelos de tolerancia ante la ambigüedad, ejemplos distintos de actuación** cuando un problema no está claramente definido, cuando no queda claro cómo llegarán a articularse las diferentes piezas de una solución, o ante la posibilidad de que alguna de las partes protagonistas cambiará sus prioridades.?

¹⁵ Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo, Nuestra diversidad creativa, UNESCO/Ediciones S.M. 1997.

¹⁶ TEHRANIAN, Majid, "Global communication and international relations changing paradigms and policies", International Journal of Peace Studies, vol 2, nº 1, enero 1997, p, 62."

La democracia, la paz, la creación artística, la convivencia familiar ... sólo pueden mantenerse y enriquecerse en una **tensión permanente**, en un continuo proceso vital no exento de **contradicciones**, conflictos y reflujos.

Y para optimizar nuestro potencial creativo, y por lo tanto nuestra capacidad para transformar conflictos necesitamos tolerar la incomodidad de una situación ambigua **el tiempo suficiente** para que lo que produzcamos sea lo mejor o lo más próximo a lo mejor de lo que somos capaces. Quizá podamos aprender mucho de la prensa económica y aplicarlo en otros ámbitos.

Una de las características que define a una persona y/o sociedad creativa es su **actitud innovadora hacia el futuro**.

“Somos actores de la historia y por lo tanto podemos modificarla, pero el derecho más quebrantado es el **derecho a la esperanza**”.¹⁸

Según nuestra actitud tomaremos uno de los caminos

a la **desconfianza**,

a la **duda de la verdad y de la eficacia**.

Importa el camino tomado porque los Medios de Comunicación pueden ser instrumento para movilizar a las personas, para **transformarnos a nosotros mismos y a nuestro entorno**. Pueden cargar pilas a la sociedad civil, a sus conciencias y a sus posibilidades de actuación “para rebelarse, conquistar el alma y **derrotar cultural y espiritualmente a la violencia**”¹⁹

Pero ¿cómo crear una atmósfera flexible, de tolerancia al fracaso y aprendizaje desde los errores?

De forma muy diversa puede presentarse como positivo la **voluntad de asumir riesgos**, de **superar los obstáculos**, de **perseverar**, cambiando en ocasiones los enfoques existentes de las cosas. ¿Y si nos Poneremos en el lugar de otros, si percibimos matices sensitivos y afectivos poco explícitos habitualmente? Dos aspectos concretos serían presentar modelos de personas con tolerancia al fracaso, porque sin esta tolerancia se tendrá aversión al riesgo. Pero además deben darse ejemplos de aprendizaje desde los errores: ejemplos de personas o colectivos que se han atrevido a tomar decisiones aun con el riesgo de incurrir en errores.

¹⁸ En entrevista realizada a J.M. Alemany en Heraldo de Aragón. 23-12-2001.

¹⁹ RESTREPO, L.C. (1995) : “Manifiesto de insurgencia civil”Nº 8. Diciembre95-febrero 96. Bogotá. p. 51-56.

Depende dónde pongamos el énfasis de una noticia o reportaje para penalizar una alternativa o para mostrarla como un riesgo que merece, o mereció, la pena asumir. Cuando Baremboim dirigió algunas obras de Wagner en Israel The Jerusalem Post en su versión electrónica ofreció destacadamente la clara oposición de los lectores a la actitud del director. En la misma fecha (16-8-2001) The Guardian Weekly publicaba "Musical bridges" y además de presentar el polémico tema de Baremboim contaba, incluso con fotografía a dos columnas a dos pianistas que tocan normalmente juntos en la orquesta, uno palestino y otro judío.

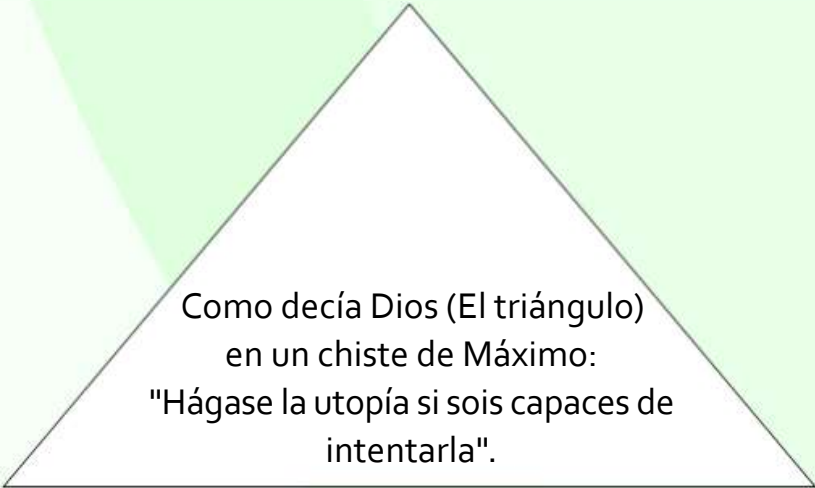
Son algunos publicistas los que "vislumbran" que algunos sectores de la sociedad quieren ser más arriesgadas o al menos les gustaría y crean eslóganes como "Los caminos rectos ya no están de moda".

Estamos ya perfilando una sociedad en la que las personas somos protagonistas. Pensemos en las dos frases siguientes y en un chiste.

Si queremos ser protagonistas con otros, tenemos que serlo también en el consumo. Adela Cortina propone un consumo liberador, universalizable y felicitante.

(Ver ficha EVOcando SENTIMIENTOS)

Ingerimos tales dosis de dramas cotidianos que podemos llegar a perder nuestras facultades de discernimiento y rebelión e imponerse una "coexistencia pacífica con el horror" (Bruckner)



Como decía Dios (El triángulo)
en un chiste de Máximo:
"Hágase la utopía si sois capaces de
intentarla".

Ojalá almacenemos en nuestra mente imágenes de lo que fue utopía. Por ejemplo cuando las multinacionales farmacéuticas y el gobierno surafricano firmaron un acuerdo por el que reconocen el derecho de ese país a fabricar e importar genéricos antisida. 20 abril 2001.

Y al promover la disidencia y la desobediencia responsable uno no puede olvidar la sensibilidad , el humor ... y la ternura.



Muchos profesionales de los Medios y una parte significativa de la sociedad civil se mueve en direcciones creativas aunque todo ello no salga en primera página ni sea video estrella en Youtube.

Tampoco la Declaración Universal de los Derechos Humanos salió en primera página en 1948. La innovación ética no sale casi nunca en primera página.

En ocasiones sí salen conciertos como el de "Paz en la Frontera"²¹

Más de 100.000 personas vestidas de blanco cantaron y bailaron por la paz en el puente Simón Bolívar, en la frontera entre Colombia y Venezuela. El concierto Paz en la Frontera sólo tuvo música. (17 marzo -2008)
7 ídolos musicales unidos en el puneto.

"Debemos constitucionalizar el derecho a vivir en paz" – dijo el cantautor colombiano

²¹ El detonante fue el 1 de marzo de 2008 cuando ingresó el ejército colombiano a territorio ecuatoriano para dar muerte a uno de los jefes de las FARC. Luego vinieron las denuncias de las autoridades colombianas por pasar por las fronterascoca, armas y guerrilleros.