

El arte de versionar

Por Nacho Dobrée*

En “Elogio de Tati”, Serge Daney (2004) mencionaba que a un cómico se le permite menos que a cualquier otro artista no ser solidario con su tiempo. La comedia, en definitiva, demanda contemporaneidad en mayor medida que otros géneros. El registro en clave de clásico es posible, y hasta en algunas ocasiones digno de celebración, pero el chiste fuera de su contexto sabe habitualmente a viejo, no suele hacer gracia por extemporáneo. Sin embargo, no siempre la referencia al pasado conlleva el desconocimiento del presente.

Los Hermanos Karaoke (Cine Humus, 2017), el último largometraje del colectivo Cine Humus, parece dar cuenta de esta complejidad, de habitar uno de esos espacios que habilitan posiciones difíciles de identificar cuando se adopta una perspectiva unívoca. Como si fuera parte de un caleidoscopio temporal, la película apela a debates que, sin estar del todo cerrados, lucen al menos adormecidos por el tedio que genera la reiteración, pero consigue renovarlos al encontrar la manera de presentarlos atravesados por discursos de amplia circulación mediática en nuestra contemporaneidad.

Mia y Simón llegan a un pueblo de la cordillera patagónica para ofrecer en un hotel del lugar un show durante la cena de Nochebuena. Su objetivo es promocionar su actividad como cantantes de karaoke, generar contactos para posibles contrataciones y aprovechar la oportunidad para vender algunas copias del disco que han grabado versionando canciones de otros.

Sin el dinero suficiente para alojarse en un hotel hasta la concreción del show, pautado para unos días después de su arribo, terminan acampando en un lugar alejado, perdido entre las montañas. Allí conocen a Alan, una suerte de regente del camping libre que combina elementos místicos de gurú posmoderno de la

autoayuda, con conceptos provenientes de la filosofía sartreana y las derivas ecológicas del materialismo en su versión marxista. Como es de esperar, los Karaoke rápidamente encuentran en Alan y sus consejos, que mezclan espiritualidad con marketing, una guía confiable, aunque algo confusa, para transitar el difícil camino hacia el reconocimiento público de su arte.



Es a partir de ese momento que *Los Hermanos Karaoke* revisita la pregunta, algo transitada a esta altura, sobre las posibilidades de existencia del arte en la cultura de masas. El problema está presentado, no obstante, en términos más actuales, ya que, si en las perspectivas críticas desplegadas durante el período de entreguerras y las décadas siguientes aparecía vinculado a la degradación del arte a la condición de mercancía por su origen en la cadena de producción industrial, ahora se sustenta en su conversión en un producto de las estrategias de marketing equivalente a un desodorante, una bebida gaseosa o un paquete de salchichas de dudosa composición.

La tensión entre los personajes se va dibujando en la medida en que sus proyectos se distancian progresivamente, en gran parte gracias a los consejos de Alan, que operan como catalizadores. Mientras que Mia busca controlar los destinos de su carrera artística a través de sus dotes vocales, la planificación y la construcción de una imagen que le permita caminar con pasos firmes sobre terreno seguro, Simón comienza a inclinarse por abandonar los *covers* a su suerte y explorar inquietudes expresivas propias a través de su potencial como letrista con aspiraciones a ingresar en el universo del cancionero popular.

Sobre este incipiente triángulo que oscila entre los vínculos afectivos y el armado de una estrategia de venta, *Los Hermanos Karaoke* asienta las bases de su comedia en un debate antiguo, acaso olvidado, pero con el acierto de presentarlo en términos reconocibles para las y los espectadores actuales. Plantear el conflicto central de la película a partir de la dicotomía arte e industria hubiese resultado anacrónico, pero no porque el problema haya sido resuelto y superado en el campo de la estética o las teorías del arte, sino porque la propia idea de producción industrial se ha naturalizado al punto de ser considerada cada vez menos como una amenaza para la distancia crítica exigida al arte y sea vista cada vez más como una oportunidad de desarrollo e inversión.

A pesar de esto, hay preguntas que recobran su vigencia cuando son formuladas en los términos de las condiciones actuales de la existencia del arte. Porque si la industria cultural se recicló para hacerse deseable tanto para productores como para los (ahora) consumidores por la vía de los mercados de industrias creativas –un nombre más gentil, sin duda, que a pocos incomoda–, la película de Cine Humus señala por la vía cómica el nuevo rostro de la contradicción: la mercadotecnia.

Las expresiones de Alan respecto al *lobby* y al *packaging* como elementos necesarios para la existencia y la subsistencia del arte de los Karaoke no hace más que poner en escena toda una serie de preguntas que las y los artistas, de las disciplinas que sean, deben enfrentar para definir las condiciones de visibilidad de su producción. Si “la apariencia es el ser” como dice Alan en un momento de supuesta inspiración sartreana, la vocación de jugar o no, y también hasta qué punto hacerlo, con las reglas del *marketing* y sus ansias de satisfacción de los potenciales clientes configura entonces la respuesta a la pregunta sobre qué puede llegar a ser el arte en estos días.

El interrogante que plantea la película, no obstante, no tiene por qué limitarse al arte en general, sino que a la vez convoca a las preguntas sobre las características que asume el cine contemporáneo. *Los Hermanos Karaoke* también se permite construir un subtexto que ofrece algunas posibles respuestas en este sentido.

Si aceptamos que, al menos en potencia, cualquier objeto puede ser considerado un objeto artístico, más allá de sus formas y de sus orígenes, también es necesario reconocer que esto es viable siempre que se ajuste a las condiciones históricas que definan las propias posibilidades de serlo. En otras palabras, a la pregunta sobre si cualquier cosa tiene el potencial de convertirse en un objeto artístico, la respuesta es afirmativa. Ahora, si la pregunta consiste en saber si cualquier cosa se convierte efectivamente en un objeto artístico en un momento histórico determinado, la respuesta es la contraria.

Una situación de carácter análogo es posible reconocer para el caso del cine. Ante la proliferación de dispositivos móviles, de diversos formatos y tamaños, que permiten reproducir los textos audiovisuales en cualquier momento o lugar, parece que el cine se ha expandido finalmente hacia confines inimaginables hace sólo unas décadas atrás, perdiendo en el tránsito hasta los más pequeños rasgos de especificidad. Todo parece ser cine –o algo que permite recordarlo–,

y nada finalmente lo es. Es en este aparente callejón sin salida en donde *Los Hermanos Karaoke* realiza algunos aportes.



Frente a la infinidad de textos audiovisuales que circulan por las redes, replicados por tantas personas, pero producidos en la mayoría de los casos por una sola, Cine Humus vuelve a materializar en esta película lo que viene sosteniendo desde su formación, una cierta idea del cine como espacio de producción colectiva. Sin duda, el cine ha sido históricamente catalogado como un arte producido entre muchos, pero en el que, de forma paradójica, se reconoce un solo autor o autora. Humus parece ir en otro sentido, ya que si bien hay nombres identificables en la mayoría de los rubros, se descubren aquí los procesos creativos como resultado del trabajo grupal en los que la confianza en el resto alimenta la definición de una determinada estética que han sabido abonar a lo largo de su filmografía.

Por otro lado, a pesar de que la película confía demasiado en las situaciones y los diálogos que de ellas se desprenden, relegando de manera un tanto innecesaria otros aspectos de la comedia que aún mantienen estrechas relaciones con la dimensión espectacular de las imágenes y sus usos populares, como el movimiento desfachatado de los cuerpos que aquí se extraña un poco, recupera como rasgo característico del cine el espacio de la sala y la experiencia espectral compartida. Sin duda, la película se potencia cuando es proyectada bajo esas condiciones, porque pone en primer plano algunos guiños de complicidad con sus espectadores, porque se toma en broma lo que para otros representan las verdades absolutas de la comunicación efectiva programada en la competitiva arena del mercado cultural, porque de esa manera la risa no es solo una respuesta individual a lo que las imágenes proponen, sino también una forma de estar junto a los otros con quienes se comparte el oscuro espacio de la proyección.

En ese punto encontramos un cierto tipo de cine que se las rebusca para seguir resistiendo al hambre voraz de las pantallas digitales ubicuas, por sostener una posición que parece atacada por tantos frentes. No lo hace, no obstante, como un acto romántico y hasta cierto punto reaccionario frente a las transformaciones a las que nos enfrenta la vida en las sociedades mediatizadas, sino más bien como un gesto que permite pensar que no todo da lo mismo, que la experiencia de enfrentarse a una película no se agota en un acto de consumo en solitario para pasar a otro, en hacer de un tiempo muerto un tiempo productivo por el solo hecho de poner a discurrir algunas imágenes. *Los Hermanos Karaoke* invita a ser parte de una fiesta colectiva en la que no sabemos bien qué va a pasar porque no todo está planificado, y entonces ya no es tan importante que a veces las canciones seleccionadas no nos gusten tanto, ni que tampoco nos enamoren las versiones desentonadas que realizan los eventuales intérpretes que se animan a enfrentar el micrófono.

Bibliografía

Daney, Serge (2004). "Elogio de Tati" en *Cine, arte del presente*. Buenos Aires: Santiago Arcos Editor.

* Nacho Dobrée es licenciado en Comunicación Social (UNLP). Profesor Adjunto Regular de la UNRN y miembro del Grupo Cine Cipolletti. E-mail: nachodobree@yahoo.com