

Ce rol are UCMR în contemporaneitate?

Dan Dediu

(Secretarul Secției de muzică simfonică și de cameră)

De multe ori ne-am surprins întrebându-ne, în biroul secției de muzică simfonică și de cameră, într-un acces de legitimare vizavi de clocotitoarea isterie cotidiană: "De ce ne mai strângem aici? Ce rost mai avem noi și ierarhizările noastre, când banii pentru achiziții se împutinează văzând cu ochii, amenințând, de la an la an, să dispară chiar complet?"

Cu toate că întrebările au rămas fără răspuns, cum ar spune Charles Ives, am continuat să ne vedem periodic, discret, în virtutea obișnuinței. Am continuat să analizăm și să disecăm partituri, să comentăm și să ne confruntăm ideile, obsesiile și percepțiile, apoi să ne obiectivăm judecata estetică, să găsim formulări memorabile și să încercăm să înțelegem opțiunile estetice ale camarazilor noștri întru compoziție, care ne încredințează, împreună cu piesele lor muzicale, speranțele privind recunoașterea muncii și a talentului investit în elaborarea muzicii proprii. Pe scurt, am continuat să ne facem treaba cu conștiinciozitate. Dar întrebările rămân și ne urmăresc. În cele ce urmează voi încerca să le găsesc un răspuns, fie și numai pentru faptul ca această falsă problemă să nu mai fie ridicată.

Modelul european: *e bun ce are valoare estetică*

Rațiunea de a fi a acestor întâlniri se raportează la un *model cultural tipic european*, ce-și are originile în ideea realizării unor **ierarhii pe criterii valorice și ontologice ale bunurilor culturale**. Remunerația financiară sub formă de achiziție este astfel un epifenomen al recunoașterii intrinseci a valorii compoziției. Or, pornind de la acest model conform căruia *banii primiți sunt derivatul valorii unui bun cultural autentic*, cu timpul, mentalitatea s-a distorsionat, ajungându-se la răsturnarea modelului inițial: primordial devine faptul de a primi bani pe achiziție, aspectul colateral fiind cel valoric. În acest fel, modelul ierarhic nu mai are sens și se intră inevitabil într-o altă paradigmă de gândire, cantitativă, care la ora actuală a cucerit toată lumea globalizată: *modelul american*.

Modelul american: *e bun ce se vinde*

Inițial împărțită între "cultura înaltă" și "cultura de jos" - *high și low culture* -, mentalitatea criticii americane a suferit o mutație care a început să se manifeste public la sfârșitul anilor '60. Această mutație s-ar putea numi *democratizare a ierarhiei între "sus" și "jos"*. În acest context cultural, în care minoritățile de diferite soiuri - populația de culoare, femeile, minoritățile sexuale etc - au pus într-un mod acut și pe bună dreptate problema legitimității acestor ierarhii, care, de vreme ce ele sunt făcute pornind de la un sistem de valori importat preponderent din Europa, nu țin cont de realitățile și schimbările societății americane. În acest context într-adevăr complex și greu de rezolvat s-a născut modelul care propune *egalizarea ontologică a experiențelor culturale și acceptarea diversității fără*

existența vreunei conștiințe critice la nivel existențial. Astfel, mediul cultural a crescut imens sub aspect cantitativ, ajungându-se la egalizarea producțiilor culturii înalte cu cele ale culturii de masă. Accentul nu mai este pus pe ontologie, pentru că ontologia impune un set de valori centrale în virtutea cărora se realizează ierarhia, iar valorile centrale întotdeauna sunt discriminatorii, de vreme ce sunt realizate din perspectiva unei clase sau grup social. În schimb, accentul este pus pe **diversitate, capacitate de a crea entertainment** (noi l-am putea traduce cu "distracție") și **număr de vânzări**, deci cantitate de influență.

Aceștia fiind termenii, este un traseu normal al unei societăți de asemenea diversitate precum cea a Statelor Unite ale Americii de a se proteja contra unor canoane culturale care nu mai corespund situației *de facto*. În acest sens, americanii au înțeles foarte bine ce trebuie făcut. Iar chintesența a fost surprinsă de o jurnalistă celebră a revistei elitei americane, *The New Yorker*: "Dacă arta nu e distracție, atunci ce este? O pedeapsă?" (Pauline Kael)

De aici și până la logica numărului de vânzări nu mai este decât un pas. Ai profit de la un produs de "distracție", e bun. Nu ai, nu ne interesează. Iar "distracția" nu e doar negativă, ci și realmente pozitivă, pentru că sistemul de selecție american a ceea ce înseamnă distracție posedă proceduri verificate și bine puse la punct. Nu orice sub-produs sau supra-produs este încurajat. Există o politică foarte clară în privința recunoașterii statutului de "distracție" (*entertainment*).

Convergența și divergența celor două modele. Complementaritatea lor

La ora actuală, modelul american nu funcționează numai în Statele Unite ale Americii, ci el a fost importat cam peste tot în lume. Așa funcționează sistemul de producție cinematografică, așa funcționează sistemul *top*-urilor pentru muzica pop-rock, așa funcționează toate afacerile industriei culturale. Iată ce scrie jurnalistul francez Frédéric Martel: "Statele Unite nu-și exportă numai produsele lor culturale - ci de asemenea modelul lor: În Damasc ca și în Beijing, la Tokio ca și la Hue, și chiar în Riad și Caracas, am fost lovit de fascinația tuturor interlocutorilor mei pentru modelul american de divertisment. Cuvintele sunt în hindi sau mandarină, dar sintaxa este americană".

Europa actuală este în situația de a recepta conținuturi culturale diverse, în special bazate pe modelul cultural american, dar fără existența unei culturi comune europene. Fiecare țară posedă specificul său, însă amprenta valorilor culturale comune, *europenitatea*, se regăsește prea puțin în contemporaneitate în dialogul cultural dintre țările europene. În schimb, se regăsește un filon comun, puternic, de influență americană. Tot Martel susține nemilos: "Problema finală pentru Europa, cea mai gravă, și care o distinge cu siguranță de Statele Unite, dar și de lumea arabă, și probabil de Africa, și poate chiar de Asia, este dispariția unei culturi comune. Dacă privim cu atenție statisticile culturale în Europa, constatăm că fiecare țară reușește să-și protejeze adecvat muzica și literatura națională, uneori și cinema-ul, adeseori programele ei de televiziune, dar restul conținutului non-național este din ce în ce mai

mult american și din ce în ce mai puțin european. Pentru a parafraza o formulă celebră a lui Thomas Jefferson, este ca și cum fiecare european ar avea acum două culturi: cea din propria lui țară și cultura americană".

În România, *modelul american* a prins în rândul noii generații de artiști, care se mișcă ager și s-au orientat repede, văzând încotro se duce lumea. De aceea, modelul imprimă comportamente și convingeri și în curând el va putea fi prezent ca mentalitate generală în ceea ce privește cultura.

Din fericire, deși muzeificat aproape, *modelul european* încă palpită la noi în țară. Iar un organism profesional care îl întreține este Uniunea Compozitorilor și Muzicologilor. Poate din inerție, poate din conservatorism, sau poate din spirit de autoconservare, secțiunile UCMR tocmai acest lucru au prezervat conștient ori inconștient: modelul cultural care *valorizează și clasează pornind de la o diferență de natură*, de la o diferență asumată ontologic și ipostaziată pe verticală ca diferență specifică, ca rest numinos, ca ireductibilitate a calității conținutului. Acesta este modelul cultural care are ca atribuții centrale *de a face ordine în canonul valorilor* și de a se pune de-a curmezișul sistemului din *show-biz*. Este modelul cultural în care singurul lucru care contează este *valoarea estetică*. Pentru că *valoarea estetică* nu poate fi alterată nicicum, că se vinde sau nu. Sau, cel puțin, pentru o bună perioadă de timp, ea rămâne intangibilă. De ce? Pentru că atinge o profunzime de trăire și elaborare care cuprinde ceva ce este perceput ca fiind esența vieții umanității. Oamenii de pe tot mapamondul se recunosc în acea valoare muzicală și se

raportează la ea într-un mod adânc. Muzica respectivă le "spune" ceva într-un mod nemijlocit, inevitabil.

Acest lucru nu înseamnă că o astfel de valoare estetică nu poate fi "distractivă". Înseamnă numai că ea posedă un coeficient de fascinație și construcție ridicat, prin faptul că reușește realizarea unei "chimii" speciale și atractive între componente foarte diferite, precum sunt inspirația, invenția, elaborarea, prospețimea, surpriza, virtuozitatea, cantabilitatea și multe altele.

În acest sens, cele două modele de abordare a realității culturale sunt, în fapt, complementare: modelul american, cu întindere pe orizontală, având ca rezultat ierarhic imaginea *rețelei* (în care difuzarea se face instantaneu, dar care posedă și "noduri" de influență) și modelul european, ce se extinde pe verticală și implică imaginea ierarhică tradițională a piramidei. Coroborate, cele două modele vor putea da seama de tipul de judecată pe care îl facem în aprecierea unei lucrări muzicale. Astfel, situându-ne într-un model sau într-altul, vom putea cu acuratețe preciza și justifica tipul de opțiune valorică în care ne aflăm.

Simple combinații

De fapt, lucrurile sunt relativ simple și se pot cuprinde în patru combinații: a) se vinde și e bun; b) se vinde și e slab; c) nu se vinde și e bun; d) nu se vinde și e slab. Dacă asumăm aceste combinații și le repartizăm pe modelele analizate, vom constata că modelul american implică punctele *a* și *b*, în timp ce modelul european implică punctele *a* și *c*. Repartiția celor patru variante conduce la constatarea elementară că diferența dintre aceste două sisteme valorice constă în faptul că, într-unul, *vandabilitatea devine criteriu de valoare (valoarea este*

comercială), în timp ce într-altul, non-vandabilitatea nu constituie criteriu de valoare (comercialul nu e valoare). Aici este punctul nodal pe care vroiam să-l ating, anume faptul că organismul profesional al UCMR și-a asumat această misiune grea de a susține moral și financiar lucrările muzicale care sunt bune, dar nu se vând cât ar trebui, cu ale cuvinte nu sunt comerciale.

Astfel, această distincție ne pune în fața întrebării simple din titlu: ce are UCMR în contemporaneitate? Iar răspunsul nu întârzie să apară: *rolul de păstrător al cheilor.*