

“Al mercado se le quita la libertad de explotar y se viene abajo; y esto es lo que plantea Cervantes”, afirma el catedrático de Literatura Juan Carlos Rodríguez en los Cursos de Verano de la UAL

(14/7/2005 09:24) | > **Universidad**



“Al mercado se le quita la libertad de explotar y se viene abajo; y esto es lo que plantea Cervantes en El Quijote”, ha afirmado hoy miércoles, 13 de julio, el catedrático de Literatura de la Universidad de Granada, Juan Carlos Rodríguez, en los Cursos de Verano de la Universidad de Almería. Este experto, que dirige junto al profesor de la Universidad de Nueva York Malcolm K. Read, el seminario estival sobre ‘Cervantes, El Quijote y la literatura del Siglo de Oro’, ha argumentado que “El Quijote pone en duda aquello de lo que nosotros no dudamos nunca: la palabra libertad”.

Según el docente, la citada obra de Cervantes “es la más universal de la literatura en lengua castellana y nos plantea el problema de la libertad y de si realmente somos libres. Cervantes lo escribe por dinero, para poder comer él y su familia, pero ni siquiera él se lo tomaba en serio. El texto se hace famoso a partir de dos etapas. La primera es cuando los escritores británicos empiezan a decir que escriben a la manera de Cervantes en el siglo XVIII y después con el romanticismo alemán, cuando se dice que El Quijote es el ideal y Sancho es lo mundano”, algo que, según Juan Carlos Rodríguez, “no es real”.

Cultura de masas pop

Para Juan Carlos Rodríguez, “hoy en día, en el año 2005, no se puede hacer la misma lectura del Quijote que hace, por ejemplo, 100 años, cuando Ortega, Unamuno y Azorín escribían sobre este libro. Nosotros leemos para el año 2005 y no podemos seguir leyendo y enseñanza el Quijote como si estuviéramos en 1905. Las teorías anteriores que lo explican no significan nada para nosotros. Tenemos que plantearnos que El Quijote es un libro escrito desde la ideología de la libertad subjetiva”.

Por eso, para este experto, el libro plantea la cuestión de si “es verdad que nuestra libertad existe o somos sólo libres para ser explotados. Cervantes nos plantea si es posible que elijamos vivir a nuestra manera. Él es un cristiano normal y corriente y el único libro suyo que no le gustaba era El Quijote, él sabía que estaba escribiendo un libro para las masas de la época y lo que quería es que se vendiera lo máximo posible”.

En esta línea, Juan Carlos Rodríguez comparó la literatura de masas del siglo XVII, especialmente El Quijote, con “la cultura pop, que es un producto de las multinacionales de hoy, que a su vez explotan a la gente y después hacen conciertos contra la pobreza. En este sentido, Cervantes es un precursor del marketing, pues él mismo compra El Quijote en un mercado para incentivar su venta, y se plantea el libro como superventas, al igual que hacen las multinacionales con la cultura de masas pop”.