

ESTÉTICA, ARTE Y CONSUMO

Su dinámica en la cultura contemporánea



José Ramón Fabelo Corzo
Alicia Pino Rodríguez
Coordinadores

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Instituto de Filosofía de La Habana

MMXI

ESTÉTICA, ARTE Y CONSÚMO

Su dinámica en la cultura contemporánea

ESTÉTICA, ARTE Y CONSUMO

Su dinámica en la cultura contemporánea

José Ramón Fabelo Corzo

Alicia Pino Rodríguez

Coordinadores



Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Instituto de Filosofía de La Habana

MMXI



BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

Enrique Agüera Ibáñez

Rector

José Ramón Eguibar Cuenca

Secretario General

Pedro Hugo Hernández Tejeda

Vicerrector de Investigación y Estudios de Posgrado

Alejandro Palma Castro

Director de la Facultad de Filosofía y Letras

Felipe Adrián Ríos Baeza

Secretario de Investigación y Estudios de Posgrado

José Carlos Blázquez Espinosa

Coordinador de publicaciones de la FFyL

INSTITUTO DE FILOSOFÍA DE LA HABANA

Concepción Nieves Ayús

Directora

Félix Valdés García

Subdirector científico

Regina Agramonte Rosell

Jefe del Dpto. de Promoción y Colaboración

Estética, arte y consumo. Su dinámica en la cultura contemporánea.

Primera edición, 2011

© Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

4 Sur 104

C. P. 72000, Puebla, Pue., México

Tel.: (52-222) 2295500

ISBN: 978-607-487-361-0

© Instituto de Filosofía de La Habana

Calzada 251, Esq. J.

C. P. 10400, Vedado, La Habana, Cuba

Tel.: (53-7) 8320301

ISBN: 978-959-7197-04-1

DOI: <https://doi.org/10.59892/RE0201>



ÍNDICE

PRESENTACIÓN	9
1. ESTÉTICA, ARTE Y CULTURA. PROBLEMAS EPISTEMOLÓGICOS Y AXIOLÓGICOS	17
ACTUALIZACIONES DE AXIOLOGÍA ESTÉTICA: VISLUMBRAR LA COMPLEJIDAD DEL MUNDO <i>Mayra Sánchez</i>	19
APUNTES PARA UNA ESTÉTICA DEL VÍNCULO DESPLAZAMIENTOS DEL ARTE. ¿DEFINICIÓN O “DESDEFINICIÓN”? <i>Natividad Norma Medero Hernández</i>	33
LA IMAGINACIÓN Y LA ENCRUCIJADA ACTUAL DE LA ESTÉTICA <i>José Ramón Fabelo Corzo</i>	57
CULTURA Y DIVERSIDAD: LAS TRAMPAS DEL IMAGINARIO ESTÉTICO OCCIDENTAL <i>Gilberto Valdés Gutiérrez</i>	71
LA PRÁCTICA ARTÍSTICA EN SUS LÓGICAS COMUNICATIVAS, DESDE UNA PERSPECTIVA CRÍTICA <i>N. Norma Medero Hernández</i> <i>Nubia Hernández Medero</i>	99

DE CAVERNAS Y SUPERFICIES
Sonia Torres Ornelas 109

2. CULTURA, ARTE Y CONSUMO.
¿CONTRASTE, SIMBIOSIS,
COMPLEMENTARIEDAD? 121

¿CONSUMO CULTURAL
O CULTURA DEL CONSUMO?:
UN ACERCAMIENTO CRÍTICO-TEÓRICO
Alicia Pino 123

UNA APOLOGÍA DEL CONSUMISMO:
COMO LA FORMA POR ANTONOMASIA
DE REALIZACIÓN DE LO HUMANO
EN LA ÉPOCA CONTEMPORÁNEA
Víctor Gerardo Rivas López 153

CULTURA Y CONSUMO
EN PERSPECTIVA EVOLUTIVA
Ramón Patiño Espino 181

EN LAS FRONTERAS Y EL CONSUMO
DEL ARTE ACTUAL
Jesús Márquez Carrillo 195

EL MARKETING DEL MUSEO:
EL ARTE DEL CONSUMO
Isabel Fraile 221

3. TECNOLOGÍA,
MERCADO Y RELIGIÓN.
LA MOVILIDAD
DEL CONSUMO CULTURAL 235

SATURACIÓN DE LA VIDEOESFERA. IMAGEN Y DESEO	237
<i>Gerardo de la Fuente Lora</i>	
EL NUEVO HOLLYWOOD Y EL CONSUMO CINEMATOGRAFICO	247
<i>Alberto J. L. Carrillo Canán</i>	
<i>May Zindel</i>	
LA ECONOMÍA DEL ARTE EN MÉXICO: REFLEXIONES ACERCA DEL COMPORTAMIENTO DE MERCADO DEL ARTE Y LA ECONOMÍA DEL ARTISTA	271
<i>Belén Valencia Roda</i>	
LA INTERCULTURALIDAD EN EL TEMPLO DE SANTA MARÍA TONANTZINTLA EN CHOLULA. EL CONSUMO ARTÍSTICO DE UNA OBRA DE ARTE RELIGIOSO	301
<i>José Antonio Pérez Diestre</i>	
INCÓMODOS EN NUESTROS (PROPIOS) ZAPATOS	313
<i>Teresa Bordons</i>	
LA CIUDAD COMO PROYECTO	325
<i>Yeney Soledad León Cuesta</i>	

PRESENTACIÓN

La colección de libros *La Fuente*, serie de publicaciones de la Maestría en Estética y Arte (MEYA) de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), presenta ahora un nuevo texto bajo el título *Estética, arte y consumo. Su dinámica en la cultura contemporánea*.

Esta obra nace de las relaciones académicas establecidas desde 1998 entre el Instituto de Filosofía (IF) de La Habana y la Facultad de Filosofía y Letras (FFyL) de la BUAP. De manera nada casual el inicio de los vínculos coincidió con el nacimiento de la MEYA. A la fundación del que para entonces era un nuevo programa de posgrado de la universidad mexicana se convocó la colaboración como profesor por un año de uno de los investigadores de la institución cubana. El productivo resultado alcanzado, los claros beneficios académicos obtenidos para ambas instancias, han promovido no sólo la extensión de la colaboración hasta nuestros días, sino también su ampliación a otros investigadores, instituciones y actividades académicas. Hoy son cinco los académicos cubanos que realizan periódicas estancias docente-investigativas en la BUAP y colaboran asiduamente con la MEYA, tres del IF y otros dos del Instituto Superior de Arte (ISA) de La Habana. Cada dos años ambas instituciones cubanas, de conjunto con la MEYA, organizan en la capital cubana un Coloquio Internacional de Estética y Arte, evento que anda ya por su séptima edición. Los cuerpos académicos de *Estética y Arte* y *La Estética y Los Medios*, ambos asociados a la MEYA, vienen trabajando de facto en una red temática con el *Grupo de Investigación sobre Estética, Cultura y Arte* de IF. El Proyecto *Coordenadas epistemológicas para el análisis estético de la cultura y su relación con el consumo*, culminado a inicios de 2010 y coordinado

por este grupo de investigación contó con la colaboración de los profesores-investigadores de los dos cuerpos mencionados.

Con textos de autores pertenecientes en su mayoría a las mencionadas instituciones cubanas y mexicana, se conjugan en esta obra contenidos diversos –y hasta contrastantes–, no sólo por los objetos específicos de análisis, sino también en lo concerniente a las perspectivas teórico-cosmovisivas desde las que se realizan los estudios. Se trata de una diversidad enriquecedora que refleja los diferentes lugares de enunciación de las ideas que se desarrollan. Hace evidente este hecho cómo determinados aspectos de carácter conceptual se *hacen visibles epistemológicamente* en la teoría sólo en los marcos de cierto contexto humano. Y es que –como ya en su tiempo hacía notar Carlos Marx– “hasta las categorías más abstractas, a pesar de su validez –precisamente a causa de su naturaleza abstracta– para todas las épocas, son, no obstante, en lo que hay de determinado en esta abstracción, asimismo el producto de condiciones históricas, y no poseen plena validez sino para estas condiciones y dentro del marco de estas mismas”.¹ Significa esto la ascensión al foco de interés del pensar teórico de relaciones, nexos y procesos sociales cuya existencia anterior ha permanecido sumergida en la maraña de relaciones sociales, ya sea por su propia inmadurez o por encontrarse fuera de los horizontes cosmovisivos de la teoría en un momento histórico determinado.

A pesar de las diferencias que pueden constatarse en los enfoques y aspectos centrales del análisis entre los distintos autores, hay en ellos también una serie de coincidencias. Coinciden, por ejemplo, en asumir como criterio teórico básico la existencia de una transformación sin precedente *en el ámbito cultural* que señala una arista más y, por cierto, no la menos significativa, a la modificación sustancial de los paradigmas del saber que hoy vivimos, fenómenos estos maduros a partir de la segunda mitad del siglo XX, asimilados contextualmente en las diferentes regiones del mundo y, por lo tanto, necesitados de una relectura teórica.

Las indagaciones incluidas en este libro muestran, entre otras

1 Carlos Marx, *Contribución a la crítica de la economía política*, Editorial de Ciencias Sociales, La Habana, 1970, p. 251.

cosas, que lo que tradicionalmente ha sido considerado como *lo cultural* queda hoy desbordado con toda evidencia, adquiriendo este hecho un peso considerable en la reflexión teórica contemporánea. Van quedando atrás los discursos que propugnaron la soberanía y la autonomía de cierto mundo espiritual o que restringieron el uso del concepto de cultura a la designación de la tradición de los pueblos y las naciones de manera abstracta. Tal uso restringido de esta categoría, propio de la *Modernidad*, ha respondido a funciones precisas y especializadas que, formando parte de las relaciones e interacciones sociales en todas las épocas, ha prevalecido en la teoría sólo desde aquella determinación que las circunstancias han hecho visible. Sin embargo, el desbordamiento de los marcos modernos del concepto de cultura hoy emerge como algo palpable en el existir y pensar de la vida cotidiana sin que sea posible ya restringirlo a algún reducto o esfera social.

Por otro lado, este texto hace visible el hecho de que la aceptación de la existencia de *un consumo masivo* en una buena parte de las sociedades contemporáneas abrió, para los investigadores sociales en general, un espacio de confrontación teórica que no termina todavía. Su visibilidad epistémica fue creciendo en la misma medida que, desde diferentes saberes y con distintas perspectivas, se intentó explicar los nuevos mecanismos de inserción de las masas en los procesos socioculturales de la sociedad del capital tras la segunda guerra mundial. Era la maduración de una sociedad ganada en buena parte por las mismas masas, que suponía, sobre todo para los centros del capitalismo mundial, *estados de bienestar*; es decir, un mejoramiento de la vida, enclavado, por supuesto, en el paradigma de “crecimiento económico”.

Obviamente, el desbordamiento de lo cultural y la masificación del consumo habrían de traer aparejado la ampliación exponencial de la importancia práctica y teórica de aquel ámbito cada vez más abarcador en el que ambos procesos se entrecruzan: el del consumo cultural y el de la cultura del consumo. La progresiva visibilidad del consumo como ingrediente inalienable de la cultura, aparejada al significativo incremento proporcional del papel de los productos de la industria cultural en la reproducción ampliada del capital, son los máximos responsables del creciente interés

teórico-práctico que levanta el permanente acercamiento del espacio de intercepción entre la cultura y el consumo a la totalidad social de las llamadas “sociedades modernas”. Ello plantea como exigencia teórica la necesidad de tejer las redes conceptuales y epistemológicas que den cuenta, por una lado, de la riqueza que supone *una cultura extendida por todo el tejido social* y, por el otro, del renovado impacto que implica la conversión *del consumo en reconocido hecho cultural*. Este doble proceso entrecruzado constituye objeto central de reflexión de los textos que componen este libro, algo que se asume como muy necesario teniendo en cuenta que aún hoy la tendencia que prevalece es la del análisis del consumo y del consumo cultural como cosas separadas, como aspectos pertenecientes a realidades sociales aisladas.

Al mismo tiempo, la mirada predominante para el análisis es la que proporciona la reflexión estético-filosófica y teórico-artística. En ambos casos son observables en el texto actualizaciones importantes que emanan de la particularidad de los tiempos y de los espacios desde los que piensan la cultura y su relación con el consumo los autores incluidos en la obra. No obstante, la preeminencia de esas miradas para nada presupone la exclusión de ningún otro enfoque. Más bien, lo contrario. El libro en sí mismo representa un esfuerzo conjunto por admitir definitivamente la permeabilidad de las fronteras del saber. De ahí que en él se den la mano también otras disciplinas como la historia, la economía, la psicología, la sociología, la antropología y hasta la biología.

En lo que se refiere a lo que aquí hemos llamado “actualizaciones de la mirada estético-filosófica”, cabe destacar que en varios trabajos de los que componen este libro se parte de la sospecha de que el contenido de la estética, referido contextualmente al cuadro del mundo moderno, carga el lastre de una visión eurocéntrica de lo artístico o de la belleza que se estableció como paradigma universal de una época, con fuertes reminiscencias aún en buena parte del pensar teórico actual. Tal sospecha, a nuestro juicio, debe constituirse en premisa para cualquier pensamiento del sur. Más allá del reconocimiento de nuestra condición históricamente colonial, de la alteridad y subalternidad en la que siempre hemos vivido, de nuestra supuesta desventaja histórica, económica, tecno-

lógica, hemos de asumir la reflexión crítica como opción de vida ante la prepotencia metropolitana con la que nos siguen llegando los productos culturales de los centros del capitalismo mundial. Si en un espacio es posible y necesario el enfrentamiento crítico a esa especie de colonialismo continuado, ese es el de la cultura: se trata de enjuiciar un pensamiento constituido desde la centralidad hegemónica, extraño a nuestras prácticas culturales cotidianas y en cuya conformación no fuimos consultados.

Nuestras configuraciones culturales, los sistemas de conceptos y buena parte de la propia simbología identitaria, política, sexual, etc., llevan la marca indeleble de lo que fuimos y del modo en que las circunstancias nos hicieron pensar. Pero no solo ello. Junto al invaluable legado de nuestra herencia, cargamos con estigmas, fetiches y máscaras que en muchos casos no nos pertenecen; las hemos tomado prestadas de un arsenal cultural muchas veces recibido como imposición, y se adhieren a nuestra piel, ocultándonos el mundo real, desfigurando nuestra auto-percepción.

Considerar la dimensión estética de la cultura significa, bajo esta comprensión, trascender cierto paradigma reduccionista que identifica lo estético con lo bello y con lo artístico, por demás, haciendo abstracción del condicionamiento histórico de lo uno y de lo otro. El enfoque que acá predomina, por el contrario, asume como suyo el reconocimiento de un generalizado proceso de estetización en el mundo actual que modifica el objeto tradicional de la estética como saber, al tiempo que, sin desconocer sus fundamentos evolucionistas y antropológicos, se apoya en una comprensión de la relación estética con la realidad que busca trascender prescripciones transhistóricas y universalismos abstractos y la reconoce como un ingrediente inalienable del mundo de la vida.

Por su parte, desde el punto de vista teórico-artístico, también se encuentran acá cuestionamientos importantes al modo tradicionalmente moderno de comprender el arte. En tal sentido pueden hallarse en el libro, tanto reflexiones sobre lo que podríamos calificar como actual proceso de desdefinición del arte —que supone una relectura de las bases que tradicionalmente se usaron para definirlo—, como también enjuiciamientos críticos a aquellas posturas extremas que anuncian sin más el fin del arte sobre la

base –supuesta– de que ya hoy cualquier cosa puede ser arte. Ni la noción que supone para el arte –a lo kantiano– un ámbito incontaminado de todo conocimiento y de todo interés, ni la disolución absoluta y total de las fronteras entre arte y vida –obviando los límites prácticos y axiológicos de esa disolución–, parecen ser alternativas viables hoy para comprender lo que realmente está ocurriendo en una de las más dinámicas esferas del acontecer social. A los tradicionales enfoques que buscan la delimitación de lo artístico de manera un tanto especulativa desde un punto de visto ontológico (¿qué es el arte?) o gnoseológico (¿qué refleja o reproduce el arte?), mucho pueden contribuir hoy otras formas de abordarlo como la sociológica o la axiológica, que centran su atención en su actualización permanente, su función social y su valor humano, partiendo para ello no sólo de una determinada lógica teórico-conceptual, sino también, y sobre todo, de una revaloración de las propias prácticas artísticas que hoy mismo se están produciendo. Sobre este tema en particular se encontrarán varios trabajos en el presente compendio.

Los textos que componen el presente libro se organizan en tres partes fundamentales. La primera está referida a los problemas epistemológicos y axiológicos que supone la compleja relación actual entre estética, arte y cultura; la segunda centra su atención en el tema del consumo, abordado desde una perspectiva teórico-general y en sus ricos vínculos con la cultura y el arte; la tercera parte del libro pone en evidencia la movilidad del consumo cultural a través de todo el entramado social, destacando sus nexos con diferentes facetas de la vida social como la tecnología, el mercado y la religión.

Como ya se ha hecho notar, la obra que ahora el lector tiene en sus manos marca sólo un eslabón más en la cadena de la fructífera colaboración de la Maestría en Estética y Arte de la BUAP con el *Grupo de Investigación sobre Estética, Cultura y Arte* de Instituto de Filosofía de La Habana, colaboración que continúa hoy girando alrededor de otros ejes de trabajo, entre los que se encuentra el nuevo proyecto titulado *Coordenadas estético-filosóficas del análisis de la cultura y su expresión en el pensamiento latinoamericano y cubano actual*, proyecto actualmente en ejecución que marca una relación

de continuidad con el proyecto anterior y cuyos resultados finales son esperados para el año 2013. Una recopilación resumida de esos resultados seguramente verá la luz en su momento en los marcos de la misma colección *La Fuente* que cobija esta obra y será nuevamente una edición conjunta cubano-mexicana que sumará los esfuerzos de los mismos grupos e instituciones que han hecho posible este libro.

Antes de culminar esta breve presentación deseamos dejar expreso nuestro agradecimiento al Dr. Alejandro Palma Castro, Director de la Facultad de Filosofía y Letras de la BUAP, y a la Dra. Concepción Nieves Campa, Directora del Instituto de Filosofía de La Habana, quienes han retomado y reimpulsado las relaciones entre ambas instituciones en esta última etapa y gracias a cuyo apoyo ha sido posible esta obra conjunta. De igual forma, agradecemos a todos los integrantes de los grupos y cuerpos académicos involucrados en la elaboración de este libro, a los colegas de otras instituciones que nos apoyaron para esta ocasión, así como a la Mtra. María de los Ángeles Serrano Vázquez, quien tuvo a su cargo el cuidado de la edición.

*José Ramón Fabelo Corzo
Alicia Pino Rodríguez
Septiembre de 2011*



1

ESTÉTICA, ARTE Y CULTURA. PROBLEMAS EPISTEMOLÓGICOS Y AXIOLÓGICOS

ACTUALIZACIONES DE AXIOLOGÍA ESTÉTICA: VISLUMBRAR LA COMPLEJIDAD DEL MUNDO

Mayra Sánchez¹

1. Dimensión estético-axiológica del concepto de realidad

[...] La conciencia no puede ser nunca otra cosa que el ser consciente, y el ser de los hombres es su proceso de vida real. Y si en toda la ideología los hombres y sus relaciones aparecen invertidos como en una cámara oscura, este fenómeno responde a su proceso histórico de vida, como la inversión de los objetos al proyectarse sobre la retina responde a su proceso de vida directamente físico...²

5. El “mundo verdadero” –una Idea que ya no sirve para nada, que ya ni siquiera obliga, –una Idea que se ha vuelto inútil, superflua, por consiguiente una Idea refutada: ¡eliminémosla! [...].³

El concepto de Realidad (proveniente del latín *res*: relativo a cosa, objeto, realidad), forma parte de varias confrontaciones filosóficas tradicionales con otras nociones como apariencia, existencia, posibilidad, y más recientemente con lo virtual. Se ha identificado con lo objetivo, lo verdadero, lo existente, opuesto comúnmente a lo fantástico, ilusorio, falso. Si bien en Occidente, toda una larga tradición filosófica la ha aceptado como hecho irrefutable, otra línea de pensamiento ha puesto en duda su sentido de exterioridad y

¹ Instituto Superior de Arte de La Habana.

² Carlos Marx y Federico Engels. *La ideología alemana*, pp. 25-27.

³ Friedrich Nietzsche, *Crepúsculo de los ídolos*, pp. 51-52.

objetividad, siendo este uno de los problemas filosóficos más candentes en nuestros días; la naturaleza de nuestras nociones conceptuales sobre lo real, su concepto y su pertinencia ontológica han caído bajo sospecha y se habla incluso de la constitución ficcional de la realidad. Todo ello hace posible que busquemos una posible dimensión estético axiológica de este concepto.

La filosofía moderna, influida por el auge de las ciencias, nace lastrada por una separación entre el sujeto y el objeto que llegará a entenderse como abismal y que deriva de una de las actitudes naturales reconocidas por Occidente: la del conocimiento como la “representación” de la realidad, que parte de la presuposición de un “afuera”, de un mundo exterior apresado por la idea, como un modelo natural a seguir por el hombre y ante el cual son posibles una “objetividad” y un distanciamiento hoy puestos en duda. Con algunos antecedentes notables⁴, se debe a E. Kant, el viraje filosófico que significaría afirmar que “...los objetos deben conformarse a nuestro conocimiento.” y no al revés. “...Ocurre aquí –señala Kant– como con los primeros pensamientos de Copérnico. Éste, viendo que no conseguía explicar los movimientos celestes alrededor del espectador, probó si no obtendría mejores resultados haciendo girar el espectador y dejando las estrellas en reposo...” Con esta proyección, el filósofo de Königsber sienta las bases del llamado giro copernicano de la filosofía⁵ “Yo pienso que tiene que poder acompañar todas mis representaciones. De lo contrario, sería representado en mí algo que no podría ser pensado, lo que equivale a decir que la representación, o bien sería imposible o, al menos, no sería nada para mí...”⁶ Poco después estas ideas asumirían un cariz rotundo e irracionalista con Schopenhauer, quien llega a afirmar que “...todo lo que existe para el conocimiento, es

⁴ Recordemos a Descartes, que ya había planteado: “...Y dándome cuenta de que esta verdad: pienso, luego soy, era tan firme y segura que todas las más extravagantes suposiciones de los escépticos no eran capaces de hacerla tambalear, juzgué que podía admitirla sin escrúpulo como el primer principio de la filosofía que yo indagaba...” René Descartes, *Discurso del método, dióptrica, meteoros y geometría*, p. 25.

⁵ Emmanuel Kant. *Crítica de la razón pura*, Prólogo de la segunda edición, p. 20.

⁶ *Ibidem*, p. 154.

decir, el mundo entero, no es objeto más que en relación al sujeto, no es más que percepción de quien percibe; en una palabra: representación...” lo que le lleva a su conocida apelación al *mundo como representación y como voluntad*.⁷

Influido profundamente por esta línea de pensamiento, Nietzsche, arremete contra los fundamentos de la cultura occidental basada en una metafísica, una religión y una moral que, según él, han distorsionado los valores vitales; que subordina lo dionisiaco a lo apolíneo, la vida a la razón. “Heráclito tendrá eternamente razón –señala en una de sus obras– al decir que el ser es una ficción vacía. El mundo aparente es el único: el mundo verdadero “no es más que un añadido misterioso...”⁸ Gran connotación han tenido estas palabras suyas en la polémica acerca de la desrealización del mundo.⁹

La llegada del siglo XX vivirá el cambio de paradigma avizorado por el filósofo alemán, el paso de la epistemología a la filosofía del lenguaje, haciendo más radical la afirmación de una des-realización de lo real a la que había hecho referencia. Martín Heidegger critica los errores de la metafísica, en cuyos límites sitúa al propio Nietzsche. Según Heidegger, la metafísica occidental no se ha ocupado de la comprensión de la existencia, sino de la de las cosas existentes, a eso le llama *olvido del ser*.

Su concepción sobre el ser y el ente se relaciona con la de la verdad como desocultamiento, enfrentada a la noción tradicional

⁷ “...Estará entonces claramente demostrado para él que no conoce un sol ni una tierra, sino únicamente un ojo que ve al sol y una mano que siente el contacto de la tierra; que el mundo que le rodea no existe más que como representación, es decir, única y enteramente en relación a otro ser: el ser que percibe, que es él mismo... No hay verdad alguna que sea más cierta, más independiente de cualquiera otra y que necesite menos pruebas que ésta; todo lo que existe para el conocimiento, es decir, el mundo entero, no es objeto más que en relación al sujeto, no es más que percepción de quien percibe; en una palabra: representación...Cuanto forma o puede formar parte del mundo está ineludiblemente sometido a tener por condición al sujeto, y a no existir más que para el sujeto...a saber, que al mismo tiempo que dice: El mundo es mi representación, puede y debe decir: El mundo es mi voluntad” Arthur Schopenhauer, *El mundo como voluntad y representación*, p. 17.

⁸ F. Nietzsche, *Crepúsculo de los ídolos*, p. 46.

⁹ Sus ideas del mundo como fábula han sido retomadas por pensadores actuales como Gianni Vattimo. Ver: *La sociedad transparente*, p. 81.

de ésta, entendida hasta entonces como relación del pensamiento con una realidad exterior a la que ha de adecuarse. Con ello, Heidegger convierte a la comprensión e interpretación hermenéutica en fundamento ontológico, es decir, no los entiende como modos de conocer algo que ya está dado, sino como un modo de ser, como algo a lo que se llega.¹⁰ “[...] la palabra «ser» es, en fin, vacía. No pensamos con ella en nada que fuera efectivo, captable, real. Su significación es la de un vapor irreal. A fin de cuentas, Nietzsche habría tenido toda la razón de su parte cuando denominó a un «concepto supremo», tal como el del «ser», «el último humo de la realidad evaporada» [...]. ¿Quién quisiera correr tras semejante vapor, cuyo significado verbal es el nombre de un gran error?»¹¹

Desde otra perspectiva, y aunque parezca paradójico, el marxismo también pudiera considerarse en nuestro análisis en tanto cuestión implícitamente el divorcio entre la realidad y el pensamiento. En primer lugar está el hecho de que Marx hiciera hincapié en la esencia humana como el conjunto o el *ensamble* de relaciones sociales.¹² A pesar de que los enfoques deterministas que se desgajaron de él, optaron por una separación voluntarista de los polos objetivo y subjetivo en el enfoque social, este atisbo de la dimensión relacional –que hoy se da por reciente– no les ha sido reconocido en su justa medida a los fundadores del marxismo, a quienes por el contrario, se les acusa de absolutizar la estructura material de la sociedad. Habría que releer las Tesis sobre Feuerbach, donde Marx considera como defecto fundamental del materialismo anterior a él, el hecho de ver “...la realidad del mundo sensible, en forma de objeto de observación y no como actividad sensorial humana, no como actividad práctica, no subjetivamente...”¹³ Esta afirmación,

¹⁰ De ahí desprende su concepción de la obra de arte como puesta en obra de la verdad, como conflicto entre sus dos dimensiones: la cósmica, que instala un mundo y la terrestre, que crea una tierra. Con ello fundamenta a la obra de arte moderno que ha dejado de ser mimesis, para ser expresión. Ver: Martín Heidegger, *El origen de la obra de arte*.

¹¹ Martin Heidegger, *Introducción a la metafísica*. Nova, Buenos Aires 1972, p. 72.

¹² “La verdadera naturaleza del hombre es el conjunto de sus relaciones sociales...” C. Marx, *Obras Escogidas*, p. 25.

¹³ *Ibidem*, p. 24.

apreciada en todo su valor desde otros temas de análisis, puede indicar también un reconocimiento de la imbricación de la subjetividad en nuestra idea de realidad, que no necesariamente nos lleva a negar la realidad misma, sino a reconocer la mediación de la conciencia en todo contacto humano con el mundo, en toda información posible sobre él. Es el idealismo, según el propio Marx afirma, el que desarrolla el lado activo, pero “...no conoce, naturalmente, la actividad real concreta como tal [...]”.¹⁴ En nuestros días, el pensamiento filosófico ha replanteado algunos de estos problemas sobre bases nuevas. Dentro del llamado pensamiento débil, Gianni Vattimo señala la imposibilidad de encontrar una noción “dura” de realidad, ante la convivencia del juego de las interpretaciones constitutivas del mundo dúctil y ficcional, estetizado que nos rodea. “[...] lo que llamamos realidad –afirma– no es más que el cruzarse de interpretaciones que se componen en equilibrio siempre precarios...”¹⁵ y señala también que la realidad “...no puede ser entendida como el dato objetivo que está por debajo, o más allá, de las imágenes que los *media nos proporcionan*...”¹⁶

En este “libre juego de las interpretaciones” se ubica al mundo como “fabulación”. Así señala Vattimo “...la sociedad de las ciencias humanas y de la comunicación generalizada parece orientarse hacia lo que de un modo aproximado se puede denominar ‘fabulación del mundo’.”¹⁷ Por muy atractivas que resulten tales formulaciones, avaladas por demás en la caída de los paradigmas autoritarios de Occidente, no resulta ocioso resaltar, el modo formidable en que se alían, a la lógica de un sistema social, que se presenta a sí mismo como el epílogo definitivo e inapelable de la humanidad. Indudablemente, “mirar” al mundo desde la pluralidad que lo complejiza, nos previene de criterios unilaterales y dogmáticos y nos permite desterrar algunos mitos sin sentido; pero el criterio de Vattimo puede amparar a los que soslayan, que

¹⁴ *Ídem.*

¹⁵ G. Vattimo, *El Arte. De la Estética a la Historia*, p. 7.

¹⁶ G. Vattimo, *La sociedad transparente*, p. 81.

¹⁷ *Ibidem*, p. 107.

para una vasta mayoría de los seres humanos, el espejismo de las interpretaciones flota sobre una dura existencia incuestionable; en ese especie de subsuelo de lo real, las verdades florecen sin paliativos. El hambre, por ejemplo, no es un asunto que ninguna valoración pueda menguar. Si bien, comer es un acto cultural y hasta cierto punto axiológico¹⁸, en el que ponemos en ejercicio gustos y preferencias individuales y colectivas, morir de hambre por carencia de recursos no precisa de vericuetos interpretativos, ni puede escapar a la evidencia fáctica.

En resumen el concepto de realidad, asociado milenariamente al problema filosófico cardinal de la relación del pensar y el ser, puede ser considerado desde su dimensión estético-axiológica en tanto, ya sea desde su reconocimiento o negación como instancia exterior al hombre, incluye una aceptación del lugar que ocupan las mediaciones subjetivas en la constitución de nuestra noción de realidad.¹⁹ Es así que el reconocimiento del carácter activo de nuestra percepción del mundo ha resaltado la validez de conceptos como los de interpretación, traducción, relación [...].

La valía indiscutible de esta certeza está en que revela la unilateralidad del relato racionalista occidental. Al decir de Edgardo Lander,²⁰ "...la naturalización de las relaciones sociales..." es la expresión más potente de la eficacia del pensamiento científico moderno que universalizó, desde posturas de poder, circunstancias, valoraciones y significados correspondientes a un reducido espacio geográfico y social del mundo, las hizo aparecer como únicas, na-

¹⁸ Cada pueblo se alimenta siguiendo determinadas costumbres y convenciones arraigadas en sus tradiciones, que conserva o abandona también desde presupuestos de tipo cultural, por asimilación, mezcla o encerramiento respecto a otras culturas. Usar cubiertos, respetar determinados horarios, asumir determinados rituales cuando nos alimentamos es un modo de decir de donde venimos y quienes somos.

¹⁹ "... Todas las percepciones son a la vez traducciones y reconstrucciones cerebrales, a partir de estímulos o signos captados y codificados por los sentidos... Este conocimiento en tanto que traducción y reconstrucción implica la interpretación..." Edgar Morin, *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*, p. 22.

²⁰ Edgar Lander, "Ciencias Sociales: saberes coloniales y eurocéntricos.", en: *La colonialidad del y saber: eurocentrismo ciencias sociales*, pp. 11-40.

turales e hizo girar a su alrededor, en condición periférica, un rico y menospreciado caleidoscopio de experiencias y tradiciones divergentes. Una de las tareas más apremiantes de las actuales generaciones de pensadores es la de deconstruir un pensamiento, una cosmovisión cuyos estandartes cristalizaron bajo la presunción universalizadora y objetivante que hemos llamado modernidad. Hoy, la aceptación de la variedad valorativa y de las múltiples lecturas en el mosaico de la humanidad, pone el acento en la importancia de lo cultural como mediación y construcción de realidades.

Por otra parte, debemos protegernos de una postura resignada ante el supuesto caos interpretativo del mundo, apelando a la imposibilidad de encontrar regularidades, estructuras, evidencias palpables para orientarse; sin asideros estables para entender y llevar a cabo la transformación efectiva de las “realidades” actuales. Esta negación sería la consumación del suicidio del hombre actual. Tal es el reto de los saberes humanos, que han de tomar a la Humanidad, para salvarla, como “noción ética”²¹, ya sea indagando en sus connotaciones prácticas, semánticas, epistemológicas, ya validando la intersubjetividad como consenso y expresión de una realidad, a la que necesariamente habrá que perfeccionar.

2. *Conocimiento versus valor. ¿Un contrasentido?*

En nuestros días en muchos círculos intelectuales se declara haber trascendido la idea moderna de objetividad como una condición sine qua non del saber verdadero; se comprende que el hombre busca conocer lo que le interesa y que está en capacidad de intervenir subjetivamente en los resultados de cualquier indagación científica; de hecho la idea romántica de la ciencia como exploradora casual, no comprometida o interesada ha dejado de ser posible en la era de la modelación y los nuevos materiales (composite) creados por el hombre; hoy se han hecho posibles formidables implementos tecnológicos que falsean la constitución “natural” de las cosas y crean en todo el sentido de la palabra, nuevas combinaciones genéticas, físicas, nucleares... Así también, se piensa desde lo sec-

²¹ Edgar Morin, *ob. cit.*, p. 126.

torial en tanto las llevadas y traídas leyes generales, han dado paso a soluciones locales, específicas que se llevan a efecto si y sólo sí...

Hasta ayer, le verdad era un conocimiento objetivo y universal. Hoy se pone en duda que esto sea conceptualmente viable, cuando el cuadro del mundo se mueve en otra dirección cercana a la intersubjetividad y la diferencia. ¿Cuánto afecta esta tendencia a la conceptualización sobre los valores?

Debemos asumir con cautela el hablar de los valores en general, y de los estéticos en particular, simplemente como expresión de relaciones de significación, modo habitual en que los hemos presentado, pues la significación está contenida de suyo en toda mirada humana sobre el mundo. Resulta interesante vislumbrar a la luz de los enfoques actuales, cuánto nos queda de la antigua diatriba entre verdad y opinión, conocimiento-valor. ¿Acaso el hombre conoce alguna cosa que no tenga algún tipo de significado para él? Si tampoco es permisible para marcar la diferencia, apelar a la tan cacareada objetividad en el contenido conceptual de la ciencia o a la supuesta neutralidad con que la modernidad etiquetó a la actividad del científico. ¿Qué queda en pie entonces de la consideración teórica acerca de los valores estéticos como tal?

Si lo que califica a estos valores es lo estético como un intercambio intersubjetivo de efectos sensibles, habría que considerarlo, en primer lugar, como un hecho comunicativo, propio de las interacciones humanas en todos los tiempos y épocas. Encontraríamos sus primeras muestras, al sumergirnos hasta la más remota antigüedad, en aquella conciencia sincrética del primer hombre social, en que el lenguaje le había distinguido del resto de los seres vivos; su más depurada expresión en el mundo del arte; su demostrada eficacia en la vida cotidiana, de la mano de la propaganda y la publicidad comercial.

Operativamente, pudiéramos considerar como tales, aquellos juicios nacidos de un tipo de interacción relacional ya indicada desde Kant,²² asociada generalmente a la forma, en cuya denota-

²² "...Hablará, por eso de lo bello, como si la belleza fuese una cualidad (beschaffenheit) del objeto, y el juicio, lógico (como si constituyese este, a través de conceptos de objeto, un conocimiento del mismo), si bien es estético y contiene simplemente una relación de la representación del objeto por el sujeto."

ción interviene de manera determinante la consideración del que enjuicia, a partir del dato que le aporta su relación con lo denotado, en un contexto cultural determinado y con una historia microsocial concreta; juicios de valor en tanto expresan con énfasis preferencias y aversiones, afinidades y negaciones culturales que movilizan consciente o inconscientemente nuestra sensibilidad, y conllevan al ejercicio del gusto, desde sus componentes intelectuales, afectivos, volitivos...

En este mismo sentido, resulta insuficiente para los estudios actuales aquel enfoque analítico con que la estética moderna presentó su universo valorativo a partir de una constitución dual, lineal y abstracta. Luego de un recorrido sinuoso por las mentes de Occidente, la visión arquetípica que instaura la filosofía antigua, da sus frutos en una constitución jerarquizada de gustos y preferencias. Se trata de que estas relaciones de valor, en la teoría o en la práctica, se pensaron habitualmente desde asociaciones binarias, de modo que cada par, cualificaba a opuestos interconectados como lo bello y lo feo, lo sublime y lo bajo, lo trágico y lo cómico... Cada polo de la relación asumía una instancia valorativa contraria a su oponente, desde rasgos delimitados cuantitativa y cualitativamente: orden-desorden, proporción-desproporción, risa-llanto, alto-bajo...

Entendidos así desde una confrontación polarizada que incluye una presuposición cualitativa y una exclusión valorativa, los valores estéticos se ubicaron en jerarquías perfectamente identificables, bajo una égida de positividad absoluta plasmada en la belleza. Una vez llegado el momento de su autonomía como saber, así los pensó la estética moderna.

En nuestros días, sin embargo, esta combinación axiológica dual, ha cedido su paso a nuevas texturas y combinaciones axiológicas, que dejan fuera de lugar posturas consagradas por la tradición. Ninguna escala a qué apelar; ninguna experiencia axiológica pura; parece un estatuto disperso, ambivalente, sumamente criticado por cierto “bolchevismo ultraizquierdista” del presente. Ciertamente la ambigüedad y la dispersión pueden resultar peligrosas culturalmente por su indefinición; pero, también el atrincheramiento puede ser sospechoso, en tanto prorroga estructuras y jerarquías que se presentaron a sí mismas como un orden “natu-

ral” y exclusivo, desde una colonialidad encubierta y enajenante.²³ Hay que ponderar el tono de devastación y pesimismo con que múltiples posturas teóricas²⁴ asisten a las transformaciones axiológicas del presente; pesar que habría que atender con precaución, pues de manera general, encubre posturas elitistas, puristas y discriminantes hacia productos y prácticas culturales marcadas por algún sesgo de marginalidad. En este sentido, resulta provechosa la convivencia de la Estética con los estudios culturales y la ampliación de su universo conceptual hacia fronteras colindantes con la sociología, la antropología, los estudios de género, etcétera.

Una creciente ambigüedad, que tuvo sus albores en el propio mundo moderno, ha desplazado irrevocablemente buena parte de las confrontaciones que asumiera la estética para denotar estos conceptos de valor. Ningún modelo previsible da cabida a la no linealidad, lo heterogéneo, lo local, lo contextual. Sólo es posible hablar hoy de una simultaneidad valorativa, que renunciando a las polaridades, hace convivir mezclas fantasmales híbridas que llenan de pavor a los defensores de la tradición estética.

La hibridación, entendida en los estudios culturales como modo de construcción cultura,²⁵ expresa de manera coherente este estado de “contaminación”, y de relativismo en que parecen circular nuestros valores estéticos. En uno de sus textos Edgar Morin advierte “...que la inteligibilidad no hay que buscarla en la alternativa y la exclusión, sino en la interrelación, la interdependencia del orden, desorden, organización en un bucle tetralógico, no en la disyuntiva entre las nociones de caos, cosmos, Phycis, sino en su confrontación...”²⁶ La pertinencia de este análisis en la comprensión de nuestro asunto no puede ser más evidente.

²³ Ver: Edgar Lander. “Ciencias Sociales: saberes coloniales y eurocéntricos”, en: *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales*.

²⁴ Por ejemplo Jean Baudrillard y su grado cero de la cultura. Ver. “La simulación en el arte”, en: <http://www.analitica.com/bitbliblioteca/venezuela/editoriales.asp>.

²⁵ Beatriz Sarlo, “Culturas populares, viejas y nuevas”, en: *Escenas de la vida posmoderna*, p. 132.

²⁶ Edgar Morin, *El método I. La naturaleza de la naturaleza*, p. 66.

3. ¡Oh, belleza, adónde os fuisteis!

La reconsideración de la belleza como valor y sus interesantes fluctuaciones en la realidad social contemporánea, resulta viable y pertinente a modo de muestra. Es bien sabido que el siglo XX, al declarar el aparatoso declive de la belleza como valor estético protagonista en el mundo del arte, propició la ascensión de lo feo a sus escenarios, de la mano de los sucesivos movimientos de la vanguardia artística. Ya lo diría Adorno, "...Es preciso fijar perspectivas en las que el mundo aparezca trastrocado, enajenado, mostrando sus grietas y desgarros, menesteroso y deforme en el grado en que aparece bajo la luz mesiánica."²⁷

"Si el edificio de la estética clásica, presidida por la belleza como valor supremo se elevó a partir de un orden racional, donde tenían cabida lo homogéneo, uniforme y predecible, y era depreciado lo heterogéneo, anormal, desordenado, deforme, las vanguardias se afanan en la trasgresión."²⁸

Sin embargo, como bien señalara Frederic Jameson, en los finales del siglo XX, "... la producción estética se inserta en la producción general de bienes..."²⁹ La *belleza*, como un valor agregado en los productos, predetermina su circulación como mercancías en el mercado. Así también, "los medios de difusión que distribuyen información, cultura, entretenimiento, aunque siempre con los criterios generales de "belleza" (atractivo formal de los productos), han adquirido en la vida de cada cual un peso mayor que en cualquier otra época del pasado."³⁰

Sin duda alguna, esta progresiva incorporación de la belleza al ámbito de la producción y circulación de las mercancías, ha generado interesantes interrelaciones axiológicas. Al potenciarse la imagen como instrumento en el intercambio mercantil generalizado,

²⁷ Theodor Adorno, *Mínima moralía*, § 153, p. 48.

²⁸ "Estoy contra los sistemas, escribe Tristan Tzara, el paladín del dadaísmo, el más aceptable de los sistemas es no tener, por principio, ninguno. Tristan Tzara, *Siete Manifiestos Dada*, p. 20.

²⁹ *Ibidem*, p. 144.

³⁰ Gianni Vattimo, *El fin de la modernidad. Nihilismo y hermenéutica en la cultura posmoderna*, p. 52.

el individuo actual se siente compulsado a asumir el prototipo estandarizado de triunfador atlético y carismático, proyectado por los media; un formidable despliegue de tratamientos, dietas y soluciones quirúrgicas le asechan por doquier; atrapado por la moda, dedica buena parte de su tiempo, a asumir el personaje que requiere su desempeño en la vida real. La metrosexualidad es una muestra del modo en que esta compulsión llega a transformar estereotipos sexistas y patriarcales respecto a la figura masculina y su tocado.

Como nunca antes, la apariencia, enclaustrada en un modelo occidentalizado, pero condimentada arbitrariamente por enjundiosas mezclas, deviene accesorio inestimable en el currículo de no pocas ocupaciones y desempeños profesionales. Nos encontramos ante una confluencia interesante en la dimensión axiológica de la belleza: desvalorizada en la vanguardia, dejó de constituir una condición del arte que la había encumbrado; mientras que, generalizada en la producción mercantil, y contaminada de componentes periféricos, se extiende por el tejido social alcanzando los más íntimos intersticios de la vida privada. Así mismo, al encontrarse con la vida, el arte la reasume y la resignifica; la cuestiona y problematiza. El resultado de todo ello no puede ser más sustancioso. Simultáneamente: ascensión y caída, generalización y exclusión; empobrecimiento y reasimilación.

Unido a ello, se ha producido la ascensión y visibilidad de productos subculturales al escenario mundial. Desde sus múltiples determinaciones: étnicas, geográficas, socio clasistas, etarias, etc., han provocado tal simultaneidad de circuitos y alternativas que dejan fuera de lugar la posibilidad de un modelo valorativo homogéneo a escala social o epocal. Aquí también la hibridación, la mezcla, el sabor *underground*.

Una mirada purista pudiera desestimar este nuevo alcance del otrora valor protagónico, y sus mezclas pues se trata de su proyección fuera del espacio artístico. Baste recordar entonces, que el propio Arte se ha auto trascendido en su pertinaz empeño de fusión-diferenciación permanente con la vida cotidiana que se inicia con el siglo XX. Si el paladín de lo estético desde los tiempos modernos se inmiscuye cada vez más con lo cotidiano (coincidiendo felizmente en ese afán con los nuevos intentos de la ciencia),

la estética no tiene otra opción que desplazarse hacia el ancho mundo de la vida, pese a las incontenibles reticencias de los incorruptibles herederos de los “buenos tiempos del gran Arte”.

Si extendemos la mirada hacia otras nominaciones estéticas como la comicidad, la tragedia, lo sublime o lo trivial, sumariamos nuevos componentes que, si bien conviven con la desacralización, el simulacro, la parodia, la banalización, proyectan maneras de ser y hacer que solicitan el derecho a la visibilidad y el reconocimiento. Transitamos sendas narrativas, multiculturales, plurivalentes; sólo una vocación estética no lineal, abierta, en autoconstrucción permanente, puede asumir el reto de pensar la complejidad del mundo. Un universo en que reinan la ambigüedad y la sospecha ante jerarquías dudosas; la dispersión y el entrecruzamiento; la relectura y la resignificación... merece un pensamiento que asuma tales retos.

Bibliografía citada

- Adorno, Theodor, *Mínima moralía*, Alfaguara, Madrid, 1987.
- Baudrillard, Jean, “La simulación en el arte”, en: <http://www.analitica.com.bitblioteca/venezuela/editoriales.asp> (último acceso abril de 2007).
- Descartes, René, *Discurso del método, dióptrica, meteoros y geometría*, Alfaguara, Madrid, 1981.
- Heidegger, Martín, “El origen de la obra de arte”, en: *Arte y Poesía*, FCE, México, 1960.
- _____, *Introducción a la metafísica*, Nova, Buenos Aires, 1972.
- Kant, Emmanuel, *Crítica de la razón pura*, (segunda edición), Alfaguara, Madrid, 1988.
- Lander, Edgar, “Ciencias Sociales: saberes coloniales y eurocéntricos”, en: *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales, Perspectivas latinoamericanas*, CLACSO, Buenos Aires, 2005.
- Marx, Carlos y Engels, Federico, *La ideología alemana*, Grijalbo, Barcelona, 1970.
- Marx, Carlos, “Tesis sobre Feuerbach”, en: *Obras Escogidas*, Progreso, Moscú, t. único, s/f.
- Morin, Edgar, *El método I. La naturaleza de la naturaleza*. [Trad. Ana

- Sánchez], Cátedra, Madrid, 1981.
- Nietzsche, Friedrich, *Crepúsculo de los ídolos*, Alianza, Madrid, 1984.
- Sarlo, Beatriz, "Culturas populares, viejas y nuevas" en: *Escenas de la vida posmoderna*, Ariel, Buenos Aires, 1994.
- Schopenhauer, Arthur, *El mundo como voluntad y representación*, Orbis, Barcelona, 1985.
- Tzara, Tristan, *Siete Manifiestos Dada*. Tusquets, Cuadernos ínfimos, Barcelona, 1994.
- Vattimo, Gianni, *El Arte. De la Estética a la Historia*, Realidades, Montevideo, 1994.
- Vattimo, Gianni, *El fin de la modernidad. Nihilismo y hermenéutica en la cultura posmoderna*, Gedisa, Barcelona, 1996.
- Vattimo, Gianni, *La sociedad transparente*, Paidós, Barcelona, 1996.

APUNTES PARA UNA ESTÉTICA DEL VÍNCULO DESPLAZAMIENTOS DEL ARTE. ¿DEFINICIÓN O “DESDEFINICIÓN”?

*Natividad Norma Medero Hernández*¹

En la segunda mitad del siglo XX nuevos poderes fácticos se establecen desde los centros: Europa y Estados Unidos. Se determina un giro esencial, a escala global, de la perspectiva instaurada por la modernidad “...tal vez para responsabilizar de la crisis actual de las instituciones claves de nuestra sociedad a los herederos de la Ilustración...”² en este sentido surgen toda suerte de alianzas que “...apenas parecen tener en común el prefijo post, enfáticamente añadido a la designación de una postura que se supone actual”.³ Se trata de un fenómeno que se designa con el término postmodernidad: para algunos autores resulta evidencia de un cambio epocal⁴, para otros se revela como neoestetización o “dominante cultural...”⁵ Así se pueden encontrar diferentes visiones al respecto. Ahora bien, existe como fenómeno socio-cultural que es necesario atender, en correspondencia con los fines de este trabajo,

¹ Instituto Superior de Arte (ISA) de La Habana, Cuba.

² H. R. Jauss, *Las transformaciones de lo moderno. Estudios sobre las etapas de la modernidad estética*, p. 63.

³ *Ídem*.

⁴ Desde la perspectiva de Jean-François Lyotard y sus seguidores. En *La condición posmoderna* (1979) Lyotard capta la dirección de las transformaciones del saber y proporciona una explicación, en la que acierta en describir el giro de los acontecimientos luego de la Segunda Guerra Mundial. En 1973 había manifestado su distanciamiento total del marxismo y el psicoanálisis. Razón por la que, en buena medida, a pesar de sus muchos aciertos no logra sostener buena parte de sus enunciados, en tanto los cambios económicos ocurridos, a nuestro juicio, no permiten argumentar un cambio de época histórica.

⁵ F. Jamenson, *El postmodernismo o la lógica cultural del capitalismo tardío*, p. 8.

porque es cierto que “el posmodernismo desborda los recipientes del arte. Rompe los límites y afirma que la manera de obtener el conocimiento es actuando, no haciendo distinciones...”⁶

En este caso, lo que resulta importante no es dilucidar si se inaugura o no una nueva etapa histórica –aún cuando la perspectiva que se asume no comparte tal afirmación– de lo que se trata es de enfrentar la objetividad de las transformaciones que se han de operar en relación con el arte. De ahí que el término posmodernidad se asume en tanto reconocimiento de una nueva dominante cultural en el contexto del capitalismo tardío, tal como argumenta Frederick Jamenson; para atender el desvanecimiento progresivo de la anterior separación rígida (modernista) entre Arte elevado o elitista y el mundo de la vida (relación arte- vida). Para entonces meditar lo que sucede con los límites y fronteras del arte en el contexto actual –además de consigo mismo– con el mundo de la vida; donde se tornan cada vez más difícil definir qué es y qué no es (¿?) a consecuencia de esa expansión de la producción simbólica fuera de los “ámbitos artísticos”.

Tal realidad desplazada la noción Arte en sentido moderno, y se adjudica una noción contemporánea de Arte como arte; así se irá difundiendo globalmente.⁷ Luego, pensar el arte desde una perspectiva general y totalizante –en el sentido en que se asentara primero por Hegel, y fuera seguida por Heidegger, Nicolai Hartmann, Benjamin y Adorno, entre otros, en la primera mitad del siglo XX– comenzará a resultar inoperante a partir de los años 60 y 70.

Incuestionable es que las vanguardias en su despliegue han sido vistas como una suerte de estética negativa, contradiscurso, contraley e incluso antiarte en relación con la institución arte.⁸ No

⁶ D. Bell, *Las contradicciones culturales del capitalismo*, p. 45.

⁷ A. Erjavec, *El fin del arte' y otros mitos postmodernistas*, p. 3 (Erjavec es Director de Investigación del Instituto de Filosofía de la Academia de Artes y Ciencias de Ljubliana y presidente de la Sociedad Eslovena de Estética. Autor de varios libros, entre los que es posible mencionar: *La ideología y el arte del modernismo* (1988), *Estética y teoría crítica* (1995) y *Hacia la imagen* (1995).

⁸ Refiere un campo tensamente normalizado, con convenciones bien establecidas, con estructuras marcadamente rígidas que son extendidas en virtud del control oficial, espacios de legitimación, control académico...

obstante, estos movimientos habían de inaugurar un nuevo camino a las prácticas artísticas. En consecuencia, la idea del Arte ha de cambiar no sólo en sentido formal, sino en virtud de los roles que le serán asignados, a partir de ahora a sus elementos estructurados: la obra, el artista y el público.

Alrededor los años 60 el arte escapa de sus espacios tradicionales, asume al receptor, y parece integrarse total y definitivamente al mundo de la vida. Este hecho se registra desde las denominadas manifestaciones fenoménicas de la posmodernidad: el arte Fluxus, el Happening y el Performance, el Enviromental art, el Land art... Ahora bien, con el Pop art⁹ se hace evidente que "...con la *Brillo Box* de Andy Warhol aparece un caso o suceso (ya no objeto ejemplo) paradigmático que marca el 'fin del arte puro'. Así, la *Brillo Box* señala el 'paroxismo de estilos' que se dio a partir de los años sesentas y setentas, donde el *pop* muestra que no hay una manera especial de mirar las obras de arte en contraste con las 'meras cosas reales'."¹⁰ Este hecho revela la profundidad del cambio que se instituye entre el modernismo –en tanto Arte y cultura de la era industrial–, perfectamente jerarquizadas, donde por supuesto el Arte provee los paradigmas de valor desde su posición elevada y excluyente y el postmodernismo (o sociedad post-industrial, tardomodernidad, y más recientemente sociedad de la información y el conocimiento...), donde el arte refiere un espacio difuso, en que dejan de ser posibles taxonomías y fronteras, y donde la pluralidad y la diferencia introducen la imposibilidad de consensos paradigmáticos.

Con esto se rehabilita –desde la perspectiva filosófica, en general– la idea de “muerte del arte” que, propuesta inicialmente por

⁹ Movimiento artístico surgido a finales de los años cincuenta en Inglaterra y desarrollado posteriormente en los Estados Unidos. Se trata de imágenes y temas tomados del mundo de la comunicación de masas aplicados a las artes visuales. Además de significar un impacto de la sociedad de consumo, este movimiento ejerce influencia sobre lo social, en especial en la gráfica y la moda. Comienza como una reacción contra el expresionismo abstracto no figurativo intelectualizado alejado de la realidad social.

¹⁰ Arthur C. Danto, *Después del fin del arte. El arte contemporáneo y el linde de la historia*, p. 35.

Hegel, resultó perpetuamente reasumida para quedar aplazada hasta el día de hoy. La perspectiva hegeliana que parecía explicar una determinada situación cultural, desde coordenadas muy concretas, como filosofía del espíritu en sus diversos momentos de desarrollo, aparece con nuevos matices, una y otra vez, aún fuera de los sistemas idealistas, y en todas las situaciones en que se propone discutir la situación y destino del arte actual. Sin embargo, si se atiende puntualmente a la evolución de la praxis del arte, ya desde la segunda mitad del siglo XIX, es posible desde una perspectiva epistemológica visibilizar¹¹ lo que sucede y eso no implica otra cosa que aceptar que el suceso insistirá en trastornar al concepto, hasta quedar definitivamente trastocado. Es en este sentido que Arthur C. Danto afirma que de lo que se trata es del "...fin de un cierto modo de pensar en el arte. El fin de una era en la que hay una normativa dominante, y eso sí que ha llegado a su fin. La diversidad de obras impide que ahora haya un relato único que englobe todas las posibilidades de hacer arte. Y eso es lo que quiero decir cuando hablo del fin del arte..."¹² Este asunto aparece como sistematización del pensamiento dantiano.¹³

¹¹ Perspectiva que se despliega en la tesis: *La estetización del mundo actual, problemas epistemológicos*. por la Dra. Mayra Sánchez, y que le permite conceptualizar el término visibilidad epistemológica. Versión en pdf, pág. 7.

¹² Arthur C. Danto, "El arte ahora es más intelectual que sensual", p. 3. Esto supera la perspectiva con la que ha sido identificado Danto. El problema está en que su conferencia "The Artworld", gracias a la pericia e interpretación de los filósofos Richard Sclafani y George Dickie, fue declarada como la base teórica de lo que se ha dado en llamar Teoría Institucional del Arte: que sitúa la clasificación de los objetos como obras artísticas en el conjunto de prácticas institucionales y sociales de lo que Dickie llama el mundo del arte. En *El círculo del arte*, Dickie revisa las anteriores versiones de la teoría institucional, saliendo al paso de las críticas que se han hecho a las mismas y expone una teoría clasificatoria que no trata de explicar por qué asignamos valor a determinadas obras de arte, sino que se limita a enunciar las propiedades suficientes para su caracterización: la artefactualidad y la posibilidad de presentación a un público perteneciente a ese medio, así como los roles de cada una de las personas que forman parte de ese mundo. Aún cuando, la teoría institucional, marca una aguda ruptura con la teorización tradicional del arte.

¹³ "...los acontecimientos del mundo del arte que provocaron las reflexiones filosóficas de este libro eran de hecho sólo eso: transfiguraciones del lugar común, banalidades hechas arte..." Esto aparece en Danto, A. *La transfiguración del lugar común. Una filosofía del arte*. p. 13.

Danto precisa lo escurridiza que resulta, luego del *pop art*, una precisión conceptual (definición) para el arte. Se propone invertir un proceso en el que, según su opinión, no se transforma lo real en ficción sino que se hace de la ficción algo real. Así la vieja aspiración del artista –que recorre de la antigüedad hasta nuestros días– de permutar el arte y la realidad se desplaza. Sin embargo, al mismo tiempo refiere que las posibilidades de éxito han sido siempre muy limitadas. Sería bueno preguntarse a qué se debe que el sueño de siglos pocas veces se hiciera realidad, igual, quién decide lo que es o no arte.

Duchamp es el punto de partida en el análisis que Danto despliega. Según sus propias palabras es él quien lleva a cabo ese sutil milagro de transformar los objetos banales en obras de arte. Refiere que es a consecuencia de esto que la mirada fue puesta en el artefacto, no siempre vista como resultado de la actuación del artista y de ahí reducida a una suerte de “homilía preformativa”, todo en atención a la tradición estética cristiana. Apelación que lo que logra es oscurecer la profunda originalidad filosófica de la propuesta. De hecho, la pregunta de cómo esos objetos consiguen ser obras de arte ha seguido en pie, y entonces Danto responde que eso sólo es posible afrontándola sin tener en cuenta ningún tipo de consideración estética. Se refiere a las nociones epistemológicas asentadas desde la tradición. Precisa cómo esa respuesta es justamente la que aporta el pop art de Andy Warhol; se detiene ante sus Brillo box, y desde estas en cuál sería su diferencia con un almacén de productos cualquiera, en esa dirección afirma que: “...filosóficamente todo hubiera permanecido inalterado, dejando así la opción de que ninguna diferencia material distinga la obra de arte del objeto real. Warhol ejerció de hecho esta opción con sus célebres latas de sopa Campbell.”¹⁴ Intenta encontrar una cualidad suficiente para pensar el arte, esa que –en última instancia– de la posibilidad a una definición. Tal cualidad no podía consistir en aquello que la obra de arte y el indiscernible objeto real tiene en común, y alude aquí a su luminosidad. Insiste en

¹⁴ *Ibidem*, p. 16.

que alguna definición debe acompañar a las cajas de brillo, pero revela que esa tal definición no puede basarse ya en un examen de las obras de arte: “tan escurridiza ha sido la definición, que la casi ridícula invisibilidad de las definiciones filosóficas de arte sobre el propio arte ha sido explicada (por los pocos que la percibían como un problema) como originada por la imposible definición del arte. Tal fue la disolución por parte de Wittgenstein...”¹⁵

Las cajas de brillo hacen visible el problema de la definición por la indefinición, denotan así la incapacidad de las definiciones para el de arte. Cada una de estas está sujeta a características que las cajas de Warhol convierten en irrelevantes para cualquier definición. Las continuas revoluciones del mundo del arte dejan inutilizada la más completa y bien intencionada de las definiciones. Danto afirma que cualquier definición tiene que convencer y por lo tanto asegurarse contra tales revoluciones; se adscribe inmediatamente a la idea de que con las cajas de Brillo esas posibilidades quedaron eficientemente obstruidas. Hace evidente que la apelación al viejo supuesto de un fin para el arte lo que revela es la medida en que hacía falta el desarrollo del mundo del arte para que la filosofía del arte lo asumiera como posibilidad sería y se repensara a sí misma.

Bien puede ser cierto que la filosofía y el arte compartieran un lugar común, en tanto reconocimiento del arte como reflexión de tal naturaleza y de la filosofía con relación a la cultura en general y al arte en particular. Sólo que esto se invisibiliza por el hecho de que la casi totalidad de los expertos despliegan sus análisis atendiendo al viejo mito que identifica lo estético con lo artístico¹⁶, y en correspondencia con el paradigma moderno que confinó los alcances de la Estética a una Filosofía del Arte, cuya imposibilidad de dar respuesta a la complejidad del mundo, incluido el propio arte, resulta evidente hace ya algún tiempo. De ahí que Morawski y seguidores terminan por proponer un tránsito de la Estética a una “Filosofía de la Cultura”.

¹⁵ *Ídem.*

¹⁶ Ver: Mayra Sánchez Medina. *Lo estético y lo artístico. Un acercamiento a la caracterización de las relaciones estéticas.* En: Estética. Enfoques Actuales, pp. 125- 132.

Pero, el problema de la definición del arte palpita ya desde mucho antes. La voz de Adorno se había alzado para afrontar el problema que encara el pensamiento de la alta modernidad: enfrentar la imposibilidad de una definición para el Arte... “ha llegado a ser evidente que nada referente al arte es evidente: ni en él mismo, ni en su relación con la totalidad, ni siquiera en su derecho a la existencia. El arte todo se ha hecho posible, se ha franqueado la puerta a la infinitud y la reflexión tiene que enfrentarse con ello [...]”¹⁷ Adorno cree que una definición del arte no debe basarse en las invariantes de éste a través del tiempo, sino que su concepto se encuentra en el mismo proceso dinámico que se produce en la historia. Su propuesta intenta captar cómo y por qué se modifica el arte [...] “el arte, al irse transformando, empuja su propio concepto hacia contenidos que no tenía. La tensión existente entre aquello de lo cual el arte ha sido expulsado es lo que circunscribe la llamada cuestión de la constitución estética.”¹⁸

Adorno describe por lo tanto una ley de desarrollo que es específica de la dimensión artística y marca una ruptura con otras esferas. El arte constituye en su teoría un ámbito separado del resto, que niega el mundo al que se enfrenta “sólo puede interpretarse el arte por su ley de desarrollo, no por sus invariantes. Se determina por su relación con aquello que no es arte»¹⁹. Ahora bien, ¿cuál es la ley de desarrollo del arte y a qué se refiere con “aquello que no es arte”? Aquello que no es arte es lo que él llama “lo empírico” o la “realidad empírica”. La relación que a lo largo de la historia se desarrolla entre el arte y lo empírico constituye la mentada ley de desarrollo del arte.

La ley de desarrollo del arte se construye a partir de una dialéctica, que no es la de la forma y el contenido, sino que tiene como elementos de oposición lo que la realidad empírica y social muestra y su negación presente en las obras, dialéctica negativa que no produce una síntesis. “El arte niega las notas categoriales que con-

¹⁷ T. Adorno, *Teoría estética*, p. 9.

¹⁸ *Ibidem*, p. 12.

¹⁹ *Ídem*.

forman lo empírico y, sin embargo, oculta un ser empírico en su propia sustancia.”²⁰ Esta tensión se revela de forma immanente en las obras, a través de la dialéctica interna de éstas entre su forma y su contenido. “[...] el puro concepto del arte no sería un ámbito asegurado de una vez y para siempre, sino que continuamente se estaría produciendo a sí mismo[...].”²¹ La ley por la que se produce tiene que ver con la noción de auto-repulsión, que se realiza en forma constante. Un ejemplo que utiliza Adorno para mostrar la negatividad del arte es la insistencia en algún momento de la historia en la “falta de intención del arte” (recuerda entre otros a Kant y a Gadamer) Podemos pensar que esta idea se opone fuertemente a lo que sucede en la realidad social, donde todo pareciera contener una intención.

Por un lado el arte rechaza, como hemos dicho, la realidad empírica de la época en que se produce la obra, pero por otro lado niega también su origen y su pasado (aún conservándolo en la oposición dialéctica) “Su especificidad le viene precisamente de distanciarse de aquello por lo que llegó a ser; su ley de desarrollo es su propia ley de formación. Sólo existe en relación con lo que no es él, es el proceso hacia ello.”²² La definición del arte está siempre determinada por aquello que alguna vez fue, “pero sólo adquiere legitimidad por aquello que ha llegado a ser y más aún por aquello que quiere ser y quizá pueda ser.”²³ La diferencia con lo empírico se modifica con el correr del tiempo, las figuras culturales que antes pertenecían a la realidad empírica se convirtieron en productos estéticos, y cosas que fueron concebidas como obras de arte han dejado de serlo. A partir de esta relación, que Adorno lee como una dialéctica, se construye un concepto de arte en cada momento histórico, y este concepto va transformándose, por lo que no puede haber una definición satisfactoria de arte. Por su propia naturaleza el arte tiende a liberarse de sus ligazones histó-

²⁰ *Ibidem*, p. 14.

²¹ *Ibidem*, p. 12.

²² *Ídem*.

²³ *Ibidem*, pp. 11-12.

ricas al tiempo que resulta expresión de los conflictos que pulsán por emerger.

Es importante destacar que esta ley de desarrollo no constituye ninguna esencia en relación con el arte “ninguna categoría, por única y escogida que sea, ni siquiera la categoría estética de la ley formal, puede constituir la esencia del arte ni es suficiente para que se emitan juicios sobre sus obras”.²⁴ Para Adorno la autonomía del arte implica una renuncia a lo empírico (aunque se produzca la dialéctica a través de la cual toman de allí su contenido), con la consecuencia de pensar al arte como una esfera separada del resto, un espacio cerrado en sí mismo que se comunica con la sociedad a través de la incomunicación, y que posee una dinámica propia (a partir de la cual él construye su “no definición” de arte) Para él la interpretación no constituye la esencia del arte y nunca devela la totalidad de éste. El motivo fundamental por el cual Adorno sostiene la necesidad de que el arte constituya una esfera separada del resto es el peligro de que sus productos sean cosificados y vueltos mercancía, de quedar presa de la industria cultural. Evidentemente, toda su conceptualización del arte contemporáneo, dentro de los marcos de una concepción purista en relación con la autonomía del arte, tiene además como telón de fondo la crítica a la industria cultural y de ahí su postura apocalíptica.

La creencia de que la llamada “muerte del arte” anunciada por Hegel (entendida como la escisión entre arte y religión), no necesariamente marca una ruptura sobre la cual no sea posible construir un puente, sino que por el contrario, es un acontecimiento que nos exige comprender por qué hablamos de arte tanto para referirnos al arte antiguo como al moderno. Gadamer, a través de las categorías de “juego”, “símbolo” y “fiesta» construye ese punto. Busca una definición del arte que, como muestra en su obra *Verdad y Método*, está vinculada a las nociones de verdad y de conocimiento. Los tres conceptos mencionados aluden a modos de ser del hombre, por lo que su definición está sujeta a un fundamento antropológico; al tiempo que asume que la verdad y el

²⁴ *Ibidem*, p. 17.

conocimiento que proporciona el arte también serán sobre nosotros mismos. La tesis gadameriana incluye, por lo tanto, elementos ajenos a la esfera del arte.

La continuidad que Gadamer establece entre la tradición artística o el arte antiguo y el arte moderno se funda en una continuidad de tipo ontológica: todo arte *es símbolo, es juego y es fiesta*. De hecho afirma que el antiguo y el moderno son arte y que ambos han de ser considerados conjuntamente... “pero, ¿en qué sentido puede incluirse lo que el arte fue y lo que el arte es hoy en un mismo concepto común que abarque a ambos?”²⁵ “...nada daña más al conocimiento teórico del arte moderno que reducirlo a semejanzas con el más antiguo [...] una evolución tranquila lo hace explotar.”²⁶

Gadamer en su deducción de las características del arte a partir de las categorías de *juego, símbolo y fiesta* resulta víctima de un error metodológico: toma como datos esas tres analogías, sin cuestionarlas, y es de ahí desde donde deriva su definición. Realiza una analogía de la obra que, debido a una distinción estética que no logra trascender las fronteras del elitismo occidental, pierde su lugar en relación con el contexto real, al tiempo que supone para el artista la pérdida de su lugar dentro de la sociedad. De cualquier modo, su teoría consigue revelar determinados rasgos del arte en general y plantarse el hecho de que la sociedad culta espera del arte una especie de salvación, una redención, le exige al arte más de lo que puede dar.

De un valor inestimable resulta la perspectiva de Umberto Eco “[...] he aquí que entonces no podrían aceptarse como contribuciones teóricas esas definiciones generales del arte a través de las cuales diversas estéticas filosóficas han tratado [...] de unificar en una fórmula la complejidad de una experiencia cuya mutabilidad nadie ponía en duda.”²⁷ Si se toma como base esta reflexión es posible explicar varios postulados importantes. Las teorías estéticas a

²⁵ H. G. Gadamer, *La actualidad de lo bello*, p. 41.

²⁶ T. Adorno, *ob. cit.*, 34.

²⁷ U. Eco, “La Definición del arte”, p. 108, en: Compilación de J. O. Suárez Tajornera. *Textos Escogidos. Estética*. Tomo I.

lo largo de la historia en relación con los sistemas artísticos, tienen la tendencia a formularse desde un discurso “ordenado, medido, conservador”, es decir, tales teorías no sólo intentan explicar el fenómeno del “arte” en cuestión, sino que tienden a proyectar e imponer sus propios esquemas de comprensión o “configuración”. Y aún cuando hayan dejado de ser operativos a la totalidad, en tanto funcionan para interpretar el pasado, e incluso algún segmento del presente, siguen imponiendo esquemas de visión que impiden ver lo que se tiene delante. Muy acertadamente Xavier Rubert Ventós, señala: “...los esquemas de nuestra visión nos impiden a menudo ver lo que tenemos delante, pero son óptimos, como diría McLuhan para ver el espejo retrovisor. La lechuza de la sabiduría levanta su vuelo al anochecer; es decir, comprende y sólo comprende, lo que ya pasó.”²⁸ De ahí que, las teorías “aceptadas” tienden a comprender los nuevos acontecimientos desde el marco teórico secretado por acontecimientos anteriores, ya que “...cada nueva generación, cada nuevo arte, material o técnica comunicativa «clasifica» al anterior en el doble sentido del término.”²⁹ Así, lo aceptado sólo intenta transmutar a la tradición en tanto criterio clasificador para el pasado, o determinado segmento del presente; sin embargo no encuentra en sí los argumentos necesarios para descifrar en su totalidad el presente del arte.

Los nuevos acontecimientos obligan a la teoría a un enfrentamiento de posiciones, al debate y en consecuencia a renovarse. Las teorías no tienden a variar por sí mismas ni a transformar sus modelos explicativos. Sin embargo, el modelo o sistema anterior deja sentir sus influencias en nuestros modos de explicación, comprensión y “configuración” del mundo actual. De ahí que Eco revele y enfrente un error metodológico bastante recurrente en la teoría estética: “[...] en vez de partir de una definición contemporánea [...] e ir a verificar si en una época pasada tal definición era satisfecha (lo que ha dado lugar a pésimas historias), mejor partir de una definición lo más sincrética posible y tolerante posible, y

²⁸ X. R. De Ventós, *La estética y sus herejías*, p. 19.

²⁹ *Ibidem*, p. 195.

luego ver que se encuentra.”³⁰ Así, alerta que para evitar este prejuicio tan arraigado debemos tender más a la “lectura” presente y a la “relectura” asimiladora de “lo pasado” desde “lo presente” y viceversa, sin intenciones de imponer nuestros propios esquemas e interpretaciones. Es así, que su interés se desplazará progresivamente desde una crítica a las ontologías del hecho artístico hacia una posibilidad de definición del arte a partir de sus condiciones de fruición, comunicabilidad y, sobre todo, interpretatividad.

En esa dirección revela una dialéctica de “definitud” y “apertura” que se despliega involucrando, desde “la obra”, como nunca antes a los elementos estructuradores de la praxis y los discursos del arte: el artista –quien establece una apertura desde una intencionalidad que ni para él resulta totalmente precisa– la obra y el público. Presenta así una noción de arte en tanto hecho comunicativo y diálogo interpersonal. La obra de arte se reconoce y “vive” en un entorno comunicacional. Las nociones de los modelos comunicativos (y esto, sobre todo en *La estructura ausente*) son aplicables a la obra de arte en cuanto esta se definiría dentro de un horizonte pragmático: en la dinámica de las relaciones cambiantes entre autor-obra-lectores, en cuyo interior cambia y se modifica constantemente la semántica de la obra de arte. Esta, como promesa de superación de las anteriores concepciones del arte en que quedaba claramente revelada la intencionalidad del artista y la finalidad de la obra, cuyo énfasis quedaba puesto en el polo de la “definitud” de la misma. La obra ha de ser vista como un estímulo que da la posibilidad a la interpretación libre, acomodada sólo en sus rasgos fundamentales.

Eco elabora un discurso crítico sobre todas aquellas reducciones ontológico-metafísicas de la esfera del arte que remiten su definición hacia una zona teórica de lo inconmensurable, buscando encontrar el camino a una definición en las condiciones actuales. Es, en el fondo, una crítica y una proposición de lectura de la obra de arte (estética de la recepción) frente a los esencialismos metafísicos radicales en esta dirección. Para ello recurre a lo largo de

³⁰ U. Eco, *ob. cit.*, p. 117.

su análisis a las prácticas artísticas –dentro de las prácticas estéticas contemporáneas– y a las nuevas modalidades que asumen estas poéticas. Así, sus aportaciones devienen punto de partida indispensable a la construcción de una propuesta teórica que resulta de analizar de manera integral y en sus modos de actuar las propuestas de arte actual, en tanto acto desde el que dialogan todos y cada uno de los componentes estructuradores del hecho artístico.

Desde una consecuente perspectiva marxista, viene a cerrar estas reflexiones la mirada filosófica del polaco Stefan Morawski. Se conecta desde ésta el legado del pensamiento de Europa del Este con todo lo aportativo y provechoso del pensamiento occidental. Su obra apunta a la posibilidad de pensar el arte, desde una perspectiva abierta, dialéctica y dialógica. Sin embargo, su pensamiento –que carga la historicidad en el tratamiento del universo de lo estético de la cultura occidental³¹– no escapa, como casi la totalidad de los estetas, al mito de la identificación de lo estético con lo artístico; de la consideración de que el objeto de la Estética es substancialmente el arte y sus discursos.

Stefan Morawski reconoce que la idea del arte atraviesa un período crítico, que sus definiciones son variadas y diversas. Revela los problemas planteados por la antigua estética en relación con las “novedades” recientes del mundo del arte, y reconoce la dificultad que supone intentar una definición general y transhistórica. Deja muy claro que resulta un problema histórico y a su vez teórico por resolver: este de la definición; en tal sentido afirmará: “en varias ocasiones se ha tratado de exponer una definición suficiente del arte. La mayoría de los intentos han sido fallidos, casi siempre por haber considerado como absoluta la que sólo era una faceta más del objeto del arte. Personalmente prefiero los intentos por enfocar la cuestión del arte en términos de toda una gama de atributos...”³² Para desplegar su empresa somete a análisis toda la producción intelectual que al respecto tuvo ocasión de conocer –cabe advertir que si no fue la totalidad fue entonces una buena

³¹ Aspecto éste que es abordado, desplegado y suficientemente explicado por la doctora Mayra Sánchez. Sánchez Medina, Capítulo 3. Versión pdf.

³² S. Morawski, “¿Qué es una obra de arte?”, p. 12.

parte de esta—, examina la obra de teóricos representativos de casi todas las tendencias, por sólo citar algunos, cabría mencionar a Benedetto Croce, Wittgenstein, Max Bense, Dilthey y los fenomenólogos, Tranoy, Ingarden, Lukács... Vale señalar que fue este un esfuerzo en el que se empeñó hasta el final de sus días.

Morawski en busca de una definición suficiente en relación con la “desdefinición”³³ reflexiona las conexiones entre la historia del arte, en particular las artes plásticas, y el pensamiento estético.³⁴ Se detiene para argumentar que la historia del arte, desarrollada por investigadores de orientación teórica, busca siempre, en una estética filosófica determinada temporal y espacialmente para encontrar respuestas a qué es la obra de arte; terminan por atender, puntualmente, a aspectos particulares. Sólo que después de la segunda mitad del pasado siglo el asunto se hizo mucho más complejo... “por necesidad la historia del arte trataba con ellos a través de los cánones actuales, pero, por lo regular, en el caso de una era dada un grupo de críticos de vanguardia de esos tiempos cuestionaba una obra, artista o estilo dado, exigiendo una evaluación más alta que la que estaba inmovilizada en los estereotipos, normas y códigos dominantes. De esa manera se dejaban ver en cada ocasión (al pasar de un conjunto de cánones a otro) perspectivas cognoscitivas y axiológicas más ricas, y a los cánones que permanecían en conflicto era preciso neutralizarlos remitiéndose a invariantes.”³⁵

Invariantes que se pueden reconocer como nociones epistemológicas y que Morawski sintetiza de la forma que sigue: a) existe un objeto convenientemente estructurado que es resultado de actividades altamente diestras (*tejné, métier*), que constituye un eslabón mediador entre el artista y los receptores; el carácter ma-

³³ Desdefinición refiere aquí no sólo a la imposibilidad de una definición teórica general y transhistórica, sino a las causas que generan esta posición: desbordamiento de límites, integración de lenguajes, pérdida de fronteras, condiciones de fusión...

³⁴ Estas reflexiones aparecen en su texto *La concepción de la obra de arte antaño y hoy*. Publicado en el libro *De la estética a la filosofía de la cultura*, cuya selección y traducción se debe a Desiderio Navarro.

³⁵ S. Morawski, *De la estética a la filosofía de la cultura*, pp. 165- 166.

terial-objetual de la obra refuerza su carácter duradero en comparación con el carácter pasajero del creador y de sucesivas generaciones de receptores, de ahí el conocido dicho «*ars longa, vita brevis*»; b) la estructuración de ese objeto es de tal género que él constituye una totalidad formal-expresiva que se puede distinguir del fondo, sobre la cual deciden el modo de su presentación, la correspondiente disposición y el contenido de ésta; c) esa totalidad como producto de una determinada individualidad se distingue de otras totalidades; los rasgos individuales (a su expresividad y maestría se las llama talento, y en una forma superior, genio) son perceptibles en la propia materia y composición de la obra, y no sólo tácitamente supuestos en consideración a un acto causante de alguien. A esas condiciones objetivamente dadas corresponden —dentro de los límites de las invariantes aquí consideradas— las condiciones subjetivas que determinan lo que se llama vivencia artística. O sea, en relación con los objetos artísticos así concebidos se experimenta una contemplación; esto quiere decir que, habiéndose concentrado en ellos, en la distancia respecto a la realidad que nos circunda, se activan todas las facultades psíquicas y en esta experiencia se alcanza un estado transitorio de equilibrio interior (homeostasis) intensificado.³⁶ Y agrega, para beneplácito de quien escribe, que en la percepción y producción del arte contemporáneo, todo, lo que se involucrará progresivamente será el intelecto. Aún cuando, por demás...”una decidida mayoría de los artistas en todos los países del mundo no ha renunciado en modo alguno a los principios que desde el comienzo de la cultura hasta ahora fueron observados en la producción del arte.”³⁷ Morawski refiere una permanencia del canon tradicional.

Establece una relación dialéctica entre tradición-innovación para ponerse a tono con los nuevos tiempos, en que el arte sin renunciar totalmente a las formas clásicas, que también asume, las transgrede; dialoga en los nuevos contextos y crea otras fórmulas. Morawski revela, además, que es en la vivencia artística donde se realizan, en

³⁶ *Ibidem*, p. 168.

³⁷ *Ibidem*, p. 172.

virtud de un acto comunicativo, cualidades dadas en la obra misma y en el receptor. Involucra pues de manera activa el público en dicho proceso. Y asegura que de ahí es que entonces aparece el valor estético. Es necesario precisar que se trata del valor artístico.

Su análisis conduce a una valoración de las diversas posiciones teóricas en relación con la idea de “muerte del arte”, y aclara que son muchas, y que no se trata de locos o desajustados sino de seres inmersos en un proceso desde donde pugna por emerger una nueva civilización. Desde Adorno, que defiende “la inalienabilidad del arte como respuesta crítico-negativa al lamentable *status quo*”; Heidegger o St. I. Witkiewicz, que se asientan en su propio historicismo; Sedlmayr y otros que parten “de la tesis de que la crisis del cristianismo está en los fundamentos de la actual pérdida de la medida artística”. Se detiene en el modo en que este problema es abordado por la tradición marxistas, apela al joven Marx, como posibilidad de extensión de lo artístico a todas las esferas de relaciones humanas –palpita aquí el mito de la identificación de lo estético con lo artístico–, con lo que se dificulta la comprensión del problema...

Asegura que una interpretación así de los conflictos actualmente candentes entre el arte de vanguardia y las invariantes estéticas ya existentes fue dada por H. Marcuse en *Essay on Liberation* (1969), al tiempo que otros marxistas se inclinan más bien a aliarse a los investigadores que consideran el actual movimiento de vanguardia como expresión de procesos nocivos, de individuos descentrados, desconectados y enfermos que proponen ese camino dentro de la historia contemporánea; así pensaba, por ejemplo, Lukács que no tuvo una conexión vivencial y por tanto real con estos movimientos, y que sustenta sus consideraciones en la idea de un nuevo florecimiento de la mimesis. Morawski plantea que con Lukács se puede estar de acuerdo en atención con su tesis de que la humanidad estaba entrando en un ciclo diferente, al tiempo que anuncia el peligro de que en los albores del nuevo milenio hablemos menos de arte y más y con más frecuencia de la creatividad que se manifiesta en la producción industrial (con ayuda de la tecnología más avanzada) y en variados tipos de mensajes sincréticos (acústico-verbal-visuales, enriquecidos tal vez también por otros elementos). Tal como sugieren algunos filósofos del

arte, eso sería un retorno –en las condiciones de la era paleocibernética y electrónica, es decir, de los mensajes de computadora y holográficos– al modelo de antes del nacimiento del arte...”

Cabe insistir en que la referencia tiene que ver con una concepción del arte asentada y extendida desde los centros. Asume la desesperanza en relación con las posibilidades del arte en los nuevos contextos.³⁸ Esta última parte del análisis se desprende de su estudio en relación con el happening.³⁹ Con todo, convoca a un espacio de discusión, necesariamente, trasdisciplinar y multiperspectivo que podría darse desde la propia filosofía.

Ha quedado clarificado, en sentido general, el *por tanto* que lleva a que la idea de *Arte* referida en su sentido histórico al sistema de las “bellas artes” fuera progresivamente deshabilitada, sin que eso implique una renuncia absoluta. Igual, queda dada una sustentación del *por cuánto* se asume la imposibilidad de una definición general y transhistórica para el arte. Pero, hay más, a lo antes referido es necesario añadir que a partir de las últimas décadas del pasado siglo, puntualmente en los 80, se propone una disolución total de la noción arte –y eso desde una perspectiva global– con la designación angloamericana o más exactamente estadounidense del término *art*. Tal designación del arte refiere esencialmente a las artes visuales, y estará condicionada por la vertiginosidad del desarrollo tecnológico. Así se incorporan al “circuito artístico” nuevos medios –además de la televisión y el video... crece incesantemente el uso de Internet– con esto se hace posible una resignificación de las prácticas artísticas.

Al tiempo que se facilita aún más la apropiación de la cultura del consumo (del ocio y entretenimiento) se asumen por las lógicas comunicativas y de mercado los más amplios espacios de productos y creaciones artísticas (ya sean estos de naturaleza plástica, musical, literaria, o de cualquier otra) Los circuitos de legitimación, esos que se asumieron como propios del arte: museos, galerías, centros de arte, ferias, eventos... que ya habían incorporado las propuestas

³⁸ *Ibidem*, pp. 173-174.

³⁹ *Ibidem*, pp. 169- 172.

más innovadoras; terminan en este mismo umbral de época –décadas finales del siglo XX– por institucionalizar la vanguardia. Fue entonces que, tras varias décadas de constantes y furibundas renovaciones, vino el “milagro” de la oficialización y sacralización institucional de la vanguardia, de la periferia social; quienes ascendieron al pedestal de un nuevo e irónico perfil “clásico”. Lo que produjo asombro puede verse como algo cotidiano sólo que vestido para una ocasión especial. Se pueden aceptar “todas las poéticas o discursos”, en tanto expresión de la imposibilidad de un “relato único”.

Los años 80 devienen protagonistas de lo que se ha dado en llamar “giro pictórico”.⁴⁰ Las artes visuales se convierten en la forma de *arte* dominante y preponderante, en virtud del desarrollo de las industrias de la subjetividad, y por lo tanto en el segmento esencial de la cultura.⁴¹ Se despliega una instancia que es reconocida al mismo tiempo “arte” que “cultura”, cuyos fines será una mayor homogenización de la sociedad, ahora a escala global. En este sentido afirma José Luis Brea: “...hablamos de un horizonte de disolución que significa un profundo desplazamiento, una auténtica mutación, en la que se juega una desjerarquización radical del campo, una homologación de la topología del territorio en el que se despliegan las prácticas culturales y productoras de significado, las simbólicas y productoras de imaginario colectivo, todas las de representación [...] cómo podríamos creer en tales prácticas como el arte si no fueran capaces de asumir precisamente su reto...”⁴²

⁴⁰ Se trata de un cambio, dentro del capitalismo, de signo cultural que –entre otros autores, por ejemplo Jamenson– explica Ales Erjavec, en su texto “El giro pictórico y sus consecuencias globales”.

⁴¹ Esta reflexión remite a la idea occidental que provee a lo artístico de un estatuto diferenciado, devenido modelo de representación, e identificado tanto con lo estético como con lo cultural. La era del capitalismo cultural, como la denomina Brea, marca una nueva fase del capitalismo contemporáneo. Se sustenta en el desarrollo de las industrias de la subjetividad, a cuya instancia se produce una colisión sistémica y funcional que sucede por culminación cumplida del movimiento recíproco que trae la cultura hacia la economía, y en dirección contraria, aproxima la economía hacia la cultura. Con todo, se desplaza el estatuto otorgado a las prácticas artísticas. Ver en J. L. Brea, *La Era Postmedia. Acción comunicativa, prácticas (post)artísticas y dispositivos neomediales*, pp. 20-25.

⁴² *Ibidem*, p. 49.

Se asiste pues a un proceso que obliga a visibilizar la existencia y protagonismo de relaciones estéticas en todo el tejido de lo social,⁴³ aún cuando esto supuestamente traiga consecuencias nefastas para el arte. Es en virtud de ese fenómeno que existe la posibilidad de que se designen como artísticas otras formas culturales: música tecno, video clip... del mismo modo que toda suerte de productos comerciales, comunicativos, publicitarios o de Internet. Se habla de una entidad que es tanto arte como cultura: "...hoy en día, por lo tanto, obviamente no se necesita más una rigurosa distinción entre arte y cultura (o, lo que uno se siente tentado a decir "kitsch" –pero entonces, kitsch también es una designación cualitativa) de la clase que se encuentra en Theodor Adorno o Clement Greenberg–..."⁴⁴

Se borran por tanto los límites entre centro y periferia, alto y bajo, culto y popular; la frontera firme entre lo que es arte y lo que no, tiende a desaparecer definitivamente. El asunto, en lo más profundo, es determinar qué es lo que se entiende como tal y lo que aún no es reconocido. En tales circunstancias ya no es imposible abstraerse de lo que con certeza adelantara Adorno: "ha llegado a ser evidente que nada referente al arte es evidente: ni en él mismo, ni en su relación con la totalidad, ni siquiera en su derecho a la existencia. En el arte todo se ha hecho posible, se ha franqueado la puerta a la infinitud y la reflexión tiene que enfrentarse con ello..."⁴⁵, en esa dirección lo que se hace necesario es atender a cómo es que el arte, aún en tal escenario, busque la forma de afirmar su especificidad. Boris Groys aporta una perspectiva en este sentido y ante la pregunta ¿qué arte?, responde que será la preciosidad cultural lo que distingue al arte del no arte. Según sus consideraciones, las obras de arte se relacionan solamente entre sí, forman un sistema de signos y equivalencias cuyas relaciones

⁴³ La estetización del mundo de la vida se constituyó en el objeto de la tesis de doctorado de la Dra. Mayra Sánchez, citada con anterioridad. El análisis desplegado por la Dra. Sánchez devino un antecedente directo e indispensable a este trabajo.

⁴⁴ A. Erjavec, "El 'fin del arte' y otros mitos postmodernistas", p. 3.

⁴⁵ T. Adorno, *ob. cit.*, p. 9.

internas definen y determinan sus posiciones e importancia individuales. Cambian con los cambios acumulativos de un sistema: el del arte; funcionan como signos dentro de ese sistema dinámico.

Según Groys, la cosa central del asunto está en cómo elaborar una obra artística o teórica de manera tal que sea considerada como valiosa desde el punto de vista cultural. Sin embargo, “el análisis que hace Groys del arte le viene bien al arte contemporáneo, especialmente al visual, que está siendo proliferado por la red internacional de museos. Si, por otra parte, consideramos al arte como algo potencialmente más permanente, esta interpretación encuentra ciertas dificultades.”⁴⁶ Ese último planteamiento obliga a detenerse en el hecho de que para el arte “...la subsistencia de un territorio propio zozobra ante el avance de dos frentes invasores empujados respectivamente, por contenidos y formas extra-artísticos. Superpuestos, ambos trastornan el concepto de arte y remiten a la pregunta acerca de las posibilidades [...] que tiene hoy el quehacer artístico en medio de un escenario sobredeterminado estéticamente por las lógicas comunicativas, mercantiles y políticas de la cultura de masas.”⁴⁷ Son pues sus posibilidades de convivencia autónoma las que se ponen en dudas,⁴⁸ al tiempo que se subraya la imposibilidad de una poética o discurso único; se profundiza extraordinariamente la tendencia que –surgida a partir de la propia praxis del arte ya a principios del siglo XX– apunta al reconocimiento del multiperspectivismo que le será inherente.

El término arte se torna definitivamente una designación puramente descriptiva; un término vago, impreciso y abierto que indica hacia la actual apertura infinita de sus referentes. Se refiere a una entidad indirecta y neutral especificada sólo por sus características preceptuales, que dejó de referirse necesariamente a la belleza

⁴⁶ A. Erjavec, *ob. cit.*, p. 12.

⁴⁷ T. Escobar, “Zona en litigio. Los extraños lugares del arte en los tiempos del esteticismo total”, p. 24.

⁴⁸ Autonomía que como se ha explicado responde sólo a un modo de entender el arte en el contexto de la cultura occidental moderna, devenida noción desde donde se explicó su surgimiento y desarrollo.

o a la verdad.⁴⁹ Ningún soporte, ningún espacio, ninguna acción resulta privativa de lo artístico, que como ya se ha dicho se verá reproducido, escamoteado, difuminado desde otros emplazamientos simbólicos. En la misma medida las Documentas, las Bienales de arte, los Festivales, las publicaciones y eventos, se verán recorridas por temáticas, productos y acciones de factura híbrida cuya genealogía llena de pavor a los defensores de un añejo purismo artístico. Asistimos de hecho a la desaparición de prácticamente todos los contornos, atendiendo al auge de la naturaleza híbrida de todos los productos en el contexto actual, también los artísticos. "...hibrididad que se reconoce, no sólo en la difícil determinación con la cual se tropieza el público ante productos que no se dejan reconocer claramente dentro de un territorio específico del arte, sino también la que se vivencia entre la producción simbólica y lo que puede pertenecer al campo indeterminado del suceder cotidiano..."⁵⁰

El presente exige asumir un cambio epistemológico que resulta, entre otras, de la dinámica que sigue una praxis artística que puede ser aún diferenciable en su indiferenciación actual, y eso sólo es posible si se tiene en cuenta lo que ha sucedido con anterioridad. El siglo XX demuestra la imposibilidad e inoperancia de criterios universalizadores de "detección" del arte. No obstante, se piensa posible pensar el arte, aún cuando no sea en términos de definición sino justamente abriendo los ojos a su desdefinición actual.

Bibliografía citada

1. Adorno, T., *Teoría estética*, ORBIS, Barcelona, 1983.
2. Bell, D., *Las contradicciones culturales del capitalismo*, Patria, México DF, 1989.
3. Coloquio, "La frontera borrosa entre las artes", en: Revista Cúpulas, Publicación semestral, ISA, ISSN 1025- 0263, No. 17-18, 2005.

⁴⁹ A. Erjavec, *ob. cit.*, p. 2.

⁵⁰ Coloquio. "La frontera borrosa entre las artes". p. 5.

4. Danto, Arthur C., *Después del fin del arte. El arte contemporáneo y el linde de la historia*, Paidós, Madrid, 1999.
5. _____, *La transfiguración del lugar común. Una filosofía del arte*, Paidós, Barcelona, 2002.
6. De Ventós, X. R., *La estética y sus herejías*, Anagrama-Taurus, Barcelona, 1974.
7. Eco, Umberto, “La Definición del arte”, en: J. O. Suárez Tajonera (compilador), Textos Escogidos, *Estética*, Tomo I, Editorial Pueblo y Educación, Ciudad de la Habana, 1991.
8. Erjavec, Aleš, “El giro pictórico y sus consecuencias globales,” (2002), en: http://www.miradas.eictv.co.cu/content.php?id?id_articulo=265, (último acceso noviembre de 2006).
9. _____, “El ‘fin del arte’ y otros mitos postmodernistas” (2003), en: http://www.miradas.eictv.co.cu/content.php?id?id_articulo=265, (último acceso marzo de 2007).
10. Escobar T., “Zona en litigio. Los extraños lugares del arte en los tiempos del esteticismo total”, en: *La Gaceta de Cuba*, UNEAC, Enero- febrero2006.
11. Gadamer, H. G., *La actualidad de lo bello*, Paidós, Barcelona, 1987.
12. Groys Boris, “On the new”, (2002), FUOC, en: [objetualidad\Boris Groys-Sobre lo nuevo.htm](#), Consultado en enero 2006.
13. Jameson, Frederick, *El postmodernismo o la lógica cultural del capitalismo tardío*, Paidós, Barcelona, 1991.
14. Jauss, H. R., *Las transformaciones de lo moderno. Estudios sobre las etapas de la modernidad estética*, La Balsa de la Medusa, Madrid, 1995.
15. Lyotard, J. F., *La condición posmoderna*, Cátedra, Madrid, 1986.
16. Morawski, S., “¿Qué es una obra de arte?”, en: J. O. Suárez Tajonera (compilador), Textos Escogidos, *Estética*, Tomo I, Editorial Pueblo y Educación, Ciudad de la Habana, 1991.
17. _____, *De la Estética a la Filosofía de la Cultura*, (selección y traducción del polaco de Desiderio Navarro), Centro Teórico-cultural Criterios, TEOR/ética arte + pensamiento, La Habana/ San José, C. R., 2006.
18. Sánchez Medina, Mayra, *La Estetización del mundo de la vida*,

problemas epistemológicos, [Tesis de Doctorado], Instituto de Filosofía, Ciudad de La Habana, Cuba, 2005. (Versión pdf).

19. _____, “Lo estético y lo artístico. Un acercamiento a la caracterización de las relaciones estéticas”, en: *Estética. Enfoques Actuales*, Félix Varela, La Habana, Cuba, 2005.



DOI: <https://doi.org/10.59892/IE0302>

LA IMAGINACIÓN Y LA ENCRUCIJADA ACTUAL DE LA ESTÉTICA

*José Ramón Fabelo Corzo*¹

En un texto que cumple veinte años de publicado, pionero y ya clásico en lo referido al tema que hoy nos convoca, María Noel Lapoujade rescata a la imaginación como una de las dimensiones fundamentales de lo humano: “*el hombre deviene humano cuando imagina*”,² nos dice, y así es porque sólo mediante la imaginación el ser humano es capaz de forjar su propio mundo, interior y exterior, transformándolo y adecuándolo a sus necesidades y deseos, aptitudes éstas que lo tipifican como especie. La imaginación, continúa Lapoujade en otro lugar de su obra, “*es la función humana cuya actividad consiste en vulnerar límites, traspasar toda barrera que se interponga a su naturaleza*”.³ Sin la capacidad transgresora que la imaginación otorga al hombre, éste no podría ser tal.

Precisamente, uno de los atributos que particularizan la autopoiesis⁴ humana en comparación con la de cualquier otro ser vivo consiste en la reproducción siempre ampliada de su propia vida. En otras palabras, el ser humano no sólo se produce y reproduce a sí mismo como ser vivo, sino que lo hace transgrediendo los límites de su vida previa y en un sentido no sólo y no tanto estrictamente natural, sino sobre todo social, incor-

¹ Instituto de Filosofía de La Habana, Cuba. Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Autónoma de Puebla, e-mail: jrfabelo@yahoo.com.mx.

² María Noel Lapoujade, *Filosofía de la imaginación*, p. 193.

³ *Ibidem*, p. 198.

⁴ La autopoiesis o capacidad de producirse a sí mismos es considerada como el atributo básico de la vida y la principal particularidad de los seres vivos. Ver, por ejemplo: Humberto Maturana, Francisco Varela, *De máquinas y seres vivos. Autopoiesis: la organización de lo vivo*.

porando cada vez nuevos productos humanos a las condiciones materiales y espirituales de su existencia que así, de manera enriquecida, retroalimentan en un sentido literal a la propia vida que los produjo. El poder de la imaginación es en buena medida responsable de esta capacidad humana de hacer crecer permanentemente la vida propia.

Y entre los productos que enriquecen sustancialmente la vida del hombre y la hacen crecer se encuentra sin lugar a dudas el arte. Resultado genuino de la capacidad imaginativa humana, asociado a la actitud que Lapoujade vincula al “*como si*”;⁵ el arte re-presenta⁶ la vida, construye una realidad paralela y en íntima conexión con aquella. Y no estamos hablando necesariamente de mimesis. De re-presentar la vida se encarga no sólo el arte mimético, sino cualquier tipo de arte, aunque su apariencia formal no lleve la intención de reproducir el mundo real.

Mas esta capacidad de re-presentación, esta actitud del “*como si*” no es privativa solo del arte, puede caracterizar la creación de imágenes más allá de la esfera que tradicionalmente hemos asociado al arte, mucho más en un mundo como el de hoy en que la producción de imágenes prolifera en todos los ámbitos de la vida. De esta forma se extiende la capacidad imaginativa que en otras épocas era primordialmente propia del arte a cualquier otra esfera de la sociedad. El mundo se hace espectáculo, nos dirá Guy Debord,⁷ la experiencia se estetiza, agregará Gianni Vattimo.⁸

Al mismo tiempo se da el movimiento inverso: se lleva al arte la imaginación plasmada en otros ámbitos mediante la transfiguración en artísticos de objetos de la vida cotidiana. Con el antecedente de los *ready-mades* de Marcel Duchamp, el procedimiento adquiere bastante generalización a partir de la explosión del *pop art* en los Estados Unidos en la década de los sesenta del siglo XX.

⁵ En un doble movimiento contradictorio, la imaginación fusiona, atrae y al mismo tiempo distancia, simula, actúa “*como si*”. Ver María Noel Lapoujade, *ob. cit.*, p. 194.

⁶ Re-presenta en el sentido de que se presenta “en lugar de”.

⁷ Ver: Guy Debord, *La sociedad del espectáculo*.

⁸ Ver: Gianni Vattimo, *En el fin de la modernidad*.

Ambos procesos de conjunto han llevado a la teoría la convicción de que las fronteras entre arte y vida se difuminan, de que hoy por hoy todo es arte o que cualquier cosa puede serlo. Según Arthur C. Danto, estas circunstancias hacen que carezca ya de sentido la existencia de un relato legitimador de lo artístico. En consecuencia, el arte ha llegado a su fin.⁹ Sobre esta idea el filósofo del arte norteamericano ha vuelto una y otra vez. En su versión más radical ella es expuesta en 1984 en un artículo titulado precisamente “El final del arte”. Ahí nos dice: “(e)l arte ha muerto. Sus movimientos actuales no reflejan la menor vitalidad; ni siquiera muestran las agónicas convulsiones que preceden a la muerte; no son más que las mecánicas acciones reflejas de un cadáver sometido a una fuerza galvánica”.¹⁰

No nos interesa aquí rastrear las diferentes argumentaciones, a veces entre sí contradictorias, que en distintos momentos Danto ha utilizado para legitimar la idea del fin del arte, idea que es, a pesar de lo mucho que ha escrito sobre diversos temas, la que más lo identifica como teórico del arte y que ha mantenido, aun en expresiones más flexibles, sobre todo por lealtad a su propia identidad teórica.

Lo que nos interesa aquí destacar es el hecho de que fue precisamente el *pop art* el que le sirvió a Danto de base empírica real para sus reflexiones filosóficas sobre el arte. Objetos ordinarios, acontecimientos, personajes reales o de ficción de la sociedad de consumo norteamericana se convierten en arte o adquieren inusitada importancia artística. Desde un punto de vista ontológico, lógico o epistemológico no parece haber diferencias fácilmente apreciables entre arte y vida, a pesar de los empeños que el propio Danto realiza por encontrarlas en un texto como *La transfiguración del lugar común*,¹¹ previo a la famosa frase sobre “el fin del arte”.

⁹ Ver: Arthur C. Danto, *Después del fin del arte. El arte contemporáneo y el fin de la historia*.

¹⁰ Arthur Danto, “El final del arte”, en *El Paseante*, reproducido en http://www.mateucabot.net/danto_fin_arte.pdf (último acceso: 22 de octubre de 2008).

¹¹ Ver: Arthur C. Danto, *La transfiguración del lugar común*, (Publicado originalmente como: *The Transfiguration of the Commonplace*, Cambridge, Harvard University Press, 1981).

¿Cómo puede un objeto ordinario transfigurarse en obra de arte? He aquí la pregunta fundamental que ha inspirado prácticamente toda la filosofía del arte de Danto. No es una pregunta trivial ni deja de tener elevada relevancia teórica porque atañe a las fronteras entre el arte y la vida, fronteras hoy evidentemente difusas. Pero la significación de un tema como ese es no sólo de naturaleza ontológica, lógica o epistemológica, sino también sociológica y axiológica. No se trata sólo de discernir sobre qué es arte o cuándo es arte, sino también tomar en consideración para qué sirve, qué lo legitima humanamente. Y es precisamente este último aspecto sobre el que nos interesa aquí llamar la atención.

En consecuencia, nos referiremos a las posibles implicaciones sociales y axiológicas que tiene, por una parte, la expansión de lo artístico y su imaginario correspondiente a otras esferas de la vida y, por otra, la traslación de objetos e imágenes de la vida cotidiana a la esfera del arte.

Como quiera que este movimiento se realiza desde o hacia el arte y tomando en cuenta que lo que aquí nos interesa son las consecuencias socio-axiológicas que ello puede entrañar, necesitamos un cierto acercamiento previo al propio arte desde la perspectiva genérica de su relación con lo valioso.

Tanto desde un punto de vista etimológico como semántico la palabra “arte” entraña una carga axiológicamente positiva. Proveniente del término *ars*, equivalente latino de la voz griega *techné*, el arte en su significado original era usado en un sentido elogioso para calificar la adquisición de destreza en la realización de una determinada actividad. Desde entonces se asocia a una valoración positiva de aquello que califica. Con el tiempo ha cambiado su semántica, mas no su signo axiológico. En la actualidad considerar algo como arte continúa entrañando una aprobación. A todo lo que se llame arte se legitima por ese solo hecho. Lo artístico califica no sólo la significación abstracta, estrictamente artística, de un determinado producto, lo califica además como obra humana que debe existir, como obra de alguien que merece el título de artista. La palabra arte presupone juzgar positivamente de manera implícita todo aquello a lo que

se le aplique, no sólo al producto, sino también a su creador y al acto mismo de creación.

A pesar de no ser éste en ningún momento el centro de la atención de Danto, el afamado teórico no deja de expresar, a veces de manera colateral, su opinión al respecto. “A mi entender –nos dice–, existe unanimidad tácita en que el arte provee de los valores supremos reconocidos por la existencia secular...”¹² En otro momento señala: “El concepto de arte...asegura la incapacidad del artista para infligir daños morales mientras se reconozca que lo que está haciendo es arte”.¹³ Y termina por exclamar: “[...] es tal el prestigio social inherente a la identidad de algo como arte...”¹⁴

Nos hubiera gustado encontrar en Danto mayor uso teórico de estas convicciones suyas, de las que se desprenden no pocos cuestionamientos como los siguientes: si el arte entraña una carga axiológica positiva, ¿significa entonces que la expansión de la imaginación propia del arte hacia otras esferas implica a fuerza irradiar de positividad valorativa esas otras esferas?; si cualquier cosa puede ser arte, ¿entonces cualquier cosa es buena?

El simple sentido común nos indica que la respuesta a ambas interrogantes es negativa. Pero vayamos por parte y analicemos, en primer lugar, las posibles implicaciones axiológicamente revertidas de la pretendida extensión de lo artístico hacia “el mundo de la vida” (Habermas), es decir, las afectaciones que en término de valores representa la espectacularización de la realidad y la estetización de nuestra relación con ella.

Danto llama la atención sobre el hecho de que, usando la capacidad re-presentativa del arte, se genere “la posibilidad de cierto tipo de confusiones: se puede tomar la realidad por su imitación o, sobre todo, puede confundirse una imitación con la realidad que designa y, a partir de aquí, adoptar ante esta presencia las actitudes y expectativas que serían más bien adecuadas para su homó-

¹² Arthur C. Danto, *Más allá de la Caja de Brillo. Las artes visuales desde la perspectiva posthistórica*, p. 165.

¹³ *Ibidem*, p. 176.

¹⁴ *Ibidem*, p. 45.

logo en otro plano ontológico”.¹⁵ Tomando esto en consideración, el filósofo del arte norteamericano sugiere que “los artistas que adoptan una estrategia mimética deben tomar sus precauciones a fin de prevenir este tipo de inversiones erróneas”.¹⁶

Pero lo más peligroso no es que el artista olvide esta advertencia, sino que la olviden aquellos que haciendo uso de esta capacidad imaginativa del arte de re-presentar (o de simular),¹⁷ la utilicen más allá de lo propiamente artístico, en el campo de lo político o lo económico, pongamos por caso, con el deliberado propósito de confundir (disimular).¹⁸ La estetización de la experiencia, la espectacularización de la sociedad a las que hoy asistimos muestran el uso habitual de lo tradicionalmente artístico en términos de imaginación como instrumento de desfiguración de los imaginarios sociales a favor de una re-presentación de la realidad que no coincide con la verdadera realidad, para que lo pseudo-real sea tomado como lo real, para engañar. A la demostración de este hecho dedicó Guy Debord su libro *La sociedad del espectáculo*.

Con ello, el benévolo arte –más bien su capacidad técnica de re-presentar, su actitud imaginativa del “como si”– se ha transformado en un instrumento malévolo, maquiavélico. Mas, por esta misma razón, ha dejado de ser arte. No podría legitimarse como artístico lo que de por sí persigue fines éticamente reprobables. La atinada recomendación de Danto para que los artistas tomen la precaución de no provocar confusiones ontológicas en el espectador, es tanto más necesaria en aquellos otros ámbitos a los que se han extendido las técnicas artísticas. Sabido es que lo que se sugiere aquí que sea preocupación del artista, deja de serlo con mucha frecuencia del político o el mercader. Antes bien, es ocupación de muchos de ellos que lo falaz pase por real.

Asociada a la anterior, otra de las características del arte que es explotada en muchas ocasiones con fines perversos extra-artísticos

¹⁵ Arthur C. Danto, *La transfiguración del lugar común*, pp. 48-49.

¹⁶ *Ibidem*, p. 49.

¹⁷ Ver: María Noel Lapoujade, *ob. cit.*, p. 200 y ss.

¹⁸ Ver: *Ídem*.

es la que Danto califica como *distancia psíquica*, ejemplificada de la siguiente manera: “en teatro, lo que presenciamos sobre el escenario se pone a cierta distancia y queda excluido del marco de creencias que permitiría que el parecido exacto fuera confundido con lo real.”¹⁹ Esta actitud de distanciamiento contrasta con la llamada actitud práctica, cuya distinción teórica nos remite a Kant y que le permite a Danto concluir sobre la existencia de “dos clases de actitudes ante cualquier clase de objeto, de suerte que la diferencia última entre arte y realidad es menos una diferencia entre tipos de objetos que una diferencia de actitudes, y por lo tanto lo que importa no es con qué nos relacionamos sino cómo nos relacionamos”.²⁰

Pues bien, a través de la espectacularización del mundo real y la estetización de nuestra relación con él se ha venido logrando ese distanciamiento ya no sólo en relación con el objeto artístico, sino también en lo atenido a aquellas esferas de la vida social en las que cabría y sería deseable una actitud práctica, activa, enérgica, transformadora. En su lugar aparece la contemplación pasiva, distante, cuando no el más rancio nihilismo o la indiferencia total. El pensamiento se hace débil (Vattimo), la imaginación queda truncada en su función utópica. Se asume la realidad como puro espectáculo, capaz, en el mejor de los casos, de impresionar, de mostrar su crudeza, su drama, pero inepta para ser cambiada o afectada por nuestras acciones. El mundo humano deja de ser asumido como humano, antes bien, se nos presenta cosificado ya para siempre, convertido en un fetiche. La expansión de la “actitud estética” es muy bien aprovechada por los intereses conservadores para aminorar la rebeldía popular y para quitarle fuerza en el imaginario social al drama real humano que vive la sociedad contemporánea. Tal parece que Guy Debord actuara como apuntador de Danto cuando éste último escribió: “siempre es posible ver el mundo entero a través de la distancia estética como un espectáculo, una comedia o lo que mejor nos parezca”.²¹

¹⁹ Arthur C. Danto, *La transfiguración...*, p. 49.

²⁰ *Ídem*.

²¹ *Ídem*.

Sólo que el asunto no se reduce a lo que la gente quiere ver, como aquí parece sugerirse, sino, sobre todo, a lo que los poderes excluyentes e interesados en la conservación del *statu quo* quieren que se vea. Esta aparente sutileza hace la gran diferencia en los modos en que nos relacionados teóricamente con este hecho consumado. Los procesos de estetización de los imaginarios constituyen una realidad constatable empíricamente y, con toda probabilidad, ya irreversible. No son en sí mismos deplorables ni parece posible ni deseable arremeter contra ellos. Pero nosotros mismos, como teóricos, podemos relacionarnos con estos procesos con una actitud “estética” o “práctica”, pasivo-contemplativa o utópico-transformadora. Podemos asumir la versión enajenante de la espectacularización y de la estetización como la única posible o podemos admitir la probabilidad de modos alternativos en que estos procesos tengan lugar.

No porque el mundo se estetice se hace esquivo a la transformación práctica. La actitud estética no tiene por qué estar reñida con la actitud práctica. El juicio puro de gusto no existe más allá de algunos capítulos de la *Crítica de la facultad de juzgar* de Kant. Ni siquiera sale ileso del propio análisis kantiano en el capítulo final de la primera parte de ese texto dedicado precisamente a la “Dialéctica de la facultad de juzgar estética”.²² Mucho menos es compatible con la idea de catarsis de un Aristóteles o con las funciones atribuidas al arte por un Schiller, un Hegel o un Marx. De una visión estetizada del mundo también pueden extraerse fuerzas para su transformación.

La simulación y el distanciamiento, inherentes a la actitud estética del “como si”, no necesariamente acarrearán pasividad, indiferencia o engaño. Como afirma Lapoujade, “(e)l hombre es capaz de una ‘duplicidad natural’ a la que no pertenece ninguna intención de engaño u ocultación, que es más bien expresión de

²² Luego de haber defendido la pureza del juicio de gusto en los capítulos previos, en éste Kant pone en conexión lo estético con lo moral: “lo bello es el símbolo del bien ético”, “(el) gusto hace posible [...] el paso del atractivo sensorial al interés moral habitual sin un salto demasiado violento”. (Emmanuel Kant, *Crítica de la facultad de juzgar*, Monte Ávila Editores, Caracas, 1991, pp. 259, 260).

la capacidad humana de re-crear”;²³ “(s)i el hombre se sitúa *ante* el mundo, con distancia, perspectiva, y *ante sí* mismo, esas grietas son precisamente las que permiten que ejerza su capacidad de sustitución, de simulación, de hacer *como si...*, (e)s decir, de manifestar su libertad y su ser transgresor...”²⁴ La actitud estética, en este caso, ya no sería fuente de un nihilismo conservador, sino, sobre todo en el mundo estetizado de hoy, condición para su aprehensión crítica, utópica, armada de la convicción en la posibilidad de un futuro mejor.

Pero ya esto no depende sólo del objeto depositario de la mirada estética, sea arte o no, ni siquiera depende de manera lineal y univalente de la intencionalidad encarnada en él por el artista creador de la obra o por el hacedor real de determinados acontecimientos sociales convertidos en espectáculo. Depende en mucho del modo en que se nos presenta, de la manera en que es interpretado por el crítico, el filósofo, el esteta, el comentarista, el político, en su condición de intermediario entre el objeto-espectáculo y el sujeto-espectador, y promotores, ellos mismos, de una visión estética pasiva y sólo contemplativa o activa, reflexiva y hasta rebelde.

Danto, por ejemplo, promueve fundamentalmente la primera al concentrar su análisis en la significación filosófica del *pop art* y decimos muy poco de la sociedad consumista que éste refleja, como si lo uno y lo otro tuvieran escasa relación, como si la conversión en obras de arte de objetos rutinarios de la sociedad consumista norteamericana respondiera casi exclusivamente a una mega-lógica de la evolución histórica del arte que, de esta manera, se desarrolla al margen de la propia sociedad que lo engendra y lo consume. En la visión de Danto la historia del arte tiene que ver –y mucho– con la historia de la filosofía, mas no con la historia real de la sociedad. En un espíritu muy hegeliano, el teórico norteamericano nos presenta al arte como una especie de eco de la filosofía, hasta llegar a la época actual en la que se convierte él mismo en filosofía y enton-

²³ María Noel Lapoujade, *ob. cit.*, p. 203.

²⁴ *Ibidem*, p. 231.

ces prescinde de un discurso filosófico legitimador externo a él.²⁵ La Caja de Brillo de Andy Warhol, principal inspiradora de todo este análisis de Danto, es en la percepción de este último, un experimento filosófico que, al convertir un objeto cotidiano en arte, demuestra que ya no puede haber una delimitación filosófica de lo artístico y que, por tanto, cualquier cosa puede ser arte.

No ha de extrañar entonces que Danto no voltee la mirada hacia el consumismo como fenómeno social retratado en el *por art* ni repare en las posibles consecuencias axiológicas de su propuesta sobre el fin del arte, basada en la idea de que ahora lo artístico ya no tiene frontera alguna.

Digamos sólo unas palabras al respecto. Si admitimos con Danto que cualquier cosa puede ser arte, entonces también podría serlo todo aquello que directamente implique una finalidad inhumana, con lo cual se estarían legitimando acciones francamente antivaliosas por la carga axiológicamente positiva que semánticamente entraña la palabra “arte”. Entonces, ¿realmente todo puede ser arte? Al margen de muchas otras consideraciones que permitirían, aun en la propia lógica de Danto, problematizar esta sentencia,²⁶ el sólo hecho de pensar en la posibilidad de que un evidente crimen pueda pasar por arte debe constituirse en argumento disuasivo de tal opinión. No parece haber más alternativa que reconocer los límites axiológicos a la expansión ilimitada del concepto de arte. No podría reconocerse como artístico el horror, la tortura, la muerte (aclaremos que no estamos hablando de la re-creación artística del hecho, sino del hecho mismo). Pero tampoco debería utilizarse el concepto de arte para calificar el uso de estos motivos ya no como denuncia, sino como fuente de una imaginaria estética enajenante e indiferente “ante el dolor de los demás” (Susan Sontag),²⁷ a lo

²⁵ Al despliegue de esta idea dedicó Danto su libro *The Philosophical Disenfranchisement of Art (El desposeccionamiento filosófico del arte)*. Ver: Arthur C. Danto, *The Philosophical Disenfranchisement of Art*.

²⁶ Acerca del particular hemos escrito otro trabajo titulado “Sobre el decretado fin del arte de Danto”, de próxima aparición.

²⁷ Sobre el contraste axiológico que esto presupondría la destacada intelectual norteamericana escribió un libro aleccionador. Ver: Susan Sontag, *Ante el dolor de los demás*.

que contribuiría no sólo y tal vez no tanto el propio artista mediante la realización de su obra, sino, sobre todo, aquellos encargados de adscribirle un significado, otorgarle un funcionamiento en la sociedad y promover, usando para ello muchas veces su lugar privilegiado como teórico o crítico, una actitud desvinculante de todo comprometimiento social con el acontecer humano al que el arte se aproxima. Es importante aquí reiterarlo: la responsabilidad por el lugar que una determinada obra ocupa en el imaginario social está lejos de limitarse a su autor y a la obra misma.

El caso del movimiento artístico que hizo eclosión en Estados Unidos en la década del sesenta es elocuente en este sentido. No hay duda de que el surgimiento del arte pop representó la consumación artística de la sociedad de consumo. Una vez más el arte le dio la cara a la vida, se puso de frente a una realidad ya obvia por cotidiana, pero no suficientemente pensada, con un peso indiscutible en la psicología social del norteamericano medio, pero todavía en ese momento no elevada al rango de tema de reflexión nacional. Danto, con mayor o menor conciencia de la trascendencia social del hecho, desvió la atención hacia sus supuestas consecuencias filosóficas e intra-artísticas. Por su parte, Clement Greenberg y sus seguidores, anclados todavía en el paradigma estético sobre la belleza formal del arte, criticaron despiadadamente al *pop art* usando para ello el calificativo de *kitsch*, término que el propio Greenberg había traído del alemán y que utilizaba para identificar los productos de la cultura de masas que a su juicio no llenaban las exigencias del buen gusto.²⁸ Tampoco ellos, por supuesto, prestaron atención al significado socio-axiológico del acontecimiento. Los propios artistas carecían de una actitud homogénea hacia el consumismo como nutriente social de sus obras. Una figura como Andy Warhol no ocultaba su simpatía desmedida hacia él, al tiempo que se interpretaba a sí mismo como un espectador distante y pasivo de la realidad. “Soy una persona –decía– especialmente pasiva. Acepto las cosas tal como son. Tan solo miro, observo el

²⁸ Ver: Klaus Honnef, *Pop Art*, pp. 13-15.

mundo”.²⁹ Esta actitud contrasta con la de algunos otros representantes del *pop art* como Red Grooms, George Segal o el inglés Richard Hamilton, en cuyas obras destella una relación crítica ante el mismo fenómeno social.³⁰

La sociedad de consumo ha generado, no hay dudas, una nueva mirada de la realidad, la mirada que se corresponde con la psicología consumista que el pop art ha sabido atrapar y expresar. La significación social, el valor del arte pop, radica principalmente en eso, en develar una realidad social que desde el punto de vista objetivo y subjetivo es incuestionable. Como cualquier otro arte, el arte pop es también una forma de autoconciencia social, en este caso, es una forma en que la sociedad de consumo se expresa artísticamente a sí misma. Esto lo hace totalmente legítimo como manifestación artística. Pero ello no significa que se legitime artísticamente la sociedad que el arte pop expresa. Independientemente de los móviles que guíen a los artistas pop –críticos o conciliadores–, la sociedad de consumo es en sí misma ilegítimable porque es cada vez más insostenible como modelo del futuro humano. El arte no puede justificar lo que la vida misma no aprueba.

Una teoría estética, erigida hoy con criterio crítico, tiene que ser capaz de develar los cambios de mirada actuales, las variaciones de los imaginarios, las transformaciones de sensibilidad a que ha dado lugar la sociedad de consumo. Constatarlo y explicarlo es una de sus funciones fundamentales. Debe incluso, una teoría tal, realizar un balanceado análisis axiológico de lo que eso significa. Hay cambios de sensibilidad que han llegado para quedarse, no sólo porque parece difícil que puedan desaparecer en los marcos de cualquier sociedad futura, sino también porque no es deseable que ello ocurra. Son los cambios que apuntan a un real crecimiento de la imaginación, asociados al reconocimiento del valor de lo cotidiano, de lo popular, de lo diferente, de lo plural. Pero, unido a ello, una teoría estética inspirada en lo mejor del pensamien-

²⁹ Tomado de: Klaus Honneth, *Andy Warhol*, p. 93.

³⁰ Ver: Klaus Honneth, *Pop Art...*, pp. 36-41, 76-79.

to debe mantener una diáfana actitud crítica hacia los elementos reprochables de la actual sensibilidad consumista y posmoderna, no porque no se avengan a ciertos principios éticos abstractos e inamovibles, sino porque una sensibilidad así sería incompatible con la salvaguarda misma de la especie. La indiferencia, el nihilismo, el relativismo axiológico, incluida la presunta indefinibilidad del valor estético y artístico, de lo que es valioso o de lo que es arte, siendo elementos reales del imaginario que acompaña a la sociedad consumista actual, necesitan ser revocados teóricamente como paso necesario (si bien por sí mismo insuficiente) para poder removerlos de la realidad misma.

La evolución “natural” de la sociedad de consumo conduce a un holocausto humano. Evitarlo sólo es posible anteponiendo un freno que también tiene que ser humano, social, a ese “curso natural”. Pero ello no sería factible si no se considera posible y deseable. De continuar prevaleciendo una sensibilidad indiferente, nihilista, relativista, el rumbo actual se haría irreversible, indetenible. La praxis transformadora a la que estamos hoy más abocados que nunca requiere del uso de toda la capacidad transgresora y emancipadora de la imaginación.

Una estética de inspiración crítica, no puede quedarse al margen de esa necesidad perentoria. No se puede legitimar estéticamente lo que es insostenible desde el punto de vista ecológico, moral, social, humano. Al proceso real de estetización de la vida tiene que corresponderle una teoría estética interesada en la vida misma y no sólo en los tradicionales asuntos de la estética clásica. A la estética que necesitamos le es aplicable aquella vieja sentencia, hoy más valedera que nunca: “nada humano le es ajeno”.

Bibliografía citada

- Danto, Arthur C., *Después del fin del arte. El arte contemporáneo y el fin de la historia*, Paidós, Barcelona-Buenos Aires-México, 1999.
- _____, “El final del arte”, *El Paseante*, 1995, núm. 22-23, reproducido en http://www.mateucabot.net/danto_fin_arte.pdf (último acceso 22 de octubre de 2008).
- _____, *La transfiguración del lugar común*, Paidós, Barcelona, 2002. (Publicado originalmente como: *The Transfigura-*

tion of the Commonplace, Cambridge, Harvard University Press, 1981).

_____, *Más allá de la Caja de Brillo. Las artes visuales desde la perspectiva posthistórica*, Ediciones Akal, Madrid, 2003.

Debord, Guy, *La sociedad del espectáculo*, Pre-textos, Valencia, 1999.

Honnet, Klaus, *Pop Art*, Taschen, Barcelona, 2006.

Kant, Emmanuel, *Crítica de la facultad de juzgar*, Monte Ávila, Caracas, 1991.

Lapoujade, María Noel, *Filosofía de la imaginación*, Siglo XXI, México, 1988.

Maturana, Humberto, Varela, Francisco, *De máquinas y seres vivos*.

Autopoiesis: la organización de lo vivo, Lumen, Buenos Aires, 2003.

Sontag, Susan, *Ante el dolor de los demás*, Alfaguara, México, 2004.

Vattimo, Gianni, *En el fin de la modernidad*, Gedisa, Barcelona, 2000.

CULTURA Y DIVERSIDAD: LAS TRAMPAS DEL IMAGINARIO ESTÉTICO OCCIDENTAL

*Gilberto Valdés Gutiérrez*¹

No hay otros mundos, todos los otros mundos están en este.

Paul Eluard

Hegel: ascensión y límites del Arte

Hegel consideraba en su tiempo que el Arte ya no era capaz de estructurar un orden autónomo de conocimiento humano, como había sucedido en épocas precedentes. El decurso del espíritu en el Arte tenía como “tarea” la conciliación de lo absoluto en lo sensible y lo aparente. “El arte cumple su vocación de llevar a la intuición lo verdadero captando y expresando lo absoluto como espíritu, esto es, como sujeto que en sí mismo tiene su apropiada aparición externa y desde la cual se recoge re-presentándose bajo una forma que transparenta su esencia. Lo que aparece en las llamadas por Hegel artes románticas –esto es, la pintura, la música y la poesía– es la subjetividad como espíritu que existe para sí mismo y que, contraponiéndose a la naturaleza como lo externo en general, se asume como lo sustantivo del mundo humano y, por tanto, como libertad.”²

Para Hegel la Estética tiene por objeto el vasto imperio de lo bello en el arte, como aparición sensible de la Idea. La belleza no es ya la mera imitación de lo natural, leitmotiv estético que va de Aristóteles a Kant. Lo bello artístico supera lo bello natural, en tanto es representación sensible de la idea. Pero llega el momento en que el saber que se inicia por el Arte requiere la determinación del concepto; en otros términos, es necesariamente continuado y superado por el saber filosófico.

¹ *Coordinador Grupo GALFISA, Instituto de Filosofía de La Habana.*

² Crescenciano Grave, “El conflicto trágico en la *estética* de Hegel”, p. 58.

Sólo desde este sitio –apunta Esteban Gerardo– Hegel habla de la muerte del arte, de su condición pasada. Y de la necesidad, en el mundo moderno, de pensar sobre el sentido del arte ya superado en su época de esplendor como belleza sensible. De ahí que, en las costas de la modernidad, se deban construir los barcos de una filosofía del arte. El arte como creación de la bella forma ya aconteció. Y ahora sólo queda una reflexión filosófica sobre la historia y el significado del arte que ya se ha cristalizado como forma más alta de la expresión de la verdad.³

El camino ascensional va de la intuición del Arte a la representación imaginativa o simbólica de lo absoluto en la religión, más solo con la filosofía el Espíritu alcanza el Saber Absoluto y la Autoconciencia. De ahí la muerte o transfiguración del Arte que tantas controversias, versiones explicativas y posicionamientos epistemológicos ha generado a partir de las deducciones de Arthur Danto y la filosofía analítica en el arte.

¿Cómo superar la escisión? El desafío político de la estética del XX

Luego de su portentosa construcción dialéctica especulativa, Hegel deja a sus continuadores el trágico dilema de hallar una explicación a la quiebra que desde entonces asalta de manera dramática a los artistas, estetas y filósofos del arte: ¿Qué hacer para reconciliar en el Arte la separación entre la vida mundana, concreta, sensible, empírica y la aspiración a lo absoluto, a las esencias, los valores, lo absoluto de esa vida?

El desgarramiento, la escisión entre la vida individual y la genérica ocupará una preocupación epistemológica central en el joven Marx, base de su teoría de la enajenación. Múltiples intentos de restablecer nexos entre ambas y de exigir al Arte esa conciliación perdida –desde que Baudelaire desalojó el panteón de dioses, héroes y heroínas de la poesía moderna para que brotaran sus *flores del mal*, y desde que Marx revelara el secreto de la sagrada familia

³ Esteban Gerardo, “Arte y filosofía en Hegel”, p. 13.

en las propias contradicciones de la familia terrenal consigo misma-, proliferan entre los teóricos del arte durante el siglo XX. Resulta interesante lo que Marc Jiménez llama, metodológicamente, *el giro político de la estética* en el siglo XX protagonizado por figuras con visiones tan diferentes y a la vez asociadas por una preocupación común sobre el destino de la civilización y la cultura occidental como Gyorgy Lukács, Martin Heidegger, Walter Benjamin, Hebert Marcuse, Theodor W. Adorno y otros autores provenientes de la fenomenología y el existencialismo.

En su *¿Qué es la estética?*, Jiménez señala:

El entusiasmo y el optimismo en los que se bañaba la burguesía antes de la catástrofe han cedido el lugar a la inquietud por el presente y la angustia por el porvenir... Ese diagnóstico amargo y desencantado sobre el estado del mundo acarrea por lo menos dos consecuencias. Por una parte, incita a algunos pensadores a adherirse a teorías que devuelven la esperanza al individuo llevado a la perdición y prometen un destino mejor para la colectividad: Heidegger ve en la “grandeza” interior del movimiento nacional socialista una posibilidad de salvación para el pueblo alemán, mientras que, para Lukács, sólo la filosofía marxista de la historia determina un destino posible para la humanidad; Ernst Bloch confía en que el comunismo pueda permitir la concreción de las esperanzas utópicas contenidas en el arte; en cuanto a Benjamin, Marcuse y Adorno, influidos por el concepto marxista de la historia, pero violentamente hostiles al marxismo dogmático, al igual que a sus realizaciones históricas y políticas, esperan, sin creer en ello demasiado, una conmoción de las estructuras de la sociedad capitalista capaz de poner término a la alienación de las formas de vida contemporáneas.⁴

La idealización neorromántica del pasado heroico y las tradiciones nacionales y el *habitar poético* en el mundo como alternativa a la decadencia de los valores de la cultura moderna en Heideg-

⁴ Marc Jiménez, *¿Qué es la estética?*, pp. 231-232.

ger, la búsqueda de un nuevo proyecto creativo que permita reconciliar la totalidad perdida y la coherencia formal en el mundo moderno (la nueva novela realista) de Lukács, la inquietud por la pérdida del *aura* y la *atrofia de la experiencia* por el imperio creciente de la reproductibilidad técnica y las imágenes mediáticas que denuncia pioneramente Benjamin, la crítica radical a la sociedad unidimensional y su capacidad para absolver y mediatizar la protesta del arte, haciéndolo funcional a la dominación, de Marcuse, la estética “negativa” de Adorno y sus estudios críticos sobre las consecuencias de la homogenización de la industria cultural, son algunas de las salidas que ofrece el llamado giro político de la estética al que hacemos referencia.⁵

El historicismo de inspiración idealista o marxista que subyace en el fondo de estas concepciones, pese a sus indudables aportes, no logró subvertir aquella visión lineal y homegeneizante de la historia de la que el propio Marx tempranamente se desentendió, al negarse a formular una “anticipación dogmática” del mundo, ya que para él “la construcción del futuro y la invención de una fórmula permanentemente actual no es obligación nuestra”.⁶

Hoy ese proyecto utópico de la reconciliación de lo absoluto y lo contingente por el arte ha desaparecido. “No existe este mundo y *el otro*. El artista no puede seguir reivindicando habitar una esfera autónoma, un dominio separado. Ni siquiera para argumentar la operación “superadora” de su estatuto escindido.”⁷ O para decirlo con las palabras de Paul Eluard que presiden este artículo: *No hay otros mundos, todos los otros mundos están en este*.

Hacia un nuevo modo de pensar las relaciones estéticas

El mito moderno de la autonomía del arte (cuya matriz se expresa de igual manera en los más aparentemente iconoclastas experimentos [anti] artísticos), ha ocultado una de las trampas más extendidas del pensamiento estético occidental: la identificación

⁵ Cf. Marc Jiménez, *ob. cit.*

⁶ Carlos Marx, *Los anales franco-alemanes*, p. 67.

⁷ José Luís Brea, *El tercer umbral. Estatuto de las prácticas artísticas en la era del capitalismo cultural*, p. 122.

de lo estético y lo artístico, la que se ha asumido como certeza apodíctica en las más diversas escuelas de pensamiento. A los efectos de nuestra propuesta, concordamos con el punto de partida de la reflexión de Mayra Sánchez Medina:

Cabría preguntarse si el camino del arte europeo hacia la cúspide elitista no fue más que eso, un camino históricamente determinado que imprimió una naturaleza también elitista a la Estética y su universo. La propia designación de pre autonomía para el arte desarrollado en los períodos premodernos y en los territorios periféricos a Europa, no puede ocultar su carga discriminatoria y excluyente. De hecho, nos habituamos a consumir sus legados a escala formal, ajenos a su connotación originaria, distanciando forma y función según el modelo kantiano de análisis y contemplación, tal cual si fuera este el único modo posible de hacerlo.⁸

La conclusión de la autora es, a nuestro juicio, novedosa y significativa:

Si por estético se entiende la apreciación de una obra de arte o, dicho de otro modo, si este solo puede existir a partir de una relación social reconocida como artística, cabría perfectamente atribuir al arte el origen de lo estético. Pero, si fuera posible pensar lo estético como un intercambio intersubjetivo de efectos sensibles, si se le enfocara como un hecho comunicativo, propio de las interacciones humanas en todos los tiempos y épocas, entonces, podríamos sumergirnos hasta la más remota antigüedad, justamente al proceso de formación del hombre social, en que el lenguaje le había distinguido del resto de los seres vivos. En este sentido, tal disposición sensible, generadora de la dimensión estética, se instala en la base de la posibilidad del arte, y no al contrario.⁹

⁸ Mayra Sánchez Medina, "Lo estético y lo artístico. Un acercamiento a la caracterización de las relaciones estéticas", *Estética. Enfoque Actuales*, Editorial Félix Varela, 2005, p. 123.

⁹ *Ibidem*, p. 124.

Esta inversión permite, en primer lugar, legitimar teóricamente el estatuto filosófico de la estética, al superar la reducción tradicional de su objeto a la belleza, superar el paradigma artístico de lo estético (esto es: pensar las relaciones estéticas más allá del arte, aunque comprendiéndolo) y distinguiendo el saber estético del de la filosofía y la historia del arte. En otras palabras, precisado el ámbito de la indagación estética en el sentido antes apuntado por Sánchez Medina, no reducido a la significación de las relaciones artísticas, queda legitimado el lugar insustituible de la teoría, la historia y la crítica del arte y sus múltiples estrategias y procedimientos específicos de investigación. Ello no implica, por supuesto, desterrar al arte de los dominios reflexivos de la estética.

Desde esa ampliación de la noción de lo estético en tanto canal comunicativo, del que el arte es solo una referencia, mas no la única ni la primaria, se produce también un vuelco en la llamada educación estética, ya que desde “la visión tradicional, lamentablemente dominante, se presenta la personalidad estética sólo como aspiración; en sentido modélico, como excepcionalidad, como producto aséptico, idealizado. Se han confundido las proyecciones del ideal estético –afirma la autora–, de los paradigmas socialmente aceptados, con la disposición natural de los seres humanos a comunicarnos desde la sensibilidad y de ser portadores, cada uno de nosotros, de nuestra propia personalidad estética. Entonces, la personalidad estética no es sólo la meta a lograr: es punto de partida, objeto y fin del trabajo estético educativo”.¹⁰

En esa visión educativa amplia, social-humana, no pueden desecharse las “manifestaciones asociadas a lo marginal, lo vulgar, lo cotidiano, que por otra parte, tienen que ver con el individuo real, el conjunto de sus relaciones esenciales, sus gustos y preferencias, sus aspiraciones y necesidades materiales y espirituales”.¹¹ Aparece así la posibilidad de una educación de la sensibilidad que no

¹⁰ Mayra Sánchez Medina, “Los impactos invisibles. La teoría de la Educación estética hoy”, p. 168.

¹¹ *Ibidem*, p. 168.

contrapone cotidianidad a trascendencia, que no impone un ideal inalcanzable al sujeto, sino que lo prepara de manera participativa para co-construir sus propios canales estéticos, su propia subjetividad, hacerse responsable de su proyección en consonancia con la comunidad y la época.

Por otra parte, tal concepción favorece el entendimiento de un fenómeno tan controvertido como la estetización de la vida, signo de la cultura y la sociedad contemporánea, sin reducirla al embellecimiento u otros aspectos superficiales o externos. A su criterio, “la palabra de orden en la estetización puede ser *visibilidad*, entendida en su sentido lato como la actividad fundamental en que se ha centrado ‘el mundo como imagen’, o en un sentido metafórico, que abarca la emersión al escenario público a partir de la masmediatización tecnológica, de modos sub-culturales antes ‘ocultos’. Una visibilidad plural que se abre hacia la diferencia multicultural, pero que para nada quiere decir que se ha democratizado realmente la escena cultural del mundo.”¹²

Esta perspectiva supone un cambio sustantivo de mirada que contradice la cultura estética y artística que tenemos introyectada. Hay múltiples aristas para debatir. Una de ellas es la aparente regresión al punto de vista estético de Kant en detrimento de sus continuadores dentro de la filosofía clásica alemana, es especial Hegel. Mas no se trata, a mi juicio, de un retorno al kantismo, sino de una interpretación de raigambre materialista marxista que parte de hacer visible la universalidad y pluralidad de la praxis cotidiana, que desmistifica las bases conceptuales e ideológicas de la autonomía del arte occidental y restituye las llamadas epistemologías de la contextualidad en el análisis estético. Adoptando el enfoque comunicacional, Sánchez Medina, reconoce su deuda con la estética de lo cotidiano de una autora como la mexicana Katia Mandoki,¹³ cuya “visión del intercambio estético intersubjetivo devela un acontecer ignorado y subestimado por la teoría estética,

¹² Mayra Sánchez Medina: *La estetización del mundo actual y sus implicaciones estético filosóficas*, p. 176.

¹³ Nos referimos específicamente al texto Prosaica. Introducción a la Estética de lo cotidiano.

una de las vías de interacción más potentes y, sorprendentemente, más ignoradas por el propio hombre".¹⁴

¿Existe o no el peligro de que la diversidad de epistemes estéticos, devenga sucedáneo a la carencia de criterios universalizadores de "detección" del arte? ¿Cómo evitar el relativismo radical que borra las fronteras entre arte y vida cotidiana? De asumir hoy criterios universalizadores sobre el arte, ¿cuáles serían los límites y las posibilidades heurísticas de esa teorización?, cómo impedir la repetición de aquel *infinito malo* que mencionaba Hegel, hipóstasis de una visión particular ontologizada como valor absoluto. Cómo enfocar el ya mencionado problema del "fin del arte" desde el pluralismo estético-cultural. En este tema, José Ramón Fabelo Corzo se pregunta: "¿Por qué no pensar en una ampliación del concepto de arte y no en su final? ¿Por qué no intentar flexibilizar el relato o reconocer que de hecho se necesita uno nuevo, distinto, abierto, plural, acorde a lo que el propio Danto legítimamente exige, en lugar de clausurar todo intento de aprehensión teórica de lo que el arte es? En resumen, ¿no resultaría más plausible ampliar el concepto y no clausurar el arte?"¹⁵

"Ciertamente –arguye este autor–, la propia praxis artística nos obliga hoy a admitir la inoperancia de un único relato excluyente. Pero ¿es lo mismo el pluralismo, si se quiere radical –como Danto lo califica–, que el relativismo del "todo vale"? ¿Por qué se asume como la alternativa a la unilateralidad la totalidad indiferenciada y no una multilateralidad, todo lo amplia que se quiera, pero al mismo tiempo necesariamente finita, como lo exige el uso de un concepto –el arte– que sigue siendo necesario desde el punto de vista de la praxis social?"¹⁶

Coincidimos con la reflexión de Fabelo Corzo cuando insiste en que, "en lugar de afirmar el fin del arte, ¿no sería mejor atender a los cambios en el contenido de este concepto, a las variaciones de su intensión y de su extensión, a lo que hoy denota

¹⁴ Mayra Sánchez Medina, "La estetización difusa o la difusa estetización del mundo actual", pp. 244-245.

¹⁵ José Ramón Fabelo Corzo, *Sobre el decretado 'fin del arte' de Danto*, p. 3.

¹⁶ *Ibidem*, p. 5.

y connota?”¹⁷ También con autores como Rubén de Ventós¹⁸ que, ante los procesos de desdefiniciones de lo artístico y la ampliación de sus fronteras, siguen apostando por una especie de *trascendencia* (sin la connotación áurea del término) de objetos, fenómenos, procesos, actitudes, acciones, gestos y movimientos que, en determinados contextos intencionados, trascienden la convencionalidad cotidiana y devienen *arte*, siempre que varíen las condiciones de existencia funcional o habitual de los mismos. Lo que seguirá exigiendo, aunque se modifiquen y amplíen las coordenadas del análisis, un esfuerzo cognitivo especial para tales expresiones.

Una visión original sobre este tema nos la ofrece Gerardo de la Fuente Lora, al recordar que aún en esta época presuntamente postartística y postestética, “tenemos la posibilidad de optar por la estética y el arte, hemos alcanzado la potencialidad de elegirlos, contamos con la suerte infinita de no tenerlos ya como una constante humana o un imperativo moderno; podemos tomarlos también sin escatología, sin esperas trascendentes de salvación. Menos y más que eso, podemos agruparnos como los amantes de la belleza sensible y sus aporías, y dedicarnos a leer así todas las producciones que nos encontremos, poco importa que a tales productos nuestros afanes esteticistas no les importen. Y nos es dado hacer, por qué no, una política de las imágenes cuya finalidad sea la comunidad y el erotismo. Como en los tiempos del arte.”¹⁹

Nuevos contextos a partir de los años 70-80 harán que aquellas preocupaciones del *giro político* de las primeras décadas del XX cedan ante lo que Marc Jiménez llama *el giro cultural de la estética*. La reacción cultural tuvo como rasgo común el abandono de la visión mesiánica del Arte (con mayúscula), aun la de aquellos representantes más iconoclastas de las vanguardias de entre guerra. No es que el arte haya perdido ninguna de las funciones simbólicas, heurísticas, formales, comunicativas que le han sido conferidas a lo largo de su historia: sino que en esta reacción cultural,

¹⁷ *Ibidem*, p. 7.

¹⁸ Cf. Natividad Norma Medero Hernández: “Actualidad en el arte. Análisis epistemológico”, Fondo Instituto de Filosofía, La Habana.

¹⁹ Gerardo de la Fuente Lora: *La Estética en una época postartística*, p. 5.

ha dejado de estar *sobreexigido* en términos políticos. No promete ya el mejor ni el peor de los mundos. No es *la* tabla de salvación universal ante un mundo descolorido, enajenado y enajenante. Ya no es posible que se erija en patrón omnicompreensivo, por demás elitista, de la salvación o la condena de la especie. Pero sigue estando ahí, en los peldaños de la experiencia social sensible y la imaginación humanas, apegado a ellas y trascendiéndolas.

La dislocación espacial y temporal del arte actual, destacada por Paul Virilio,²⁰ la porosidad de la frontera entre objetos, gestos, modos y actitudes que se mueven entre el mundo empírico cotidiano y el mundo del arte, ha potenciado la creencia acerca de la época postartística y postestética. “No existen obras de arte –nos dice José Luis Brea en *El tercer umbral*–. Existen un trabajo y unas prácticas que podemos denominar artísticas. Tienen que ver con la producción significante, afectiva y cultural, y juegan papeles específicos en relación a los *sujetos de experiencia*. Pero no tienen que ver con la producción de objetos particulares, sino únicamente con la impulsión pública de ciertos efectos circulatorios: efectos de significado, efectos simbólicos, efectos intensivos, afectivos.”²¹

“Cuando el consumo alcanza significado “simbólico” –analiza Alicia Pino– y traspasa la necesidad de satisfacer alguna aspiración humana legítima, una vida con equidad y se convierte sólo en ansiedad de consumo, como tendencia (consumismo) estamos ante una nueva circunstancia, *la cultura del consumo* que debe ser entendida como conjunto de *imaginarios, signos y símbolos, mitos que están determinados por las condiciones que la sociedad del mercado provee a través de sus diversos mecanismos de publicidad y promoción.*”²² Para José

²⁰ “Hemos pasado de la dislocación espacial –en el arte abstracto y el cubismo– hasta la dislocación temporal que ahora está en curso. Esto representa la virtualización en su misma esencia: la virtualización de las acciones «mientras suceden» y no simplemente de lo que ya fue, recordando la idea de Barthes. No es la virtualización de la fotografía, de la reproducción o del cine; no se produce ya en tiempo diferido, sino en tiempo real”. Catherine David & Paul Virilio: *Alles Fertig: Se acabó* (una conversación), meca, p. 1.

²¹ José Luis Brea, *ob. cit.*, p. 120.

²² Alicia Pino Rodríguez: “*La cultura del consumo: problemas actuales*”, p. 218.

Luis Brea, en el llamado tercer umbral del “capitalismo cultural” la producción y reproducción de simbolicidad es el nuevo gran motor generador de riqueza. La *megaindustria contemporánea de subjetividad* y sus redes de distribución transnacional, han producido modos de sujeción nunca antes vistos:

Pero las nuevas economías propias de las sociedades red no solo afectan a los modos de producción y consumo de los *objetos* que las prácticas culturales generan y distribuyen (digamos: de los *objetos inmateriales*) en su seno, sino también, y quizás de manera aún más decisiva, a los propios *sujetos*, a los modos en que en ellas se producen los efectos de subjetividad, de *sujeción*. En medio de la crisis profunda de las Grandes Máquinas tradicionales productoras de identidad, el conjunto de los dispositivos inductores de socialización –familia, religión, etnia, escuela, patria, tradiciones...–, tienden cada vez más a perder su papel en las sociedades occidentales avanzadas, declinando en su función. Sin dudas el espectacular aumento en la movilidad social –geográfica, física; pero también afectiva, cultural, de género e identidad, tanto como de estatus económico y profesional– determina esa decadencia progresiva de máquinas en última instancia territoriales. Pero lo que sobre todo decide su actual debacle es la absorción generalizada de esa función instituyente por parte de las industrias contemporáneas del imaginario colectivo (a la sazón cargadas con unos potenciales de condicionamiento de los modos de vida poco menos que absolutos). Una industria expandida –más bien una “constelación de industrias”–, en las que se funden las de la comunicación, el espectáculo, el ocio y el entretenimiento cultural, y en términos aún más generales, la totalidad de las industrias de la experiencia y la representación de la propia vida, que toma a su cargo la función contemporánea de producir al sujeto en los modos en que éste se reconoce como un *sí mismo* en medio de sus semejantes, administrando en esa relación sus efectos de diferencia e identidad.²³

²³ José Luís Brea, *ob. cit.*, p. 89.

El impacto global de esas megaindustrias ha hecho de la enajenación mediático cultural la norma de la vida contemporánea, generando tensiones insolubles: Alta concentración de los medios como forma de dominio del capital sobre la sociedad, su conversión en espacios de toma de decisiones políticas y de contrainsurgencia frente las alternativas y las resistencias populares que pongan en peligro su hegemonía, su papel como puerta “estetizada” del mercado capitalista, antesala visual de la plusvalía, paralización del pensamiento crítico a través de la velocidad de la imagen fragmentada y del simulacro virtual, hiperrealista de las televisoras.

Una cadena de eufemismos posmodernos se ha esforzado por diluir y *estetizar* la dureza creciente de las desigualdades. El campo económico y social del capital completa su fortaleza con su conversión en capital simbólico. Mientras enfrentábamos su poder visible con las armas de la crítica reflexivo-racional, sus tentáculos estetizados contactaban con los subvalorados rincones del inconsciente social e individual de sus víctimas, logrando incorporarlas, en no pocas ocasiones, al consenso de sus victimarios. Ello se hace patente especialmente en el lenguaje cotidiano que, a juicio de Jean Robert, se transforma hoy en subsistemas del sistema capitalista. Los hábitos lingüísticos del sistema-mundo internalizan la lógica del capital. La actual jerga económica, política, profesional, carcelaria nos hace *hablar capitalismo*. Para el investigador suizo-mexicano, se hace necesario confeccionar un Glosario del lenguaje capitalista para descapitalizar nuestras mentes y sentimientos.²⁴

Las trampas del universalismo abstracto

Partiendo de la metáfora del Dostoievsky de *Memorias del subsuelo* sobre el capitalismo europeo como *palacio de cristal*, Peter Sloterdijk despliega su tesis sobre el mundo posthistórico de la globalización, en el que *el confort no va a tener fin*. “Si hubiera que ampliar las investigaciones de Benjamin al siglo XX y principios del XXI

²⁴ Cf. Jean Robert, Ponencia presentada en el Coloquio Internacional Planeta Tierra: Movimientos Antisistémicos, convocado por el EZLN, San Cristóbal de las Casas, México 13-17 diciembre, 2007, p. 4, (meca).

–nos dice el pensador alemán–, sería necesario –aparte de algunas correcciones en el método– tomar como punto de partida los modelos arquitectónicos del presente: centros comerciales, recintos feriales, estadios, espacios lúdicos cubiertos, estaciones orbitales y *gated communities*; los nuevos trabajos tendrían títulos como *Los palacios de cristal*, *Los invernaderos*, y, si los lleváramos a sus últimas consecuencias, quizá también *Las estaciones orbitales*.²⁵

No hay otro horizonte que el capitalismo integral, “en el que se produce nada menos que la total absorción del mundo exterior en un interior planificado en su integridad”,²⁶ una vez que queda fijado en el espacio infinito el Principio Mercantil y el consumismo generalizado. Para Sloterdijk las protestas que intentaron la rehistorización de la modernidad (sean nacionalismos, socialismos u otras variantes utópicas), no logran al final escapar a la fuerza atractiva del *palacio de cristal*, destinado a “transportar todo el contexto vital de los seres humanos que se hallan en su radio de acción a la inmanencia del poder de compra”²⁷. Esta aceptación cínica del universo posthistórico como presente-fin inevitable de toda alternativa de subversión, pasa por alto las posibilidades desenajadoras de enfrentar la monocultura eurooccidental desde nuevos imaginarios emancipatorios sustentados no en la civilización mercantilista eurooccidental y su *universal generalizante* de saber, deseo, poder y discurso. Se trata de alzar la globo-protesta frente a las representaciones cartográficas occidentales del mundo: “Geografía robada, economía saqueada, historia falsificada, usurpación cotidiana de la realidad –nos recuerda Eduardo Galeano–: el llamado Tercer Mundo, habitado por gentes de tercera, abarca menos, come menos, recuerda menos, vive menos, dice menos”.²⁸

Se abre paso una epistemología del Sur que, en la visión de Boaventura de Sousa Santos, nos propone una serie de manifiestos

²⁵ Peter Sloterdijk: *El palacio de cristal*, Fondo Instituto de Filosofía, La Habana, meca, p. 13.

²⁶ *Ibidem*, p. 14.

²⁷ *Ídem*.

²⁸ Eduardo Galeano: *Nosotros decimos no. Crónicas (1963-1988)*, Siglo XXI, Madrid, 1989, p. 362.

desenajadores: frente a la monocultura del saber científico, la *ecología de los distintos saberes* solidarios y en diálogo y controversia; frente a la lógica lineal del tiempo, la *ecología de las temporalidades*, como formas plurales coexistentes, no jerárquicas de vivir la contemporaneidad; frente a la monocultura de la clasificación social excluyente, la *ecología de los reconocimientos*; frente al productivismo capitalista centrado en la ganancia, la *ecología de las producciones y distribuciones sociales* y frente a la monocultura de lo universal generalizable, la *ecología de las transescalas* de la diversidad.²⁹

Muchas experiencias sociales en el Sur se encuentran subteorizadas, al no adecuarse a los paradigmas académicos habituales y no encajar en el pensamiento dicotómico de las alternativas colocadas linealmente. Ni aldeanismo epistemológico ni cosmopolitismo eurocéntrico mimético. Las nuevas visiones cultural-civilizatorias se fundamentan en el pensamiento crítico-propositivo construido desde las prácticas de resistencia, lucha y creación alternativas, como saber ecologizado e integrador, respondiendo a una lógica dialógica, de complementariedad: “con todos y todas, en cualquier lugar y en cualquier momento”.

Una crítica al pensamiento binario sobre las alternativas encierra la noción de Alter-Natos que propone Gustavo Castro:

Pero cuando hablamos de la alternativa al Sistema Capitalista no nos referimos a la única otra 'alternativa', como si solo hubiera que elegir entre dos cosas, entre el Capitalismo o la otra cosa que no conocemos pero que a final de cuentas será otra cosa hegemónica. Esto significa reducir a dos la realidad que es abierta y diversa. No optamos por una hegemonía para abrazar otra que se imponga y domine a los demás. Por ello la diferencia con otro pronombre, “*alius*”, que proviene también del latín *alius, alia, aliud*, que significa *otro*, entre tres o más opciones o posibilidades. Sin embargo,

²⁹ Cf. Boaventura de Sousa Santos: *Una epistemología del sur. La reinención del conocimiento y la emancipación social*, CLACSO. Siglo XXI, DF., 2009. Un estudio revelador de esta perspectiva se halla en Antoni Jesús Aguiló Bonet: *La universidad y la globalización alternativa: justicia cognitiva, diversidad epistémica y democracia de saberes*, Publicación Electrónica de la Universidad Complutense | ISSN 1578-6730.

para algunos estudiosos del tema con el paso del tiempo se borró la diferencia y se incluyó en *alternativa* la idea de *opción* entre dos o más posibilidades. Y descubrimos que esto es el *Alter*, los Otros. Las palabras alterado o inalterable, que significa que no es afectado por los hechos externos; o altercado, e incluso enaltecido que significa magnificado o resaltado por otros que no son él mismo, sugieren un movimiento de fuera hacia dentro. Por ello insistimos en la perspectiva de adentro hacia fuera, el '*Natos*'. Se trata de encontrar, lograr, potenciar, descubrir o crear 'lo que se nace naturalmente', de lo que es suyo, propio, que 'nace de la suidad', 'de la mismidad'. Que es propio de un pueblo, de una cultura. Este es el "*Natos*". Es lo otro que nace desde adentro. Es esta unidad mundanal que nace de la unidad de "suidades", de mismidades. Sólo la diversidad genera unidad. Y sólo existe la unidad porque hay diversos.

Es por ello que la diversidad de culturas hace posible que en el Mundo haya Otros Mundos propios, suyos, distintos al Sistema Capitalista. Por ello, *Alter-Natos* son *Otros Mundos*, otros sistemas diversamente unidos. Por ello el movimiento social no es uno, sino muchos, con una lucha anti capitalista local y con visión global sistémica, pero en búsqueda y en experiencias reales aquí y ahora de cada vez mayor plenitud humana.³⁰

Arrogarse la causa de la humanidad en general ha sido una fuente de errores y distorsiones propias del imaginario occidental del que, culturalmente, formamos parte. Una exigencia prioritaria desde esa lógica ha sido mirar al resto de las culturas como subalternas o atrasadas, como mero caudal de elementos que, selectivamente, pudieran integrarse al patrón cultural hegemónico, refuncionalizados. El *epistemicidio* y la *injusticia cognitiva* son consecuencias de aquella arrogancia.

Para Hegel el arte tiene el derecho más elevado a emplear la existencia humana, y, en general, las formas del mundo sensible para expresar lo absoluto. El recorrido triádico de la Idea a partir

³⁰ Gustavo Castro Soto, *Los movimientos sociales en Mesoamérica ante la crisis del capitalismo*, p. 6.

del arte oriental, apegado aún a la materia, su ascensión en el arte griego, donde se alcanza la perfecta comunión entre Idea y Forma, hasta el momento romántico-cristiano en el que la idea se libera de lo sensible para acceder a su autoconciencia en el pensamiento filosófico, muestra claramente las claves de una ascensión dialéctica que hace de la cultura occidental una teleología. Desde esa visión, asumida consciente o vergonzantemente, la modernidad juzgará al resto de las culturas del planeta (tanto las ancestrales que fueron preteridas por la soberbia modernizadora como arcaicas o premodernas, como las emergentes) a la luz de su propio itinerario y categorías de análisis, generando conflictos de identidad y autoestima y de malabarismos miméticos para legitimarse ante presuntas desviaciones del canon universalizado de una tradición específica.

La prevalencia de un tipo de paradigma de definición de lo artístico y del saber estético, centrado en el arquetipo de la historia del arte eurooccidental, ha dado lugar al ocultamiento o subvaloración de otros tipos de relaciones estéticas en el ámbito de la sensibilidad humana-social, así como a modos de hacer, recepcionar y vivenciar las manifestaciones artísticas desde los nichos culturales subalternos, que no clasifican a la luz de tales criterios elitistas. Esos modelos excluyentes funcionan como patrones que han penetrado en la psiquis y la cultura humana, aun en la de los sujetos culturales víctimas de esas propias definiciones inerciales.

El sistema de dominaciones culturales provee a las culturas subalternas de identificaciones inerciales: "Tú ocuparás el lugar de..." La identidad autoproducida de los sujetos subalternos que enfrentan, resisten y combaten las identidades inerciales que le confiere el sistema cultural dominante, comprende su autonomía y autoestima: esta última consiste en aprender a quererse a sí misma para ofrecerse al resto de las culturas humanas. La autoestima no se liga con narcisismo ni con fundamentalismo. Pasa por cuidar de sí, integrarse, aprender a asumirse como parte de un proceso plural universal. Es factor decisivo de la identidad autoproducida. Y puede ser muy complicado y riesgoso testimoniar esta autoestima cultural, irradiarla, porque, ya hemos visto, puede darse en un sistema de poder que no la admite, que la invisibiliza, la folcloriza de manera light para banalizarla y destruirla como cultura.

Es así que para las culturas no hegemónicas los puntos de referencia decisivos son su autonomía, el reconocimiento de la especificidad cultural y la competencia simbólica y comunicativa de cada grupo o pueblo, la autoproducción de identidad efectiva, la conversión de sus espacios de encuentro y creación, de sus expresiones cotidianas en *situaciones de aprendizaje*, el testimonio, el discurso narrativo en cualquier modalidad, la irradiación de autoestima. Sin autoestima ninguna proyección cultural-civilizatoria humana resulta positiva.

Mientras que desde el episteme estético-cultural y artístico occidental, los teóricos se erijan en designadores omnipotentes del lugar del otro, habrá normatividad de roles, e identidades adscriptivas. Esta especie de desvergüenza epistemológica legitima el juego del “elogio y el vituperio” en el plano artístico. Si el actor (grupo, pueblo, región) que sufre tal designación trata de vivir como si pudiera hacer abstracción de las designaciones de que es objeto por el otro, y pretende autodefinirse desde su propia experiencia cultural subalterna, no hace sino seleccionar de nuevo, por cuenta propia, los aspectos del mundo que ya han seleccionado para él, y resignificar el lenguaje mismo que lo destina a una forma de vida y de comportamiento frente a los patrones culturales hegemónicos que debe acatar, dentro de un espacio ausente de actividad crítico-reflexiva.

Una totalidad “tramposa”, en consecuencia, sería aquella que conciba al proceso histórico cultural plural como sinónimo de rasero nivelador para un denominador común.

No es ocioso recordar que el multiculturalismo genuino será resultado de la *experiencia de creación y apropiación de los valores culturales propia* de los actores diversos de la humanidad. Cada *cual* deberá y podrá *aportar y expresar todo lo suyo* desde sus propios epistemes (sus prácticas y tradiciones estético-culturales, sus propios medios de expresión, las visiones civilizatorias y perspectivas libertarias y de reconocimiento identitario y la diversidad de saberes construidos desde las identidades sociales y culturales respectivas). Qué quedará en la perspectiva histórica de la identidad de cada cultura, movimiento o modalidad artística es algo imposible de determinar *a priori*, al margen de la confrontación contrahegemónica cultural concreta y de los intercambios sucesivos.

Desde el contexto cultural de la India, Corinne Kumar reclama:

Lo que necesitamos en el mundo hoy son nuevos universalismos, no universalismos que nieguen los muchos y afirmen el único, no universalismos nacidos de eurocentricidades, de patriarcados, sino universalismos que reconozcan lo universal en los idiomas civilizatorios específicos en el mundo. Universalismos que no negarán las experiencias acumuladas y conocimientos de generaciones pasadas, sino ese que no aceptará la imposición de cualquier estructura monolítica bajo la cual se presume que otros pueblos pueden estar incluidos. Nuevos universalismos que retarán el modo universal –la lógica de nuestro desarrollo, ciencia, tecnología, patriarcado, militarización, nuclearización, guerra–. Universalismos que respeten la pluralidad de las diferentes sociedades, de su filosofía, de su ideología, de sus tradiciones y culturas.³¹

En el Sur como categoría de otredad existe un caudal de prácticas culturales y cosmologías que han sido preteridas, cuando no subyugadas o destruidas por el paradigma estético-cultural dominante. Redescubrámolas. Pero no para hacer de ellas otra poética dominante, sino para hallar en cada una lo humanamente valioso que pueda enriquecer la cultura de cada rincón de este universo.

Al analizar la presunta crisis de los paradigmas, Franz Hinkelammert se pregunta si existe realmente una pérdida de los criterios universalistas de actuar con capacidad crítica beligerante frente al triunfo del universalismo abstracto de la cultura eurooccidental, actualmente transformado en sistema globalizante y homogeneizante. Este sistema, arguye, está lejos de ser afectado por la fragmentación. Todo lo contrario: aparece como un bloque unitario ante la dispersión de sus posibles opositores. Su conclusión es que no podemos enfrentar dicho universalismo abstracto mediante otro sistema de universalismo abstracto, sino mediante lo que define como una “respuesta universal”, que haga de la fragmentación un proyecto universal alternativo:

³¹ Corinne Kumar, *El viento del Sur*, p. 10.

Fragmentarizar el mercado mundial mediante una *lógica de lo plural* es una condición imprescindible de un proyecto de liberación hoy. No obstante, la fragmentación/pluralización como proyecto implica, ella misma una respuesta universal. La fragmentación no debe ser fragmentaria. Si lo es, es pura desbandada, es caos y nada más. Además, caería en la misma paradoja del relativismo. Solo se transformará en criterio universal cuando para la propia fragmentación exista un criterio universal. La fragmentación no debe ser fragmentaria. Por eso esta “fragmentación” es pluralización.³²

No es necesario sustituir un universalismo por otro. Hay otros modos menos soberbios y destructivos de reconstruir la totalidad, de acceder a ella desde cada singularidad humana, desde cada cultura.

El concepto de cultura es profundamente complicado en sus propios términos, pues avanza la idea de afirmación en el plano del reconocimiento a la vez que establece las bases de la homogeneización por el proyecto que apuesta. Este doble juego funciona pues como política de la afirmación y del reconocimiento en una forma difícil de disociar. La pregunta inmediata que procede de tal aseveración es, que intereses articularon esas apuestas políticas y que fuerzas las llevaron a cabo. Sin lugar a dudas, para el caso de la constitución de los Estados-Nación occidentales, la necesidad de vertebrar los mercados propios de un territorio, así como la homogeneización de una ciudadanía entendida como fuerza de trabajo imprescindible para los procesos de acumulación (entre otras necesidades), establecieron las bases de una transformación que el mismo mercado iba a necesitar a través de la iniciativa del propio Estado emergente (como bien demuestra Karl Polanyi, el mercado y la regulación estatal han ido históricamente de la mano³³) La cultura fue sin lugar a dudas el sustrato fundamental que necesitó la burguesía nacional para avanzar en sus proyectos de acumulación y modernización.³⁴

³² Franz J. Hinkelammert, *Determinismo, caos, sujeto. El mapa del emperador*, p. 238.

³³ Cf. K. Polanyi: “La gran transformación. Crítica del liberalismo económico”.

³⁴ Cf. José Luis Castilla Vallejo: *El multiculturalismo y la trampa de la cultura*.

La relación cultura-trabajo dista hoy de la que sentó las bases de la cultura nacional en la primera modernización. En esta primera globalidad, especialmente a partir del estado de bienestar keynesiano, el capital y el trabajo mantuvieron compromisos mutuos. La lógica del capital y la lógica de la fuerza de trabajo pudieron implicarse en una lógica cultural incluyente de relativo mutuo beneficio en que la confrontación no dejaba de ser el camino para los acuerdos. El espacio en que ese compromiso tuvo lugar fue el del Estado-nación: implicó territorialidad del trabajo y en buena medida territorialidad del capital, ambos articulados en función de una *fuerte territorialidad del poder político*, que desarrolló una efectiva función de gobierno sobre las relaciones entre el trabajo y el capital, legitimado por los valores de la cultura nacional.

Podemos llamar *globalización como tal* a la *globalidad* o mundialización de la *segunda modernidad*, en la que los Estados nacionales soberanos, al imbricarse de manera múltiple con actores transnacionales ven desdibujada su soberanía. Esta globalidad de la segunda modernización se identifica con la fase expansiva del capital financiero. A diferencia de la globalidad anterior, la tendencia que se impuso fue una ruptura del compromiso entre el trabajo y el capital, desde el capital. Al dejar sin efecto su compromiso con la fuerza de trabajo, que implicaba asegurar condiciones humanas de reproducción en las que la actividad en la producción podía no ser vivida como pura explotación, genera la situación y amenaza de la flexibilización, la precarización y la exclusión.

El Estado-nación se debilita por las agresiones de las gigantes empresas transnacionales, siendo estas últimas la objetivación en la práctica de ese fenómeno abstracto llamado transnacionalización del capitalismo. Estas empresas no son otra cosa que la transformación cualitativa de los viejos monopolios del siglo pasado, que tuvieron su culminación alrededor de la Primera Guerra Mundial. Las empresas transnacionales actuales –conformadas desde la segunda postguerra– cumplen con su naturaleza de máximos monopolios: coartan la plena libertad de comercio mundial y entorpecen el libre juego de las fuerzas del mercado.

El advenimiento de la globalización disloca *lo nacional* a favor de *lo local*, *lo regional* y *lo global*. Por un lado aparece la oportunidad

para un mayor protagonismo de lo local, tradicionalmente homogeneizado, invisibilizado y no representado en su especificidad en lo nacional. Por otro, al afectarse la centralidad del Estado-nación como espacio político, lo global invade el espacio de lo nacional, lo que este tipo de globalización hegemónica implica una afectación no sólo a su antiguo papel homogeneizador, sino protector. Tenemos así una paradoja entre mayor apertura de las fronteras nacionales y rigidez de las fronteras sociales al interior del Estado-nación, al significar una creciente desigualdad como dato y como tendencia. La democracia no puede entonces desarrollarse asociada a un modo de vida que genera desigualdad.

Se trata de lo siguiente:

- Recuperar el Estado-nación (pluriétnico, plurinacional) como espacio de un proyecto cultural nacional alternativo a las tendencias destructivas y desagregantes de la globalización. Un proyecto que sea la articulación de muchos proyectos, que no reproduzca necesariamente la homogeneización y la negación de las diferencias al interior del estado-nación. Un proyecto cultural social-popular, (multiétnico allí donde lo exija la sociedad conformada), no populista, y por tanto participativo y sustantivamente democrático.³⁵

Con relación al espacio global, aparece como alternativa la creación de una ciudadanía-mundo/estado-mundo. No se trata de un Estado mundial que desplace la ciudadanía, como se observa hoy con el Estado mundial *de facto*, sino de un horizonte institucional de protección, regulador, para el desarrollo de la cultura planetaria misma.

El tema de la diversidad cultural frente a este universalismo abstracto y su tendencia niveladora es una necesidad de enunciación política y de enunciación reflexiva. La diversidad ha estado

³⁵ Cf. Yamandú Acosta: *Democratización en la globalización, Conferencia ofrecida en el Encuentro "Filosofía Latinoamericana, Globalización y Democracia", organizado por el departamento de Filosofía de la Práctica y el Centro de Estudios Interdisciplinarios Latinoamericanos, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Montevideo, 28 de septiembre al 1 de octubre de 1999, Fondo Instituto de Filosofía, La Habana, meca.*

siempre, sobre todo en una región tan marcada por el mestizaje cultural e histórico como la nuestra. Pero hoy la diversidad es mucho más que fragmentos identitarios preteridos o subyugados por las sucesivas vueltas de tuerca de la homogeneización modernizadora: ha adquirido beligerancia política y visibilidad epistemológica. Así como ella existe, existen sus lecturas.³⁶

No tenemos, en esto, dudas: necesitamos construir una ética de la articulación cultural, no declarativamente, sino como aprendizaje y desarrollo de la capacidad dialógica, profundo respeto por lo(a) s otro(a) s, disposición a construir juntos desde saberes, cosmologías, subjetividades y experiencias de creación distintas, potenciar identidades y subjetividades. Tal ética ha de moverse dentro de las coordenadas de un paradigma de racionalidad crítica, organizada mediante el diálogo de los sujetos implicados y orientada a descubrir el significado auténtico de la cultura y las relaciones humanas.

Conviene detenerse en la propuesta sobre las identidades múltiples que nos hace Héctor Díaz Polanco en su libro *Elogio de la diversidad. Globalización, multiculturalismo y etnofagia*:

Puede decirse, por lo tanto, que la identidad múltiple es la regla. Los sujetos no se adscriben a una identidad única, sino a una multiplicidad de pertenencias que ellos mismos organizan de alguna manera en el marco de las obvias restricciones sistémicas, pero que están presentes de modo *simultáneo*. En su misma simplicidad, la imagen de diversas camisetas convenientemente colocadas una encima de la otra, sobre el mismo sujeto, ayuda a ilustrar el fenómeno. El mismo papel juega la de cajas dentro de cajas como ilustración de los diversos planos y unidades de la identidad. Comprender la diversidad, en este caso, requiere considerar tal articulación compleja de planos identitarios como constitutivos de la noción social de los *nosotros*.³⁷

³⁶ Cf. Gilberto Valdés Gutiérrez, "La controversia en torno a la diversidad".

³⁷ Héctor Díaz Polanco, *Elogio de la diversidad. Globalización, multiculturalismo y etnofagia*, pp. 144-145.

Para Díaz Polanco, la multiplicidad de planos identitarios no actúa de manera neutra e indiferenciada,³⁸ existen criterios de jerarquización. Sin embargo, el principio de jerarquía es también dinámico, de acuerdo con las circunstancias concretas que ponen una pertenencia u otra en primer plano, en otros términos, “en un caso se puede poner el énfasis en la pertenencia étnica, en otro en la de género; en una situación se apelará a la filiación nacional y en otra a la religiosa”.³⁹ Su conclusión es clara: “La noción de identidad múltiple, colmada con el principio de jerarquización identitaria, permite comprender que una particular adscripción cultural no implica forzosamente rechazar otras pertenencias con las que seguramente se tienen muchos horizontes en común. Lo Cortés no quita lo Cuauhtémoc.”⁴⁰

En lo que respecta a las culturas, la opresión se expresa mediante una superposición de injusticias cultural o simbólica. Esta última está enraizada en tejidos sociales de representación, interpretación y comunicación. Ejemplos de ello serían el estar sometido a una cultura extranjera, no ser considerado dentro de la especificidad de su propia cultura, o ser sujeto de estereotipos peyorativos y representaciones culturales. Para este último tipo de injusticia, el reconocimiento de las identidades respectivas deviene antídoto de la falta de respeto, la estereotipificación y el imperialismo cultural. Se requiere reconectar en la teoría y la práctica emancipatoria los aspectos de la economía política referidos a las injusticias de explotación, con los aspectos propios del reconocimiento de las especificidades culturales.

Fernando de la Riva adelanta ideas similares a las antes expuestas mediante lo que el educador popular gaditano llama la “apuesta por el mestizaje”:

³⁸ “Hay que estar alerta contra la pretensión de utilizar la noción de identidades múltiples —nos dice Díaz Polanco— para desvalorizar la identidad misma, colocándola bajo la perspectiva de la “fluidez” o el “hibridismo” que supuestamente “relativizan” el sentido de pertenencia”, *ob. cit.*, p. 146.

³⁹ *Ibidem*, p. 145.

⁴⁰ *Ídem*.

Vamos a tener que apostar por el mestizaje, por las mezclas que nacen desde la identidad de cada uno, pero se convierten en algo más cuando incorporan la fuerza y las capacidades de los otros. Aprender a buscar a los afines, a negociar, a sumar voluntades, a construir alianzas, a sintonizar nuestros movimientos, nuestras acciones, frente a los antagonicos. El aprendizaje de la tolerancia, como la entendía Pablo Freire. Sin perder la diversidad, en medio de ella.⁴¹

En tiempos de crisis lo antisistémico se resignifica como subversión/superación no sólo política, económica y social del capitalismo, sino civilizatoria y cultural, mediado por ejes transversales, cuyo centro es la diversidad (de género, étnico-racial, cultural, identitaria, etc.). La diversidad (natural, social-humana, cultural) no es un lastre a superar, ni a nivelar violentamente. No es debilidad, sino fortaleza. Es una riqueza para potenciar y articular. La referencia de los valores antisistémicos (anticapitalistas, antipatriarcales, por relaciones de producción no depredadora con el medio ambiente, en defensa de la diversidad natural, de la diversidad social-humana) es clave para asumir esos valores en la cotidianidad y fundar las acciones de transformación en esa ética y no desligar fines y medios. En otros términos, lo que hoy atenta contra la existencia y plenitud del principio Vida, en el contexto de la civilización capitalista, no puede ser asumido como necesario en una etapa presumiblemente alternativa al sistema social-productivo y cultural vigente.

Lo anterior significa que el ideal de justicia distributiva y de equidad social, irrenunciable para cualquier proyecto de avance hacia la emancipación humana, tendrá que acompañarse de nuevos desafíos relacionados con el cuestionamiento del patriarcado en todas sus formas (económicas, políticas y simbólico-culturales), del modelo productivista y depredador de desarrollo, no solo vigente a nivel mundial, sino deificado como aspiración y única alternativa de progreso humano, metamorfoseado con el apellido "sostenible" para el Sur, o de expresas alusiones a la reducción de la pobreza, siempre que estas escondan el proceso real de empobrecimiento que la produce. No se trata de renunciar al bienes-

⁴¹ Cfr. Fernando de la Riva, *En la encrucijada*.

tar, sino de comprender que el mito del bienestar centrado en el consumo desenfrenado del industrialismo moderno y sus variantes actuales, es causa del camino acelerado hacia un punto de no regreso para la posibilidad de la cultura y de la propia vida.

Bibliografía citada

- Acosta, Yamandú, *Democratización en la globalización*, Conferencia ofrecida en el Encuentro “Filosofía Latinoamericana, Globalización y Democracia”, organizado por el departamento de Filosofía de la Práctica y el Centro de Estudios Interdisciplinarios Latinoamericanos, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Montevideo, 28 de septiembre al 1 de octubre de 1999, Fondo Instituto de Filosofía, La Habana, meca.
- Brea, José Luis, *El tercer umbral. Estatuto de las prácticas artísticas en la era del capitalismo cultural*, CENDEAC, Murcia, España, 2003.
- Castilla Vallejo, José Luís, *El multiculturalismo y la trampa de la cultura*, Fondo Instituto de Filosofía, La Habana, meca.
- Castro Soto, Gustavo, *Los movimientos sociales en Mesoamérica ante la crisis del capitalismo*, Otros Mundos, A. C., San Cristóbal de las Casas, Chiapas, México, en: www.otrosmundoschiapas.org (último acceso 20 de julio de 2009).
- De la Fuente Lora, Gerardo, *La Estética en una época postartística*, Facultad de Filosofía y Letras de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, 2007.
- De la Riva, Fernando, *En la encrucijada*, Fondo Instituto de Filosofía, meca.
- Díaz Polanco, Héctor, *Elogio de la diversidad. Globalización, multiculturalismo y etnofagia*, Siglo XXI Editores, México, 2006.
- Fabelo Corzo, José Ramón, *Sobre el decretado ‘fin del arte’ de Danto*, Facultad de Filosofía y Letras de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, 2007.
- Galeano, Eduardo: *Nosotros decimos no. Crónicas (1963-1988)*, Siglo XXI, Madrid, 1989.
- Gerardo, Esteban, “Arte y filosofía en Hegel”, en: *Diaporías, Revista de ciencias sociales*, No. 5, Buenos Aires, noviembre 1995.
- Grave, Crescenciano, “El conflicto trágico en la estética de Hegel”, en: *Ideas y valores* No. 133, Bogotá, abril de 2007.

- Hinkelammert, Franz J., *Determinismo, caos, sujeto. El mapa del emperador*; DEI, San José, 1996.
- Jiménez, Marc, *¿Qué es la estética?*, Idea Books, Barcelona, 1999.
- Kumar, Corinne: *El viento del Sur*, Fondo Instituto de Filosofía, la Habana, meca.
- Mandoki, Katia, *Prosaica. Introducción a la Estética de lo cotidiano*, Grijalbo, Interdisciplinaria, México, 1994.
- Marx, Carlos, *Los anales franco-alemanes*, Ediciones Martínez Roca, Barcelona, 1970.
- Pino Rodríguez, Alicia, “La cultura del consumo: problemas actuales”, en: *Estética. Enfoque Actuales*, Félix Varela, La Habana, 2005.
- Polanyi, K., *La gran transformación. Crítica del liberalismo económico*, La Piqueta, Madrid, 1989.
- Robert, Jean, Ponencia presentada en el Coloquio Internacional Planeta Tierra: Movimientos Antisistémicos, convocado por el EZLN, San Cristóbal de las Casas, México, 13-17 diciembre, 2007.
- Sánchez Medina, Mayra, *La estetización del mundo actual y sus implicaciones estético filosóficas*, Tesis en opción al grado científico de doctor en ciencias filosóficas, Fondos Instituto de Filosofía, La Habana, 2004.
- _____, “Lo estético y lo artístico. Un acercamiento a la caracterización de las relaciones estéticas”, en: *Estética. Enfoque Actuales*, Félix Varela, La Habana, 2005.
- _____, “Los impactos invisibles. La teoría de la Educación estética hoy”, en *Estética. Enfoque Actuales*, Félix Varela, La Habana, 2005.
- _____, “La estetización difusa o la difusa estetización del mundo actual”, en: *Estética. Enfoque Actuales*, Félix Varela, La Habana, 2005.
- Sloterdijk, Peter, *El palacio de cristal*, Fondo Instituto de Filosofía, La Habana, meca.
- Sousa Santos, Boaventura de, *Una epistemología del sur. La reinvencción del conocimiento y la emancipación social*, CLACSO. Siglo XXI, México, 2009.

Valdés Gutiérrez, Gilberto, “La controversia en torno a la diversidad”, *Revista Caminos*, Centro Memorial Dr. Martin Luther King, Jr., No. 33, La Habana, 2004.

LAPRÁCTICAARTÍSTICAENSUSLÓGICASCOMUNICATIVAS, DESDE UNA PERSPECTIVA CRÍTICA

*N. Norma Medero Hernández*¹

*Nubia Hernández Medero*²

*Nada estorbará más en el conocimiento del hombre
que el hombre mismo...*

José Martí

Introducción necesaria

Tras una mirada al arte hoy son visibles nuevas formas de creación artística; a partir de la asunción de recursos, espacios y temáticas otrora periféricos por su condición pedestre, cotidiana [...] y la utilización de medios de comunicación que podían resultar impensados aún en la primera mitad del siglo XX. Desde el punto de vista intelectual y factual, estas propuestas adquieren su valor artístico en un proceso de interacción humana. La actividad comunicativa desempeña un papel vital, como agente generador de significados contruidos en y para un determinado contexto sociohistórico.

Para poder penetrar la praxis del arte en la actualidad urge apelar a un análisis crítico y se requiere de una perspectiva transdisciplinar. La teoría tradicional no alcanza a revelar las estrategias de comunicación que están implícitas en la producción de lo artístico, partiendo de que éste ya no es únicamente un producto para trascender, sino un proceso de construcción activa entre el artista, el público y el espacio, que en tanto red comunicativa

¹ Instituto Superior de Arte (ISA) de La Habana, Cuba.

² Facultad de Comunicación Social de la Universidad de La Habana.

puede devenir, hoy, “obra de arte”.³ La propuesta de las autoras radica, esencialmente, en develar algunos presupuestos teóricos comunicativos que median el desarrollo de un tipo de producción cultural: la artística.

Comunicación en el arte actual

Hace algunos años discursar sobre la relación arte-comunicación podía apuntar a cómo un receptor se enfrenta a una obra como la Mona Lisa, o intentar explicar aquello que “trasmite” el artista con su obra. Hoy el problema se hace mucho más complejo. Resulta que “el término arte es un artificio altamente problemático usado por el mundo artístico para designar aspectos de la cultura material, demostrando aparentemente la capacidad de trascender la utilidad práctica y personificar una clase de valor social que es desinteresado y resulta de una transformación deliberada de la naturaleza en un proyecto sublime de valor especializado. [...] La práctica de discriminar cuál de entre las innumerables cosas en este mundo puede convertirse en arte es una empresa política y genera relaciones de poder discriminatorio.”⁴

En este sentido nos alerta el propio Aleš Erjavec “... podemos ver lo fácil que es pasar de la noción amplia y totalizante del arte, tal como es aún entendido por Hegel y por autores de principios del siglo XX como Georg Lukács, Roman Ingarden, Nicolai Hartmann y Adorno o Heidegger, a la noción contemporánea del arte como ‘arte’, tal como se está diseminando globalmente hoy en día [...]”⁵ Ahora bien, la idea de *Arte* referida en su sentido histórico al sistema de las “bellas artes”, e incluso de *arte* –a tenor de las vanguardias del siglo XX–, serán diluidas –desde una perspectiva global a partir de las décadas de 1970 y 1980– en la designación, angloamericana o más exactamente estadounidense, *art*⁶, referido

³ Tomado de N. Norma Medero Hernández, *Actualidad en el Arte. Análisis Epistemológico*. p. 102.

⁴ Ver: Aleš Erjavec. “El ‘fin del arte’ y otros mitos posmodernistas”

⁵ *Ibidem*, p. 3.

⁶ Según Aleš Erjavec, se trata de una categoría, normativamente neutral, designada por este término vago, que no solamente indica la actual apertura infinita

esencialmente a las artes visuales y en virtud a las lógicas comunicativas del capitalismo cultural. Con éste no sólo logran hegemónizar las significaciones del arte en otros marcos culturales y lingüísticos, sino que además facilitan la apropiación sobre la base del desarrollo de la cultura del consumo de masas de los más amplios espacios de productos y creaciones artísticas; ya sean éstos de naturaleza plástica, musical, literaria o de cualquier otra. Así en los 80 nos encontraremos enfrentados al llamado “giro pictórico”,⁷ con el que las artes visuales se convierten en la forma de arte dominante y preponderante, y por lo tanto en el segmento esencial de la cultura.

Este panorama no puede ser enfrentado desde un enfoque teórico tradicional, auxiliado de una perspectiva comunicativa meramente clásica, unilateral, transmisiva..., donde el mensaje contenido en el producto artístico –que es condición privativa del artista– igualmente resulta condición de los medios que lo utilizan. Estos establecen un juego en el mejor de los casos con un público-receptor, cuya función se circunscribe a significar constantemente las propuestas. De hecho asistimos a la desaparición de muchos contornos, atendiendo al auge de la naturaleza híbrida de los productos artísticos en el contexto actual. “Hibridez que se reconoce, no sólo en la difícil determinación con la cual se tropieza el público ante productos que no se dejan reconocer claramente dentro de un territorio específico del arte, sino también la que se vivencia entre la producción simbólica y lo que puede pertenecer al campo indeterminado del suceder cotidiano...”⁸

Sin embargo, es posible reconocer el arte hoy, enfrentado a los desafíos de las industrias culturales y al desarrollo de las industrias del conocimiento y la información. Según nuestra opinión el arte

de su(s) referente(s), sino que también implica, con su designación puramente descriptiva, que ya ha dejado de referirse a la belleza o a la verdad, sino a una entidad indirecta y neutral especificada por sus características preceptuales.

⁷ Ver: Aleš Erjavec, “El giro pictórico y sus consecuencias globales”.

⁸ A propósito de una de las intervenciones del doctor Ramón Cabrera Salort sobre “El Ciervo Encantado”, en: *Revista Cúpulas. La frontera borrosa entre las artes*, p. 5.

existe, contextualmente por consenso, desde una multitud de prácticas destinadas a preservar su identidad, aun cuando parezca desautorizado –en tanto sumergido en la vida cotidiana– o absorbido por las antes mencionadas industrias productoras de subjetividad, e incluso amenazado por su desmaterialización o por olvido.

Hablar de práctica artística y comunicación en su tendencia actual a la ruptura de esquemas formales y desbordamiento de límites, de enfoques meramente clásicos, así como de la constante inclinación de la primera a transgredir el tratamiento de medios, temas y espacios, que en determinados contextos socio-históricos les fuera dado por la sociedad, no resulta lo más novedoso de este análisis. Más bien lo interesante y particular de la exposición es poder, al menos, apuntar a un debate en relación con sus lógicas comunicativas. Debate que no agota el análisis de este campo desde lo disciplinar, en lo tradicional, sino que trata de aislar un fenómeno que trasciende la mirada lineal, causal o lógica-analítica. Es así, que tanto el arte como la comunicación, en tanto objeto de saber, no permiten ser asumidos como discernimientos claros y precisos. Sin embargo, es posible el establecimiento de un enclave conceptual para el emplazamiento teórico de sus praxis... “su resolución no es en modo alguno sólo un problema de conocimiento, sino un problema real de la vida, que la *filosofía* no podía resolver, precisamente porque concebía este problema *simplemente* como problema teórico.”⁹

Resultan entonces un buen pretexto las propuestas artísticas del Departamento de Intervenciones Públicas (DIP) –dirigido por el artista Ruslán Torres, con la intención de hacer aflorar y debatir, desde un enfoque comunicativo actualizado y una perspectiva crítica, el sentido que se le da al arte, en tanto es considerado espacio de reflexión, entrenamiento, investigación–, acción, crítica, aprendizaje, búsqueda de identidad y análisis de problemas, que al ser cotidianos y recurrentes median y determinan la proyección del mundo que constantemente configuramos. Su función no es hacer arte en sentido tradicional sino crear un espacio crítico y liberador, donde la comunicación intra e inter subjetiva deviene

⁹ Carlos Marx, *Manuscritos Económicos y Filosóficos de 1844*, p. 110.

eje en la construcción de la experiencia artística.

Puede entonces verse cómo dicho proceso artístico en sí mismo, no admite ser enfrentado desde el pensamiento clásico tradicional, acostumbrado a “seccionar el mundo en conceptos jerárquicos que nos permiten captar relaciones y determinaciones, dependencias, causas y efectos”.¹⁰ Ahora de lo que se trata es de ver y entender el arte no sólo cómo fin sino también como proceso, que se despliega desde el ejercicio mismo de cada propuesta, la que hace el artista, basado en un diálogo recurrente entre sujetos y saberes. Este tipo de arte constantemente se articula entre la realidad objetual, relacional y virtual.

Dicho proceso se va auto-generando en dependencia de las actitudes, comportamientos, circunstancias, competencias comunicativas o sea *habitus*,¹¹ como diría Bourdieu, que se va desarrollando a lo largo del proceso de generación del valor artístico. En ese transcurso de auto-descubrimiento de una manera novedosa de asumir y entender el arte y la vida, es donde radica el valor de la “obra, a partir de toda la gama posible de relaciones que se pueden establecer durante el desarrollo de cada propuesta, donde se producen acciones provechosas para todos los implicados.

De modo que lo más interesante es la manera en que se articulan los procesos de interacción humana en el nuevo contexto propuesto por el artista. Artista que resulta un productor intelectual y no un productor en sentido moderno. Éstos se edifican a partir de los epistemes del individuo, es decir, el conjunto de conocimientos de sí mismo que condicionan su forma de entender la realidad, las matrices culturales, las experiencias vividas y asciende a un trance colectivo que legitima el reconocimiento, la aceptación y la búsqueda del consenso en el espacio grupal. Proceso mediado necesariamente por la acción comunicativa.

La idea anterior remite directamente a la propuesta de Paulo

¹⁰ Carlos J. Delgado. “Marxismo y ecología: complejidad de un problema, o ¿un problema de complejidad?”, p. 9.

¹¹ Estructura mental generadora de prácticas, guía de las percepciones e interpretaciones, que se forma a partir de los grupos fundamentales que determinan el desarrollo del individuo: la familia, la escuela, la comunidad, etcétera.

Freire, que a pesar de haber sido concebida desde lo pedagógico, sirve para pensar y asumir de un modo novedoso el proceso de conocimiento y transformación del mundo, en el cual los sujetos, en su interrelación, construyen significados a partir de su reconocimiento e identificación con sus saberes y modos de producir.

La sustentación de trabajos experimentales dirigidos a reflexionar sobre problemas contemporáneos tanto de la vida cotidiana como del arte mismo devela claramente la asunción de un modelo comunicativo dialéctico y dialógico, con énfasis en el proceso, en tanto en eso radica el valor de la obra. Así son superadas las concepciones mecanicistas, unidireccionales o lineales del proceso artístico-comunicativo.

Se pierden por tanto los límites entre quien emite y quien recibe para dar paso a la coexistencia de ambas condiciones en cada uno de los participantes del proceso creativo. Teoría que respalda el entender la comunicación desde la matriz cultural, donde se reconoce el necesario “desplazamiento metodológico para ver el proceso entero de la comunicación desde su otro lado: el de las resistencias y las resignificaciones que se ejercen desde la actividad de apropiación...”¹² Éste es otro argumento que valoriza la propuesta, pues parte de la singularidad del marco contextual.

Todo ello sin obviar las múltiples mediaciones presentes durante dicho proceso, algunas de ellas determinantes de cada acción-reflexión generada, como por ejemplo la existencia de un cúmulo de relaciones de poder en la conformación del proceso simbólico, que no se limitan solamente a legitimar el conocimiento del propio creador, sino que también glorifica los saberes cotidianos, o sea la subjetividad del otro; producto de entender, como pauta Acanda, de entender el poder desde una perspectiva relacional¹³ que remite, salvando las distancias en torno al asunto que estamos estudiando, al pensamiento gramsciano sobre el proceso de construcción de la hegemonía.

¹² Martín Barbero, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura, hegemonía*, p. 23.

¹³ Jorge L. Acanda, *De Marx a Foucault: poder y revolución en inicios de partid*, p. 83. Estas reflexiones se pueden ampliar en: Jorge L. Acanda, *Sociedad civil y hegemonía*.

Ello responde a una situación que se revela mucho más compleja y heterogénea, no sólo en especial para la producción artística sino en sentido general. Otros aspectos pueden añadirse a los antes mencionados. Lo esencial, en estos casos, estará pues en la voluntad de provocación que implica el poner en tela de juicio los sentidos, el cuerpo, los comportamientos humanos y sociales, en lo más tradicional y en lo más innovador, igual en términos de producción simbólica.

En estos casos, la “obra de arte” –si es que se puede seguir acuñando este término– se presenta involucrando, directamente, como nunca antes al propio artista, a sus experiencias vitales, psicológicas y conductuales, portadoras de significantes con implicaciones éticas y políticas, así como a sus receptores. Acciones que se despliegan desde él y el espacio escogido e involucran de alguna manera a todo el que se detenga ante tal proceso.

Nuestras coordenadas comunicológicas entroncan en esta posición a partir de entender los procesos de construcción del poder desde un modelo comunicativo dialógico, en la formación de un consenso que resulta de flexibilizar e integrar las estructuras jerárquicas. Esto se corrobora en las reflexiones que hace Ruslán sobre la teoría estética vincular, la cual propone que “un vínculo no es sólo pensar con responsabilidad en y desde el otro, es actuar con él, es interactuar, es incorporarse a su experiencia, es en definitiva ayudar a construir una nueva experiencia.”¹⁴

Entonces, centrada la atención en algunas de las propuestas de DIP, es posible revelar cómo a partir de la acción-reflexión-acción, en esa dinámica grupal que se va auto-generando, se condiciona la manera en que el artista interactúa con su público, pues más que dirigir, estimula el proceso de análisis y reflexión; “para aprender junto a él y de él; para construir juntos”.¹⁵ No puede predecir absolutamente nada de lo que va a suceder, sólo puede en última instancia prever los posibles rumbos de su ejercicio, a pesar de no ser en lo absoluto su interés. Es en ese margen liberador e irrepitible

¹⁴ Ruslán Torres, *Vida cotidiana, producción simbólica y experiencia. Apuntes para una estética del vínculo*. p. 6.

¹⁵ Mario Kaplún, *El comunicador popular*. p. 54.

que pueden llegar a vivirse experiencias o situaciones portadoras de novedad emocional, cognitiva, intelectual, valorativa.

Llegado a este punto, es que la comunicación se revela, según refiere Piñuel –tras un extensivo análisis filogenético y ontogenético de los procesos comunicativos–, a partir de las interacciones sociales y de sus dimensiones psicológica y sociológica en su conducta interactiva y no sólo informativa, al acercarse precisamente al campo de las interacciones humanas desde una perspectiva sistémica que revela al hombre al mismo tiempo como agente social, como actor de la comunicación y como agente de apropiación del entorno. Ello sólo es posible debido al carácter transversal y transdisciplinar de los procesos comunicativos. Definición desarrollada por el filósofo alemán Jürgen Habermas¹⁶ a partir de su teoría de la comunicación como acción social, donde establece cuatro acciones, de las cuales la propuesta artística de DIP no escapa.

Así vemos cómo la acción comunicativa atraviesa y coadyuva a la interrelación que se establecen entre la acción teleológica,¹⁷ la acción normativa¹⁸ y la acción dramaturgica.¹⁹

La comunicación viene a ser la herramienta o el elemento principal en el desarrollo de la propuesta artística, pues es ella la encargada de permitir el avance del proceso de creación artística, asimismo de dar valor y significación a lo que se está realizando. Es así que la vehiculiza y permite alcanzar estados únicos que valorizan la propuesta.

Estas nuevas formas de creación artística llaman, además, la atención para reflexionar acerca de las potencialidades comunicativas de lo sensible en sentido multidiverso. Y esto resulta de entenderlas como acto comunicativo que se dirige al auto-descubrimiento, ejercitación y desarrollo de los dispositivos sensibles

¹⁶ Esta tesis es desarrollada por Jürgen Habermas en su obra *The theory of communicative action*.

¹⁷ Encargada, en este caso, de orientar y guiar las acciones a ejecutar durante el proceso de producción artística.

¹⁸ Permite la construcción y ajuste de cohesión del grupo a partir de la producción y difusión del conocimiento, tomando como base la herencia de saberes.

¹⁹ Encargada de posibilitar la expresión de la subjetividad y la construcción de consensos.

de cada uno de los individuos involucrados –tanto en un nivel intrasubjetivo como intersubjetivo– capaz de guiarlos en su acción social y en la configuración de los referentes valorativos de su conducta personal y social.

Bibliografía citada

- Acanda, Jorge L., *De Marx a Foucault: poder y revolución en inicios de partida*, Coloquio sobre la obra de Michel Foucault, CIDCC Juan Marinello, La Habana, 2000.
- _____, *Sociedad civil y hegemonía*, CIDCC Juan Marinello, La Habana, 2002.
- Cabrera Salort, Ramón, “El Ciervo Encantado”, en: *Revista Cúpulas. La frontera borrosa entre las artes*. Publicación semestral, ISA, Estudios, Crítica y Creación, Nos. 17-18, La Habana, 2005.
- Delgado, Carlos J., “Marxismo y ecología: complejidad de un problema, o un problema de complejidad”, en *Revista Cubana de Ciencias Sociales*, núm. 32, Instituto de Filosofía, La Habana, 2002.
- Erjavec, Aleš. *El ‘fin del arte’ y otros mitos posmodernistas*. Disponible en: http://www.miradas.eictv.co.cu/content.php?id?id_articulo=265 (último acceso marzo de 2007).
- Habermas, Jürgen, *The theory of communicative action*. I y II. Bacon Press, Boston, 1981.
- Kaplún, Mario, *El comunicador popular*, CIESPAL, Ecuador, 1984.
- Martín Barbero, Jesús, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura, hegemonía*, Gustavo Gilí, México, 1987.
- Marx, Carlos, *Manuscritos Económicos y Filosóficos de 1844*, Austral LTDA. Santiago de Chile, 1960.
- Medero Hernández, N. Norma, *Actualidad en el Arte. Análisis Epistemológico*, Tesis doctoral en Ciencias Filosóficas, La Habana, 2007.
- Riviere, Pichón, *El proceso grupal. Del psicoanálisis a la psicología social I*, ed. Núm. 31, Nueva Visión, Buenos Aires, 2001.
- Torres, Ruslán: *Vida cotidiana, producción simbólica y experiencia. Apuntes para una estética del vínculo*. Versión digital, La Habana, octubre de 2002.

DE CAVERNAS Y SUPERFICIES

*Sonia Torres Ornelas*¹

Los presocráticos han instalado el pensamiento en las cavernas, la vida en la profundidad. Sondearon el agua y el fuego. Hicieron filosofía a martillazos, como Empédocles rompiendo las estatuas. En un diluvio de agua y de fuego, el volcán sólo devuelve una cosa de Empédocles: su sandalia de plomo. A las alas del alma platónica, se opone la sandalia de Empédocles, que prueba que era de la tierra, bajo la tierra y autóctono.

Gilles Deleuze

Preámbulo

La invasión de lo audiovisual es un fenómeno contemporáneo complejo ante el cual la filosofía no puede mantenerse ajena; el mundo entra por los ojos y por los oídos en ráfagas que nos convierten en otro y en otro, aunque el destino de tal flujo sea en realidad perverso, porque al atravesar los cuerpos sin misericordia busca moldearlos según arquetipos que satisfagan, en el más esperanzador de los casos, formas culturales que gozan de buena reputación, en el más desértico de los escenarios se adivinan las intenciones del implacable bombardeo de mundos alucinantes que traen consigo la promesa de juventud, belleza, poderío, éxito y reconocimiento, afirmando con maestría inigualable ideales que con toda legitimidad también se llaman expresiones culturales. Que tire la primera piedra quien no mantenga relaciones de amor

¹ Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional Autónoma de México.

y de odio con las prácticas consumistas, que se constituyen en el verdadero sujeto de la elección; ellas son las que elige por nosotros, el que nos elige de manera desenfadada reiterando que ya no se trata tanto de vivir bien, en el sentido cavernario de los griegos, sino de pasarla bien, como en el cine del *happy end* y el *just having a nice time*. Todo se vuelve *nice, cool, light*.

Parece fuera de lugar hablar de cavernas desde esta superficie elástica donde reina la coca-cola cero azúcar, los implantes que dan siluetas ebúrneas, los esteroides que magnifican el esfuerzo en el gimnasio, las rutas críticas de la princesa Ana para lograr que los huesos se dejen ver, y los detonadores sintéticos que ofrece la industria farmacéutica en la reelaboración de consuelos metafísicos que presagian que el nihilismo ya no es sólo el huésped más inquietante que acecha ante la puerta, como lo escribe Nietzsche, sino que se ha convertido en un vapor que se adhiere a nuestra piel y la penetra sin apenas darnos cuenta.

Lo audiovisual no es un asunto limitado al oído y a la vista; concierne a la piel, al cuerpo, a la vida. Por eso Deleuze no festeja ni rechaza tal invasión, más bien descubre sus ligazones con lo cultural, la piensa como acontecimiento y busca en ella los signos que agrega al pensamiento, particularmente en las imágenes cinematográficas, porque si el cine tiene alguna finalidad es traspasar la piel, tomar por asalto el tejido nervioso, emocionar.

Nihilismo y diferencia

Lo audiovisual es impensable sin tomar en cuenta el universo de las imágenes que nos embisten y nos invisten forjando una cultura que parece previamente forjada. Las imágenes no se deslindan del problema de la diferencia, que Deleuze sitúa en el ámbito de la ontología para arrancar las máscaras con las que los procesos de globalidad enlucen las composiciones moleculares, los plexos rizomáticos, las distribuciones anárquicas y los crecimientos horizontales. El debate nietzscheano y heideggeriano en torno al nihilismo adquiere matices sugerentes en el pensamiento de Deleuze, quien no habla directamente de la nada, sino siempre por vías quebradas que desembocan en la superficie banal en la que los conceptos habitan descarnados y exhaustos, justo donde la repe-

tición se divorcia de la diferencia y los cuerpos son presa del consumo, y el pensamiento deja de ser una anécdota de la vida para convertirse en cantinela de códigos y clichés. Junto a Deleuze, la nada puede intuirse como sin sentido de superficie que da sentido a lo cotidiano. En Nietzsche, se trata de una nada infinita por la que erramos, mientras que Heidegger la define como ausencia del mundo suprasensible y vinculante.

La nada que expresa el nihilismo en el amanecer de este siglo no parece devastar el pensamiento; por el contrario, se alza como un reto para repensar el sinsentido de superficie que Deleuze señala como destello del sinsentido de profundidad donde el filósofo hunde el pensamiento para crear conceptos según una *lógica* que desborda la ontología fenomenológica que había ubicado el sentido en el mundo, despojándolo de su carácter sagrado; pero también sinsentido en el que el artista se abandona para terminar de una vez con el juicio y con el último rasgo de unificación subjetiva en un quiebre de la causalidad formal al que Deleuze llama *lógica de la sensación*, verdadera errancia que hace visibles las fuerzas de la vida en una figura estética de linaje literario, musical, pictórico, escultórico, arquitectónico, teatral o cinematográfico. Superficie y profundidad se encuentran y se pegan una a la otra dando los híbridos de la superficie profunda y la profundidad superficial. Más allá de las contraposiciones simétricas entre el *es* y el *ser*, hay que considerar el juego vectorial que transcurre según relaciones vivas que ponen a la vista que el trato que Deleuze otorga a la nada no expulsa al ser en cuanto acontecimiento de sentido; el sentido es, él mismo, acontecimiento que no gasta la potencia de un solo sentido para los múltiples sentidos. La importancia para el pensamiento es que al restaurar la dignidad de la nada, se reubica el acto de pensar, y se caracteriza como lo que falta siempre a su sitio, porque el sujeto mismo se disloca debido a que no es un domicilio fijo, sino tránsito de vida; “*es actividad y en tanto tal no es pasivo ni activo: es proceso*”.²

Las relaciones vivas de superficie y profundidad pasan por los abismos de la atracción y del rechazo; se provocan, se revocan, se

² G. Deleuze, *Empirismo y subjetividad*, p. 127.

evocan entre sí, esquivando la tesis heideggeriana según la cual el lugar ontológico por excelencia se afirma donde se es al encuentro del ser, en favor de un nomadismo que al conquistar el carácter del ser, burla los lindes del sedentarismo manifiesto en los postulados de la metafísica occidental. La filosofía de Deleuze es un experimento interminable de la paradoja del territorio más desterritorializado, al que ahora llamamos *nada* para considerar el nihilismo que entreteje cultura y consumo; una nada que no implica negatividad ontológica, sino ausencia de significado. De hecho, señala la esencial ausencia de sentido del ser que es movimiento absoluto, y que no tiene necesidad de ser de algún modo, que simplemente *es siendo*, justamente como lo piensa Heráclito, y lo pone en la genialidad del trazo instaurador de la relación *ser y devenir*, que ubica al ser en la dimensión del tiempo, y que Deleuze presenta como una composición, porque la diferencia entre ellos jamás se subsume a ninguna identidad unitaria. La superficie y la profundidad se rozan sin perder un ápice de su naturaleza; el *entre-dos* que afirma su diferencia es al mismo tiempo el que las pone en cónclave, tal y como acontece con las diferencias entre el concepto y lo a-conceptual, el significado y lo a-significante, la fuerza del sentir y el hecho artístico.

Que el nomadismo haya conquistado el carácter ontológico, supone la renuncia de cualquier lugar específico asignado al ser. El nomadismo, en tal caso, es un desencajamiento del que solamente puede pensarse el <entre> que es límite y flujo que une y separa a la vez; se trata del *spatium* vital que puede decirse diferencia; y es también la nada como sugerencia de lo Otro (*l'autre*), no los otros (*les autres*), sujetos u objetos; ni lo otro del ente, sino lo indiscernible, indeterminable e impersonal que no se aloja fuera de lo que es, como un ladrón siempre a la espera de apropiarse de una migaja que le haría participar en el festín del ser. Esto absolutamente Otro es la presencia nómada, lo siempre otro respecto de sí mismo; el eterno detrás, el revés constante, la franja nebulosa que es el otro lado del pensamiento, lo impensado, la vida, y es también, y sobre todo al mismo tiempo, el otro lado de lo impensado, el pensamiento, el otro lado de la vida, lo vivo, tan nebuloso como la vida misma. Lo Otro no es lo que se oculta, como en la

propuesta hecha por Heidegger en torno al ser que lleva al ente en los trayectos de la eferencia, sino lo que se muestra como otro, heteróclito e inseparable, en una dehiscencia como la que acontece al romperse el pericarpio de la semilla de aguacate.

La relación ontológica y el Barroco

La potencia del *entre* jamás opera como una mediación del ser y el ente, sino como pliegue (*pli*) en el sentido que Deleuze encuentra en Leibniz. El pliegue es un doblez que une y separa al mismo tiempo los dos pisos del Barroco; el piso de las mónadas, y el de los cuerpos: “*Las mónadas son unidades distributivas, según una relación cada uno-todo, mientras que los cuerpos son colectivos, rebaños o agregados de acuerdo con una relación los unos-los otros*”³. El pliegue también señala la relación de sombra y luz que el Barroco logra en los fondos oscuros de mármol negro al que la luz llega por ojivas imperceptibles desde dentro. Las capillas barrocas hacen indiscernible luz y sombra, interior y exterior, y, a pesar de ello, afirman la diferencia de superficie y de profundidad en la autonomía del interior y la independencia del exterior. El pliegue insiste en la pintura de Tintoretto y El Greco:

El entierro del Conde de Orgaz, por ejemplo, está dividido en dos por una línea horizontal, abajo los cuerpos se apiñan unos contra otros, mientras que arriba el alma asciende, por un tenue repliegue, siendo esperada por santas mónadas cada una de las cuales tiene su espontaneidad. En Tintoretto, el cuerpo de abajo muestra los cuerpos víctimas de su propia pesantez, y las almas tropezando, inclinándose y cayendo en los repliegues de la materia; por el contrario, la mitad superior actúa como un potente imán que los atrae, los hace cabalgar pliegues amarillos de luz, pliegues de fuego que reaniman los cuerpos, y les comunica un vértigo, pero un <vértigo de lo alto>; por ejemplo, las dos mitades del Juicio Final.⁴

³ G. Deleuze, *El pliegue. Leibniz y el Barroco*, p. 129. Deleuze va a lo esencial de la mónada: su fondo sombrío del que surge todo.

⁴ *Ibidem*, p. 44. Deleuze retoma el trabajo de Régis Debray en torno al tratamiento que da Sartre a la pintura de Tintoretto.

Más allá de ser una categoría estética, el Barroco se convierte en un barroquismo que aporta tonalidades a expresiones artísticas post-barrocas, como la poesía de Mallarmé, la literatura de Proust y Michaux, la música de Boulez y la pintura de Hantai. La noción *barroquismo* indica un modo de proceder en la producción artística que, por lo tanto, se muestra en cualquier época y en cualquier lugar, aún antes de que el Barroco surgiera como un movimiento contra-reformista, y un procedimiento artístico que lanza la línea recta a su extremo fatal, la curvatura. El barroquismo asoma en la pintura de Uccello,

quien no se contenta con pintar caballos azules o rosas, y trazar unas lanzas como rayos de luz dirigidos sobre todos los puntos del cielo; dibuja sin cesar <*mazocchi*>, que son círculos de madera recubiertos de tela que se colocan sobre la cabeza, de forma que los pliegues del tejido sobrante rodean todo el rostro.⁵

Pliegues de la materia

La red conceptual de Deleuze no puede comprenderse si no se ubica la importancia del <entre>, pensable como un entre dos del tipo estar entre la vida y la muerte (*entre*), sin que ello implique notación numeral porque el dos no se desprende del uno, sino que expresa dos cosas diferentes; también señala <entre muchos> (*parmi*), entre una pluralidad sin número o una cifra inexacta, como en la expresión mujer entre las mujeres. El entre es una presencia que no pasa, que no se detiene ni se agota; es una insistencia, una relación ontológica que acaba con las grietas del pensamiento, dándole una continuidad tan sutil como la del *continuum* que da fluidez a la naturaleza. La diferencia es un pliegue de la materia que ya no se vincula a lo Mismo, el lugar común de la identidad, lo infinito, y la representación. Son éstos los tres sentidos de lo Mismo, los modos en los que el imperio del modelo y la copia alcanza solidez, y la identidad subsume toda diferencia. La recurrencia de lo Mismo impide que la diferencia se piense por sí

⁵ *Ibidem*, p. 49.

misma, pues no es sino la forma que se desprende de la dialéctica platónica de las relaciones interiores de identidad y las relaciones exteriores de semejanza, con las que se garantiza el estatuto del ser como Uno, porque incorpora lo diverso, lo múltiple, y lo atemporal del devenir.

El pliegue es un concepto que también Heidegger considera al pensar la diferencia, pero el sentido que hace prevalecer es el de una caída (*tombé*) con la que retrata las alternancias del ocultamiento del ser en la relación de lo óntico y lo ontológico. Deleuze explica que la diferencia planeada por Heidegger no remite a lo indiferenciado, porque se trata de un proceso de diferenciación que se efectúa desplegándose y replegándose incesantemente en ambos lados a la vez, afirmando el carácter co-extensivo del velamiento y el desvelamiento del ser, de la presencia y la retirada del ente.

El vínculo de cavernas y superficies alcanza pertinencia al resignificar desde criterios dinámicos el problema de la identidad y sus productos, los pretendientes bien fundados a los que la metafísica suele poner en la égida del no-ser, y llamar íconos, ídolos, imágenes falsas, o simplemente simulacros, y a los que Deleuze piensa como falsos pretendientes; falsos no en sentido epistemológico ni moral, sino en cuanto que falsean las filias del modelo y la copia. Los simulacros liberados del ser entendido como Uno subyugante de toda diferencia, son ellos mismos diferencia expresada como síntesis disyunta, es decir, como relación ontológica que no se separa de lo así relacionado, pues la síntesis disyunta es una serie, una cosa, una imagen; lo que soy, lo que eres, lo que somos. Lo igual de la diferencia. Lo que la síntesis disyunta coliga son los simulacros, dando a la superficie una continuidad que es el fulgor de la continuidad de las profundidades cavernarias. El pensamiento de la diferencia alcanza un punto supremo cuando se establecen relaciones del simulacro con el simulacro.⁶

El *otro lugar* del acto de pensar, entonces, no se sitúa en ningún lado porque es una actividad, el acto de pensar, un movimiento *in situ*, o movimiento inmóvil fuera de los espacios de la representa-

⁶ Véase, G. Deleuze, *Diferencia y repetición*, p. 32 y ss.

ción, donde el nomadismo es la agitación del ser del simulacro y el simulacro del ser. <Fuera de los espacios de la representación> significa que el pensamiento surge al des-atarlo de toda relación de interioridad que indefectiblemente re-conduce al modelo de la identidad y el sedentarismo. El otro lugar del acto de pensar es correlativo al barroquismo; un procedimiento absolutamente artístico porque se trata de “*la potencia de desarrollar soberanamente todas las cosas y la extraña serie de caperuzas de pliegues que Uccello encuentra más reveladoras que las magníficas figuras de mármol del gran Donatello.*”⁷ Tales desarrollos solamente prosperan al sacar la diferencia de las fronteras de lo Mismo y alcanzar un punto secreto en el que lo diferente únicamente se ponga en relación con lo diferente, dando un privilegio a la exterioridad de las relaciones; no a las relaciones de exterioridad, que, de acuerdo con el Barroco, serían relaciones de luz. La exterioridad pertenece a toda relación, sea interior o exterior; es lo ontológico de la propia relación, lo que afirma la diferencia como simulacro y el simulacro como diferencia.

El poder del cuerpo

*Todos los conceptos tienen historia*⁸; la historia del simulacro pasa por los socráticos y los estoicos, y llega a la filosofía de Nietzsche, quien le da un tratamiento de fuerza, cuyo modo de ser es la relación, lo cual implica que no puede pensarse filosóficamente una fuerza aislada. El ser de la fuerza es plural e intensivo; es un Afecto, en el sentido planteado por Spinoza; es el efecto de un cuerpo sobre otro cuerpo, una afección que modifica la potencia, agregándola o disminuyéndola. En ese aspecto, es un estado corporal que entraña duración. *Nadie sabe lo que puede un cuerpo.* Y nadie sabe porque lo que puede un cuerpo es ser afectado; lo que puede un cuerpo es relacionarse en reciprocidad con el poder de ser afectado de otros cuerpos; nadie sabe porque lo que puede un cuerpo es justamente lo que lo hace cuerpo, lo que puede es ser determinante y determinado a la vez. El poder de ser afectado

⁷ Véase G. Deleuze, *El pliegue...*, p. 49.

⁸ Véase G. Deleuze y F. Guattari, “¿Qué es la filosofía?”, pp. 37-43.

no es una probabilidad abstracta, sino la condición más íntima e irrenunciable del cuerpo, el cual no es un cuerpo-organismo sumariamente entendido, sino un *cuerpo sin órganos*, dicho en el lenguaje de Artaud; un cuerpo colectivo anunciado por Leibniz.

El poder de ser afectado es la otra cara del poder de afectar. Uno de los rasgos más fascinantes de la filosofía de Deleuze es el juego paradójal que obliga a considerar el pensamiento en un solo golpe con lo impensado, el sentido y el sinsentido, el envés y el revés, lo anterior y lo posterior. La inseparabilidad de los dos pisos del Barroco posee este matiz dado por la paradoja que es la responsable de afirmar la exterioridad de las relaciones haciendo posible que todo pueda ponerse en relación con todo, tanto en las superficies donde proliferan los devenires conceptuales gracias al prodigio de la Y, como en la profundidad de los cuerpos en la que los devenires sensibles operan por contagio, como los virus. Las relaciones de superficie y las de profundidad son movimientos isomorfos: la Y conecta sinsentidos de superficie; por su parte, el contagio viral es el *modus operandi* de las relaciones del sinsentido de profundidad que hace del vacío pura sensación que el arte captura. La Y hace de la nada un nihilismo afirmativo, incorporal de suyo, pero que tiende a corporeizarse y afirmar la diferencia que subsiste a la igualación reinante en la superficie. La igualación impuesta por los intercambios del consumo es otra cosa: una hegemonía de las relaciones de exterioridad que lo único que afirman es la interioridad de sí mismas, y perfilan la cultura dando la ilusión de que el deseo es una cosa privada que decidimos. Deseo de objeto, arborescente, detrás del cual vibra el deseo de desear, que es rizomático. Pero ese dato no interesa en los objetivos del mercado.

Lo que trae el fenómeno de lo audiovisual al pensamiento

No es raro encontrar filosofías que deploran la propagación del fenómeno de lo audiovisual y la trivialidad a la que arroja, al implantar en nosotros los placeres del tener. Deleuze da una lectura en otro sentido; lo audiovisual, dice, trae al pensamiento nuevos signos, opsignos y sonsignos, verdaderos indicios de estados corporales que son al mismo tiempo actitudes vitales que convulsionan la filosofía. El sinsentido de superficie en el que se juega la

existencia es una plataforma desde la cual el pensamiento puede ascender hacia abajo y afirmar la univocidad dicha como *un sólo mar para las infinitas gotas*, que significa que todos los fenómenos son fenómenos de Sentido, fenómenos del ser unívoco que es plural y dinámico. Lo audiovisual es uno de estos modos, un simulacro que se relaciona con otros simulacros, en la superficie, en la exterioridad de los cuerpos, que son la misma cosa que las cavernas, un lugar atópico en el que hay dimensiones, horas, lugares, zonas tórridas y glaciares. Un lugar donde no se ha ensayado todavía la moderación, una geografía exótica y exuberante desde la cual la *hybris* se fuga de sí misma en los aforismos del pensamiento. La caverna es el presocratismo en persona, lo que caracteriza un modo de pensar y un estilo de vida, “*es la esquizofrenia propiamente filosófica, la cavidad absoluta cavada en los cuerpos y el pensamiento, la que hace que Hölderlin, antes que Nietzsche, supiera encontrar a Empédocles.*”⁹

A modo de fuga

Tal vez uno de los signos más significativos en nuestros días es el creciente fenómeno de lo audiovisual, que recoge las innovaciones de las diversas expresiones artísticas e incide directamente en la superficie de los cuerpos, transformando los deseos gracias a la penetración de nuevos estilos de vida que hacen palidecer las actividades cotidianas, que suelen transcurrir sin alcanzar apenas significado. Solamente quien sigue enamorado de la idea de que el arte es una práctica reservada a los llamados artistas, el pensamiento una actividad solemne y sagrada, y la cultura es un objeto de lujo que recoge las formas de los valores positivos, no ve que arte y pensamiento nos arrollan, y que la cultura no es mero asunto de axiología. Quien va por la vida con ese talante, seguramente no experimenta la estetización que nos abrasa en sus fuegos, y no puede pensar que la pulsión de consumo es una pulsión del pensamiento que tiende a derrocar a sí mismo para reinventarse. No está apto para sentir que más allá de la atracción superficial,

⁹ G. Deleuze, *Lógica del sentido*, p. 140.

el consumo es una conflagración que propicia el nacimiento de formas culturales que a su vez presiden modos nuevos del pensamiento. No acepta que consumir es también ser consumido, abjurar de la verdad de la carne, optar por siluetas anoréxicas que afirman la estructura justo en el sentido inverso en el que Francis Bacon pinta las crucifixiones; no admite que consumir es entrar al paraíso de las formas, pedir las como se pide un chocolate en un intercambio mercantil, y que este acto grosero está por detrás de lo propiamente artístico, la de-formación.

La potencia de desarrollar soberanamente todas las cosas, afirmada por Deleuze como barroquismo, es un rasgo del pensamiento, una voluntad artística y una actitud vital que solamente se hace posible al abandonar la fórmula de lo Mismo y sus relaciones internas de identidad y externas de analogía, para arriesgar el pensamiento a la diferencia considerada por sí misma como simulacro. La cultura no se desmorona con las banalidades; ella misma es un haz de formas de la banalidad de superficie, una fulguración de relaciones en profundidad, un simulacro, un fenómeno de Sentido ligado a las variadísimas prácticas del consumo, el cual es a su vez consustancial a los procesos de globalidad. Las formas culturales afirman relaciones que son síntomas corporales que dejan adivinar la inseparabilidad de caverna y superficie.

Bibliografía citada

- Deleuze, Gilles, *Conversaciones*, Pre-Textos, Valencia, 1999.
- _____, *Diferencia y repetición*, Júcar, Madrid, 1988.
- _____, *El pliegue. Leibniz y el Barroco*, Paidós, Barcelona, 2004.
- _____, *Empirismo y subjetividad*, Gedisa, Barcelona, 2002.
- _____, *Francis Bacon. Lógica de la sensación*, Arena Libros, Madrid, 2002.
- _____, *La imagen-movimiento. Estudios sobre cine 1*, Paidós, Barcelona, 1994.
- _____, *La imagen-tiempo. Estudios sobre cine 2*, Paidós, Barcelona, 1996.
- _____, *Lógica del sentido*, Paidós, Barcelona, 1998.
- _____, *Nietzsche y la filosofía*, Anagrama, Barcelona, 1998.

_____, *Spinoza y el problema de la expresión*, Muchnik, Barcelona, 1999.

_____, F. Guattari, *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*, Pre-Textos, Valencia, 2000.

Heidegger, Martín, *Conceptos fundamentales (Curso del semestre de verano, Friburgo, 1941)*, Alianza, Madrid, 1994.



2

CULTURA, ARTE Y CONSUMO.

¿CONTRASTE, SIMBIOSIS,
COMPLEMENTARIEDAD?

¿CONSUMO CULTURAL O CULTURA DEL CONSUMO?: UN ACERCAMIENTO CRÍTICO-TEÓRICO

Alicia Pino¹

Consumir es destruir, extinguir, pero al mismo tiempo y por ese sólo hecho es pertenecer, incorporarse, diferenciarse. [...] los cambios en los símbolos expresivos y las formas, por difícil que pueda ser para la masa del pueblo absorberlos rápidamente, no hallan resistencia en el ámbito mismo de la cultura.

Néstor García Canclini

Presupuestos contextuales: el lugar del consumo en el mundo vivido

El cambio e impacto de las transformaciones de lo cultural y su presencia en las estructuras tradicionales económicas se hizo visible en su madurez en la segunda mitad del siglo XX. La generalización de esta etapa estructural del capitalismo pretendía convertir, al decir del mismo Galbraith, a los ciudadanos en consumidores en la que denominó “Sociedad de la opulencia”.

El hecho de que la sociedad asumiera como distinción madura su cualidad de ser “de consumo de masas”, involucró decisivamente a los ciudadanos en el mecanismo de circulación de las mercancías, ya no como productos de satisfacción puramente natural y de naturaleza objetiva, sino *desde las necesidades del mercado* a través de la usurpación de “espacios”, no sólo territoriales-geográficos, sino simbólicos, subjetivos. Estos presupuestos propiciaron el crecimiento significativo, y la transformación cualitativa del consumo.

¹ Instituto de Filosofía de La Habana.

De esta forma el consumo se hace visible epistemológicamente en los estudios de las Ciencias económicas y sociales, entre otros.

En un excelente ensayo que evalúa no sólo en México sino en el continente los estudios sobre el consumo Ana Rosa Mantecón valora:

A pesar de los importantes avances realizados en los últimos años en términos de construcción teórica y de líneas de investigación, *el estudio del consumo cultural se sigue planteando como un desafío teórico y metodológico. Teórico, porque no se ha construido aún un enfoque transversal capaz de describir y explicar los procesos de consumo cultural, que son regulados por racionalidades diversas (económicas, políticas, simbólicas) y que se encuentran íntimamente vinculados a una gama amplia de prácticas y fenómenos sociales que los atraviesan y condicionan;* metodológico también, puesto que no se han evaluado suficientemente los alcances y límites de la aplicación de técnicas cualitativas (como la entrevista individual y grupal, la historia de vida y el relato, el análisis del discurso, la observación participante, etc.) y cuantitativas (la encuesta) en el estudio del consumo y la recepción artística. Aún quedan relevantes cuestiones por dilucidar...²

Desde la perspectiva estética de nuestras investigaciones³ habíamos establecido nuestra inconformidad en el mismo sentido evidenciado en este ensayo, la necesidad de la elaboración teórica de este concepto. Contábamos con un arsenal crítico: las bases teórico-metodológicas que había establecido Marx para el análisis de las relaciones en las cuales analizar la mercancía y donde el consumo tenía un lugar. Pero teníamos la certeza por investigaciones anteriores de que dando razón al propio Marx, el consumo, el mercado y la mercancía habían seguido “viaje” junto a la transformación necesaria de una formación económica social que aun “no había dado todo de sí”. Era por eso, en un nuevo contexto, que

² Ana Rosa Mantecón, “Los estudios sobre consumo cultural en México”, p. 9.

³ Grupo de estudios sobre Estética, Arte y Cultura. Proyecto Coordinadas epistemológicas para el análisis estético-filosófico de la cultura y su relación con el consumo. Instituto de Filosofía. Cuba.

establecíamos un reto conceptual que debería llevar a su resignificación del consumo a partir del análisis crítico de la teoría que sobre él se había pronunciado.

El consumo se hacía pertinente en la búsqueda de coordenadas para el análisis de la cultura por ser aquel elemento que demostró tener mayor capacidad de transformación y movilidad en la estructura tradicional del capitalismo y se constituyó en el mediador esencial de la reestructuración del capital en “su gran transformación” (Polanyi, 1944)⁴ en la salida de la crisis del capitalismo y su expansión tras la posguerra, adicionalmente, había sido vía y móvil para la reconstrucción de la sociedad en su corta expansión neoliberal que determinó como centro el mercado.

Su resignificación (del consumo) no pasaba sólo por determinar su distinción como consumo cultural (elemento elaborado en los Estudios Culturales y en los estudiosos que seguían tal tendencia) ya que esto poco aportaba a su lugar en el entramado de las relaciones económicas del capital, tal explicación no tributaba a los aspectos básicos para comprenderlo desde una valoración teórica. Había que dilucidar el por qué había adquirido su condición de cultural.

Considerábamos que este aspecto adquiriría significado político-epistemológico, y que entenderlo era y es esencial para proponernos *un cultural “otro”*, alternativo a la dominación múltiple del capital⁵, ya que sus nuevas distinciones asumían en un existir nuevo e irreverente lo que había separado a la cultura como fragmento en el paradigma moderno de aspectos tales como, la cotidianidad, la masividad, lo útil, y otras, que han sido asumidos hoy en el consumo como parte suya, constitutiva en valores, paradigmas, imaginarios, sensibilidades, significados, identidades, proyectos de futuro que están y existen hoy en una cultura que ha extendido su objeto.

Es por eso que la problemática del consumo necesita, en las circunstancias actuales, claridad epistemológica desde la valoración y conceptualización de lo cultural. Su comprensión desde

⁴ Kart Polanyi, “La Gran Transformación, crítica del liberalismo económico de 1944”.

⁵ Ver el despliegue del concepto de *dominación múltiple del capital* en: Gilberto Valdés Gutiérrez, “Las trampas de la Globalización”.

este ángulo se constituiría en base conceptual necesaria para otras indagaciones pertinentes desde la sociología, antropología, etnología y otras. Y es desde este punto de vista que consumo y cultura se relacionan de una forma nueva que tiene como base una reestructuración de la naturaleza de las mismas como esencia del capital.

Aceptamos entonces una mirada otra proveniente de una re-significación del contexto de transformación sociocultural que se inicia en el capitalismo de fines del siglo XIX y alcanza hasta nuestros días y que explica la cultura hoy como: la territorialidad⁶ donde existe el ser humano actual en las relaciones múltiples que lo construyen y transforman real e imaginariamente. Tal territorialidad condiciona su existir contextual específico como difuso en sus fronteras del vivir, y lo distingue como ser que conoce, produce, gusta, desea y siente, sin que en esta su condición de cultural sea posible la separación normativa o elitista de tales prácticas, capacidades, habilidades y sensibilidades. En este sentido la cultura es el modo de vida del hombre actual lo que nos coloca ante la tarea fundamental desde las prácticas y desde el saber de superar (desde una mirada otra imaginando otro mundo posible) la fragmentación que ha sido ya reconstruida e instrumentada desde el poder hegemónico del capital.

Un espacio configurador de símbolos, sentidos y significados que requiere de enraizamiento en una territorialidad contextual. Configuradora de espacios comunes: para grupos, movimientos, agrupaciones humanas. Un factor primordial de socialización y representación. Portadora de información que contiene los elementos simbólicos (de las prácticas humanas) y la conservación y distribución de contenidos culturales vinculados a prácticas sociales. Un sistema de conocimiento aprendido para juzgar, percibir, crear, evaluar, actuar, el espacio de apropiación de símbolos re-

⁶ Leonardo Lavanderos, "La organización de los Sistemas Cultura-Naturaleza". Tesis Doctoral, Facultad de Ciencias, Universidad de Chile, Santiago, Chile. 2002. "Defino culturas como meta-configuraciones organizadas sobre la conservación de pautas de agenciamiento (lo que uno hace suyo) y pertenencia (uno se hace parte de).

significados, de referentes propio. Un conjunto de normas, mitos e imágenes que son asumidos por el individuo y determinan sus sentimientos e instintos.

Es desde esta mirada que abordamos aquí el problema del consumo.

Su impacto ha sido reconocido incluso en Cuba. Se ha estudiado a través de indagaciones sociológicas y antropológicas que siguen careciendo de un fundamento epistemológico. Estudios que han interpretado desde nuestro peculiar acontecer la existencia de la masividad de la cultura efectiva⁷, sobre las formas en que hombres y mujeres se apropian de los bienes culturales, su uso en su tiempo libre, sus preferencias, pero en el universo purista, las mas de las veces, de lo cultural asumido todavía en la expresión de una fragmentación entre lo espiritual y material, objetivo y subjetivo de la cultura. La significación de autores tales como Canclini y Barbero se evidencia como fuente fundamental y base epistemológica de tales estudios.

De aquí nuestro presupuesto inicial de que se hacen necesario otros análisis en un universo teórico más universal porque, a nuestro juicio, su resignificación pasa por entender que no es suficiente ponerle, al consumo, su distinción de cultural para separarlo del consumismo como tendencia, esto no aclara su lugar en el entramado de las relaciones sociales, tampoco aporta a los aspectos básicos para comprender su impacto, desde una valoración teórica y en las prácticas: entender a los hombres y mujeres que en la sociedad lo significan, las mas de las veces a través del deseo y no de su realización efectiva. Sin embargo su existencia en lo cultural rebasa definitivamente su lugar en la satisfacción de necesidades naturales y nos coloca ante la paradoja de la sostenibilidad de una sociedad que pretende lo suntuario, el gasto improductivo y la soberanía del deseo como ideales.

⁷ Si la teoría desde los centros de poder ha fundamentado críticamente el fenómeno de la cultura de masas, debe ser reconocido que mucho nos falta desde el pensar alternativo al capital para no sólo elaborar, sino llevar a las prácticas la masividad de la cultura que debe ser un hecho cualitativo y no meramente numérico.

Pero siempre, en su existir histórico, reconocemos que el consumo se hace efectivo en un acto que mucho tiene de singularidad e individualidad. Por tanto su naturaleza se ha tornado paradójica, vincula a hombres y mujeres a redes de circulación de mercancías en el modo que las haga posible. Es por eso que la aceptación de un consumo masivo abrió para investigadores sociales un espacio de confrontación teórica que no termina todavía.

Su visibilidad epistémica fue creciendo. La muestra es que desde diferentes saberes y con diferentes perspectivas se intentó explicar los nuevos mecanismos de inserción de las masas en los procesos socioculturales de la nueva sociedad del capital tras la Segunda Guerra Mundial. Era la maduración de una sociedad ganada en buena parte por las mismas masas, que suponía estados de bienestar que “ofrecían” un mejoramiento de condiciones de vida en las posibilidades de adquisición a través del consumo de artefactos, y por consiguiente el aumento de estos mismos artefactos en adquisición creciente darían fe de una sociedad que masivamente lograba crecimiento económico.

Dilucidar la problemática del consumo, entendida desde el análisis estético filosófico, supone la aceptación como base de un proceso de estetización que impacta la sociedad actual y la aceptación de una simbiosis de la cultura con la economía en un proceso de cambio cultural. Partimos del hecho de que la relación de la cultura con la economía dislocó para siempre las estructuras tradicionales que se consideraban más o menos inamovibles, inscritas en el saber moderno, esta relación existe a través de múltiples mediaciones: consumo, industrias culturales, prácticas comunicativas, cultura de masas y otras.

Insistimos en el hecho de que el origen de tal proceso puede ser determinado en el origen de la sociedad del consumo, sociedad del consumo *ostentatorio* como fundamentara Veblen, en las décadas finales del siglo XIX, que adelanta Estados Unidos como nación, con la realización de una segunda revolución científico técnica y significa como signos: la visibilidad de las masas, la transformación de la prensa y la opinión pública, y como rasgo la espectacularidad presente en las campañas políticas, los cambios de sentido de las prácticas artísticas y sobre todo en la oferta de las

mercancías a través de la publicidad y la promoción.⁸

Maduran tales condiciones en el período de los Estados de Bienestar tras la Segunda Guerra Mundial lo que permite, entre otros, los lúcidos análisis realizados por la Escuela Crítica primero, en particular Benjamín y Adorno, más tarde Marcuse y otros de sus pensadores en polémica abierta sobre la pérdida efectiva de la modernidad como “ilustración” en una nueva racionalidad correspondiente al dominio del poder. Y ya en los sesenta por Guy Debord, entre otros, abriendo el camino hacia la teoría que desde la década del 60 intenta repensar la teoría desde esta transformación radical.⁹

Por tanto la mirada estético/cultural, *anclado su objeto en lo filosófico*, conduce a la posibilidad de cuestionarnos que tales discusiones sobre la cultura del consumo o el consumo cultural, parecen obviar los presupuestos generales. Tal relación aparece mediada por la masividad que no es sólo, ni mucho menos, un problema acotado al consumo, y al origen y desarrollo de las industria culturales.

⁸ Ver: Alicia Pino, “Multiculturalidad, desarrollo y dominación. La cultura del consumo: problemas actuales”, en: *Estética. Enfoques Actuales*. Editorial Félix Varela, C. Habana, 2005. Debe ser considerado que lo que en las primeras décadas del siglo XX, fue sentenciado por Freud como “malestar de la cultura”, encuentra ya, desde las décadas finales del siglo XIX, malestares y preocupaciones en sociólogos, economistas, artistas (Tarde, Walas, Henry York, Durkheim, Veblen, Le Bond “los socialistas fabianos” entre otros, que distinguen sobre todo el ascenso de las masas en las estructuras sociales y políticas a la vez que económicas, su visibilidad. El arte por su parte, junto a el impacto de técnica y ciencia (electricidad, cine, fotografía, teléfono y otros), se mostrara ya irreverente y novedoso ante la transformación sociocultural, es el Modernismo. Ver, Pino, Alicia. José Martí: De la modernidad al modernismo. Revista Ciencias Sociales. No. 40-41.

⁹ Estudiosos como: Jean Baudrillard —el consumo como lenguaje de los objetos-signos; Frederic Jameson, el consumo como ideología del capitalismo tardío; Zygmund Barman, el giro desde la “ética del trabajo” a la “estética del consumo”; Michel de Certeau, el consumo como subversión; Pierre Bourdieu, estratificación y distinción social a través del consumo; George Ritzer, el consumo como el “encanto de un mundo desencantado”; Mary Douglas y Baron Isherwood, en defensa del consumidor; George Bataille, el consumo improductivo; Michel Maffesoli, el consumo tribal, orgiástico y errático; Claude Grignon y Jean Claude-Passeron, las condiciones de posibilidad simbólicas del consumo popular; Mike Featherstone, Pasi Falk y Colin Campbell, las nuevas teorizaciones sobre la cultura del consumo, y otros, entre ellos los latinoamericanos que son analizados en este texto.

Las investigaciones sobre el consumo determinan ya como su objeto el cuestionamiento de un ciudadano que deviene consumidor; una actitud en la praxis que se dice cualitativamente creativa en sus escarceos de compra y consumo y que afirma que solo en la asunción de esta individualidad encuentra la ‘única forma de libertad y soberanía’. La teoría, en una buena parte, ha refrendado el hecho, de que en el consumo se afirma la individualidad y los espacios de libertad.

Se señala que a través del consumo en el mercado existimos es un espacio privilegiado de articulación entre realidades culturales y la práctica concreta de los individuos. Que el consumo, en tanto función económica, se ha convertido en nuestro tiempo en una función simbólica,¹⁰ la base de tal proceso son los vínculos entre los procesos globalizadores y la emergencia de un nuevo orden social, en términos de inclusión y exclusión social. La presencia de una nueva dinámica productiva, de las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información y la transformación del significado del trabajo en la vida cotidiana de los sujetos provoca en la denominada sociedad de “consumo” estilos de vida atravesados por la mercantilización creciente de todas las esferas de la vida, impacta en la configuración de las identidades sociales, en el uso del tiempo libre y el significado del ocio.

Canclini argumenta: “...el consumo se convierte en un círculo mágico de apropiación de capital simbólico, donde se construyen relaciones complejas entre los individuos para configurar identidades, a través de ese proceso, que encierra en sí mismo un valor simbólico y por tanto forma parte de la dimensión cultural de los individuos, así pues [...] es cada vez mayor el número de individuos que desean ser identificados, no por su base ocupacional [...] sino por sus gustos culturales y sus estilos de vida.”¹¹

El consumo ha pasado de ser una necesidad individual a una expresión social, donde el individuo es forzado por medios artifi-

¹⁰ Álvaro Cuadra. *América Latina: de la ciudad letrada a la ciudad virtual*. Primera parte: La ciudad del consumo. La ciudad sin rostro. El consumismo: consumación. De la mitología burguesa, p.13. Es propiedad intelectual n°: 114.238. Santiago de Chile. Año 2003.

¹¹ Néstor García Canclini, *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, p. 49.

ciales –como la publicidad– a ir más allá de sus necesidades elementales y construirse por la incitación de la novedad, la moda, supuestas mejoras, comodidad o aceptación; una identidad basada en el hecho de comprar y utilizar los bienes y/o servicios que los productores ponen a su alcance.

Los hombres, dice García Canclini, nos relacionamos y construimos significados en sociedad, pero también tenemos prácticas sociales y culturales que dan sentido de pertenencia y hacen sentir diferentes a quienes poseen una misma lengua, semejantes formas de organizarse y satisfacer sus necesidades. Para poder conseguir tal cosa, la estructura social y los individuos subliman los objetos de consumo convirtiéndolos en sustitutos de otras necesidades o deseos. *Consumir significa, seguridad personal, poder, sexo, violencia, personalidad, atractivo sexual, libertad y cosmopolitismo.*

Pero también se evalúa el hecho de que el consumo se constituye como una vía de consolidación de las diferencias más que de igualación social, como se proponía el modelo fordista de producción. Un espacio dominado por la aparente conexión informativa, la publicidad como versión sublimada e hipervisible del espectáculo cultural, los hábitos, pautas y normas de consenso y el cuestionamiento del ser social de la masa, nuevas relaciones entre la “cultura cotidiano-mediática”.¹² Situaciones de contacto que ya no se limitan al modelo de la cultura tradicional y nacional, basadas en lo étnico o en un estilo de vida definido, sino que se ajustan al juego libre e individualizado de elementos étnico-culturales y estilos de vida, se han convertido en mercancías o información que circulan en las redes de la comunicación global como nuevos referentes para la producción simbólica que se refleja en una nueva praxis simbólico-estética.

Lo que no parece ya tan obvio en tales puntos de vista es de *qué consumidor hablamos y qué parte y como le corresponde el consumo,*

¹² César San Nicolás Romera “Transculturalidad y conflicto: una reflexión sobre etnocentrismo y medios de comunicación dentro de la dinámica semio/socio/comunicativa”. César San Nicolás Romera es doctor en Filosofía y Letras (Filología Hispánica) y Profesor de Creatividad Publicitaria e Imagen Corporativa en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación.

y cómo va a ejercer su soberanía en este mundo de *desconectados* y *excluidos*, lo que nos hace volver a aquella afirmación de Jameson, donde afirmaba que sin determinar la contextualización que corresponde corremos el riesgo de “una visión de la historia actual como mera heterogeneidad, como diferencia fortuita o como coexistencia de una hueste de fuerzas diversas cuyo impacto es indecible.”¹³

Desde los saberes: donde el consumo asoma como objeto de indagación

La afirmación que hacemos de que *el consumo es aquel aspecto que demostró tener mayor capacidad de transformación y movilidad en la estructura tradicional económica del capitalismo y se constituyó en el mediador esencial de la reestructuración del capital en “su gran transformación”*¹⁴ supone una indagación más específica en las fuentes y origen de tal transformación.

La apocalipsis señalada por variados autores a algunos de los pensadores de la Escuela Crítica es consecuencia, sobre todo de una aceptación actual y a ultranza de esta nueva relación entre la cultura y la economía como base sustantiva de otros tantos metarrelatos *encubiertos*, que nos dicen *como ser y hacer* en la sociedad actual: era del acceso, sociedad de red, era postmedia y otros hacen *obsoleto* el hecho de que tales propuestas desde la cultura y el consumo solo son posibles para menos de un tercio de hombres y mujeres en nuestro existir planetario.

Vale entonces resaltar al menos algunas de las propuestas teóricas de la escuela Crítica teniendo como hilo lógico la fuente de la enajenación y la alienación que ellos señalaban ante un mundo donde la mercancía se convertía en fantasmagoría y la cultura en industria.

Tanto Benjamin como Adorno parten de análisis de Marx del capital donde ya estaba contenido el hecho de que en el proceso del

¹³ Jameson, F. *La Lógica cultural del capitalismo tardío*. Centro de Asesoría y Estudios Sociales, p. 4.

¹⁴ Alicia Pino, “¿Crisis de la cultura? O ¿Cultura de la crisis? Ponencia presentada en la Jornada Científica del Instituto de Filosofía. Ciudad de la Habana, noviembre de 2009.

consumo, como cualidad, se produce la manipulación subjetiva a través del deseo y las necesidades. “La producción le da al consumo su determinación, su carácter, su *finish*. De la misma forma que el consumo le daba al producto su *finish* como producto, la producción le da su *finish* al consumo. En suma: el objeto no es un objeto en general, sino un objeto determinado que tiene que ser consumido de una forma determinada, que ha de ser a su vez mediada por la producción misma. El hambre es hambre, pero el hambre que es saciada con carne guisada comida con cuchillo y tenedor es un hambre muy diferente de aquella que es saciada devorando carne cruda con la ayuda de las manos, uñas y dientes. No sólo el objeto del consumo, sino también la forma del consumo es producido, en consecuencia por la producción, no sólo objetiva sino también subjetivamente. La producción crea, por lo tanto, a los consumidores”.¹⁵

Benjamin, que intentaba determinar las fuentes de la alienación y la enajenación en su extensión en la cotidianidad, aspectos que fueron consideradas antes irrelevantes para la teoría filosófica; multitudes, las masas, cotidianidad. Su estudio a través de Baudelaire, que lo había a su vez identificado en Poe de este aspecto, lo hizo distinguir, el “pasaje”: «El pasaje es la calle sensual del comercio, hecha sólo para provocar el deseo. [...] en esta calle las linfas vitales se represan, la mercancía prolifera a lo largo de las fachadas de las tiendas, conectándose en nuevas y fantásticas relaciones, como en un tejido ulcerado»¹⁶, era “triturar el aura”, (la manifestación irreplicable de una lejanía por cercana que pueda estar. Descansar en un atardecer de verano y seguir con la mirada una cordillera en el horizonte o una rama que arroja su sombra sobre el que reposa, eso es aspirar el aura de esas montañas, de esa rama).

El derrumbe del aura, tenía para Benjamin, dos circunstancias condicionantes que dependían de la importancia creciente de las masas: “ellas” pretenden acercar espacial y humanamente las cosas como una aspiración, como su tendencia a superar la singularidad de cada dato acogiendo su reproducción, quieren adueñarse de los

¹⁵ Carlos Marx, *Grundrisse*, p, 11-13.

¹⁶ Tomado de *Modernidad y Espacio*, Benjamin en París, Renato Ortiz, Colección: Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación, 2000.

objetos en la más próxima de las cercanías, en la imagen, más bien en la copia, en la reproducción. Y la reproducción (publicitada, promovida en los periódicos ilustrados y los noticiarios, se distingue inequívocamente de la imagen. “Se denota así en el ámbito plástico lo que en el ámbito de la teoría advertimos como un aumento de la importancia de la estadística. La orientación de la realidad a las masas y de éstas a la realidad es un proceso de alcance ilimitado tanto para el pensamiento como para la contemplación.”¹⁷

Tanto para Benjamín como para Adorno el valor de uso de la mercancía, en el acto de la compra se adiciona la seducción de la apariencia sensible que se convierte así también en portadora de una función económica. Esta relación asocia el valor a las “propiedades físicas” del objeto como producto. El papel de *la innovación* en la regeneración de la demanda la convierte en una instancia con “poderes” capaz de transformar la organización sensitiva, la estructura de su percepción, sus necesidades y la satisfacción de las mismas. Por tanto se determina que estos aspectos se someten también a las funciones de reproducción del capital.

Para Benjamín la finalidad última del capital es la apropiación mercantil completa del individuo: la domesticación de sus anhelos incumplidos, la reorientación de su atención, la redefinición de su cuerpo, de la percepción de sí mismo y la realidad, la remodelación de su lenguaje, la reestructuración de su sensibilidad y su valoración.¹⁸

Hoy, pagamos no el uso sino la pertenencia que implica y la satisfacción de nuestra fantasía (nuestra o inducida (las marcas). En un caso el valor de uso sólo puede ser localizado en la fantasía del cliente, en el otro, el valor de uso se identifica con el valor de cambio.

El *esplendor*, como la superficie de esa realidad, adquiere poder *estupefaciente*. Así afirma Kohan: “Una seducción excitante, caliente, lasciva, una magia cautivante y encantadora, las mercancías seducen al sujeto lo acarician, lo envuelven y enamoran mostrándole un orden perfumado y rutilante, aparentemente autónomo y autosuficiente”¹⁹

¹⁷ W. Benjamin, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, p.5.

¹⁸ Ver: José A. Zamora, *La cultura como industria de consumo*. Su crítica en la Escuela de Francfort.

¹⁹ Néstor Kohan, “Marx en su tercer mundo”, p. 127.

No sólo el arte se ha vuelto mercancía, sino que la mercancía a su vez se ha transformado en arte. Según este concepto la apariencia, detrás de la cual se sospechaba se escondía las cosas mismas, ha evolucionado hasta convertirse en esencia. Según Baudrillard detrás de las imágenes el mundo se esconde, se diluye, es un simulacro, Benjamin determina ya la capacidad de disfrute de la materialidad de las cosas independientemente de su valor de cambio. La mercancía habla al deseo, los promueve como parte de identidad la individualidad.

Ha señalado P. Bruckner que lo decisivo del contacto con las mercancías en el capitalismo consumista no es tanto el acto de apropiación, cuanto dejarse embriagar por los bienes que no se adquirirán.²⁰ Esto significa que no sólo el trabajador es convertido en mercancía cuando se ve obligado a vender su fuerza de trabajo, sino que también el consumidor se ve envuelto en ese proceso que transmuta a todos y todo en mercancía. Y si esto es así, nos encontramos ante un fenómeno de dimensiones universales.

La otra cara de tal transformación es según Adorno *la industria cultural*.

El significado epistemológico del concepto de Adorno pasa por su entendimiento de que la industria de la cultura es inseparable del consumo masivo y el tiempo libre necesario para el mismo. En este sentido esto es lo que permite la universalización del fetichismo de la mercancía, que se desprende del hecho de que todas las mercancías necesitan crear la ilusión de un valor emocional, de vida, cultural, más allá, independientemente o incluso contra su utilidad. Pero también el ámbito cultural, emocional, es susceptible de comercialización. Una nueva relación nace entre cultura y economía.

Una de las consecuencias más importante de este proceso, según su análisis, es la fusión de cultura y entretenimiento. Todo cuanto se resiste contra lo fácil, superficial y conformista tiende a ser neutralizado. Como decía Adorno, divertirse es estar de acuerdo. En el nuevo espacio sociocultural transformado a su carácter enajenante se adiciona la usurpación de subjetividad, creación de hábitos y conductas que cambiaban valores y actitudes.

²⁰ José Joaquín Brunner, *El espejo trizado: ensayo sobre cultura y políticas culturales*, p. 24.

Si la forma de la mercancía era vista por Marx como un enmascaramiento de la explotación capitalista, sin la que no puede ser producida ninguna plusvalía, *ahora se constituye una nueva inmediatez impenetrable de segundo grado a partir de la imbricación también nueva entre producción, circulación y consumo*. La forma de mercancía no es ya meramente una fachada detrás de la que se oculta el carácter social de los productos del trabajo, como denunciaba Marx, sino que la forma de valor de cambio capitalista entra en una (com-) penetración de segundo grado con dicha fachada, el valor de cambio, crean la apariencia ilusoria de lo inmediato, y la carencia de relación con el objeto la desmiente al mismo tiempo. Dicha inmediatez se basa en el carácter abstracto del valor de cambio.²¹, fundamentando la creciente mutabilidad, expresada en la relación de inestabilidad-creatividad del consumo.

Es, por así decirlo, un fetichismo de segundo grado que surge de la ocupación afectiva del valor de cambio. De este modo queda trastocada la finalidad cualitativa del *bien de consumo* por la carga afectiva adherida a su forma externa de presentarse, se desvían los afectos hacia el valor de cambio.

Ya no somos arrobados sólo por los bienes de consumo, sino ante todo por el acto mismo de consumir. Ahora se consume y se disfruta el consumo mismo como ‘cosa materialmente inmaterial’, por decirlo con la definición de mercancía del mismo Marx. La cultura ya no sólo enmascara el mercado, sino que amenaza con sucumbir completamente a él. Lo mediatizado, el valor de cambio, adquiere la apariencia de una inmediatez, que, puesto que ha sido suprimida la distancia entre apariencia y realidad, hace desaparecer su mediatización hasta hacerla irreconocible.

La crítica de Adorno no se dirige contra el esparcimiento, sino contra su sabotaje en *la animación impuesta*, en la que más que diversión lo que tiene lugar es una reproducción y confirmación de las formas de vida dominantes. El análisis de Adorno está realizado desde la perspectiva de la producción y no desde la recepción. Adorno, como otros pensadores considera que carece de

²¹ Ídem.

sentido pretender medir los efectos manipuladores de productos singulares de la industria cultural. El dominio social tiene carácter estructural y el debilitamiento de los individuos como sujetos autónomos resulta de la evolución del sistema productivo y de las relaciones sociales sobre las que éste se sustenta. La paradoja consiste en que estamos ante un resultado que deviene del cambio integral de la sociedad que manipula las individualidades sin las cuales no existe. Es una teoría social referida a la sociedad como totalidad, afirma Zamora.

La Escuela de Fráncfort es por eso crítica de la sociedad, no de uno de los aspectos que se visibiliza como consecuencia de las reestructuraciones del capital en sus fases de crisis y expansión. Como afirma Samir Amin²², el estudio del capitalismo debe contemplar tanto una como otra. El consumo, con estas distinciones es uno de los productos de esta relación entre crisis y expansión, es el mediador más importante en la relación de la cultura con la economía, que está presente como base del resto de tales mediaciones; industrias culturales, cultura de masas, fue también vía de salida de la crisis y vías en la expansión, adquiriendo en la etapa neoliberal plena madurez.

Estos significantes impulsaron desde la década del sesenta los estudios sobre el consumo. Se establecieron desde diferentes saberes, y su sello particular era la relación del consumo con las transformaciones socioculturales. La extensión de su significado tradicional dentro de los mecanismos económicos, hacia una nueva relación con los ámbitos tradicionalmente acotados en lo cultural.

José Luis Brea en “El tercer Umbral”, refiriéndose a lo que denomina como “Capitalismo cultural” aprecia sobre “la industria cultural: “ella sí que ostenta entonces enorme fuerza impositiva, constituyéndose en poderoso dictador de valores y hegemonías en todo el campo de las prácticas culturales. Será por tanto frente a ella que cualquier dialéctica antagonista habrá de recodificarse abandonando las expectativas espurias de un programa de transgresión –que carece ya de la normación formal e incluso de un

²² Ver: Amin Samir, *Crisis financiera*.

código moral de valores establecidos contra la que ejercerse— para poner en juego una dinámica crítica de cuestionamiento y puesta en evidencia de los mecanismos mediante los que unas y otras prácticas se constituyen en hegemonías”²³

Del consumo como objeto de la investigación hoy

Brea en su obra *El Tercer Umbral*,²⁴ señala que lo económico ha usurpado a lo cultural la capacidad de investir identidad que era propia tradicionalmente de la cultura. En el consumo hombres y mujeres adquieren formas de pertenecer a, y se agencian en una territorialidad de fronteras difusas para miradas fragmentadas. Es una forma de identificarse y pertenecer. Su riqueza conceptual condiciona las diferentes vertientes de su estudio.

Por una parte, aquellas investigaciones cuyo ámbito se vincula directamente a propiciar los mecanismos de la inserción de los productos en la circulación, en la venta. Tales estudios enfocan su objeto en las áreas de la publicidad, recepción, el diseño, y han extendido sus indagaciones en la medida en que las formas liberales (neoliberales) dan base a esta etapa del desarrollo del capital. Convencer al consumidor en su objeto fundamental, así sus indagaciones ha ido ocupando un espacio extenso de instituciones y círculos investigativos que agrupan adicionalmente a un conjunto de disciplinas diversas y sus especialistas. El hecho de la supuesta “soberanía del consumidor”, fundamentada en el modelo, da lugar y peso al consumidor, fundamenta la extensión de tales estudios a la sensibilidad, los gustos, los estilos de vida y otros.

Desde los saberes y disciplinas económicas se asienta el criterio de que el consumo no es sólo la forma general de satisfacer unas necesidades naturales y objetivas con respecto al individuo, sino la expresión de procesos sociales determinados por un doble marco, a saber, el de la propia esfera productiva y el de los valores culturales e ideológicos asociados a los propios actos del consumo.

²³ José Luis Brea, *El tercer Umbral, Estatuto de las prácticas artísticas en la era del capitalismo cultural*, p.15.

²⁴ *Ídem*, p 13.

La visibilidad del peso de las necesidades subjetivas y las relaciones entre estas, los deseos, la utilidad, el bienestar y el consumo condicionaron el hecho de las construcciones teóricas sobre la subjetividad del valor.²⁵

El factor subjetivo quedaría por medio de las preferencias individuales, que *el economista considera como un dato*. En resumen, las necesidades son equiparadas con deseos y éstas son un dato para el economista, son tratadas como preferencias que se expresan en valores monetarios en los mercados abiertos.

Marx ya señalaba que “[...] la producción es la intermediaria del consumo al crear su objeto y al asignárselo, pero a su vez el consumo es el intermediario de la producción al proporcionar a sus productos el sujeto para el cual ellos devienen productos”²⁶. El desarrollo del capital ha extendido tales intereses al territorio de la individualidad y la subjetividad propiciando investigaciones en este aspecto.

Así, esta línea de pensamiento, que se desarrolló a partir del concepto de utilidad decreciente y que pareció proclamar la importancia decreciente de la producción, concibió al hombre como una inagotable máquina de desear. Este punto de vista es correspondiente con el planteamiento de J. Galbraith, (1958.) Las necesidades son reducidas a deseos propios de la personalidad del consumidor (subjetividad de las necesidades), no es posible hacer comparaciones interpersonales de utilidad, se presume como rasgo inherente a la personalidad el deseo irrefrenable. Y se establece un axioma que vincula consumo mercantil con satisfacción de las necesidades (bienestar).

La figura del consumidor aparece entonces en la economía convencional un agente social que toma sus decisiones de manera aislada, racional, perfectamente informado y siendo, en definitiva, dueño exclusivo de todas las circunstancias de las que puede depender su decisión de consumo. El comportamiento del consumidor se explica a partir del hecho de que maximiza su propio

²⁵ El intento de construir una teoría subjetiva del valor aparece ya en la economía denominada neoclásica, a partir de la utilidad (Jevons, Menger) como alternativa a la construcción clásica, o teoría objetiva del valor.

²⁶ Carlos Marx, *Fundamentos a la Crítica de la Economía Política*, p. 30.

bienestar individualmente, por tanto, no considera ni la naturaleza o los impactos sobre ella, ni los afectos de otras personas, su comportamiento no es posible de traducir en el lenguaje del mercado, es autónomo a los mecanismos sociales.

Esto explica, según esta valoración, la independencia del individuo frente al sistema económico y su capacidad para obtener el máximo de las posibilidades de su situación. Estas evaluaciones son conceptualizadas en la afirmación de la *soberanía del consumidor*. De tal forma, si así en realidad se comportaran las relaciones mercantiles que hemos estado analizando: las necesidades individuales naturalmente anteceden a la propia producción. Estas necesidades serían traducidas en demandas el elemento de última instancia de la producción económica. Pero ya sabemos que no es esta línea la que se define en las propuestas del mercado, la usurpación de los deseos pasa por la construcción modélica de nuestros deseos y el convencimiento de ellos a través de la orquestación estetizada de la promoción y la publicidad, que antecede a las necesidades del consumidor y a la propia producción de objetos.

En la teoría la significación del concepto de la “soberanía del consumidor se relaciona con la elaboración de vías de indagación capaces de determinar las preferencias o deseos de los individuos, que coinciden con sus intereses; suponiendo que su comportamiento expresa lo más conveniente para él, dados sus gustos y las oportunidades y restricciones del mercado. Debe cuestionarse entonces sobre las preferencias subjetivas de los individuos, ¿se revelan estas en el comportamiento del consumidor en el mercado?, ¿cuáles son las bases del comportamiento efectivo del consumidor? Estos y otros cuestionamientos determinan en definitiva que los economistas concluyan la imposibilidad de aceptar que efectivamente pueda ser demostrada la soberanía del consumidor.

Dos aspectos son interesantes en la teoría: sobre todo sociólogos franceses e ingleses como Mary Duglas; Baron Isherwood, entre otros “en defensa al consumidor, o la libertad de salir de compras”²⁷

²⁷ Ver: Carlos Soldevilla Pérez: “Triálogo: Aproximaciones teóricas a la sociología del consumo”.

insisten en la libertad a pesar de los mecanismos de seducción en la elección del consumidor. En un mercado desplegado en productos siempre existe la posibilidad de la individualización y la soberanía. En esta sociedad donde los imaginarios, no ideales, son el poder, el éxito y la belleza corporal (según canon establecido) el consumismo aparece como tendencia satisfactoria para pertenecer, diferenciarse y agenciar el único modo de vida posible.

Por otra parte la cotidianidad vista por Certau²⁸ nos habla de los escauceos, los caminos, senderos, no tradicionales que nos acompañan en esta sociedad de oropeles. Sostiene la validez de la construcción de alternativas en el espacio en un lugar que ya viene prediseñado, así que nos invita a contracorriente a construir nuestro transitar.

La teoría actual sobre todo de mano de los Estudios culturales pretende también un saber a contracorriente y escoge como vías el estudio de las representaciones, en relación directa con los estudios de recepción en el caso de los denominados consumos culturales. Se consideran la importancia que tienen los impulsos y los imaginarios sociales en la acción humana y, en particular, el papel de las representaciones sobre el comportamiento del consumidor actual en una economía cada día más globalizada. Se analiza la ambivalencia de industrias culturales, consumo y comunicación en dependencia de su contextualización.

Sin embargo Ritzer ha explicado, entre otros, cómo tales aspectos están vinculados directamente con los efectos sobre la socialización de los individuos de los actuales “medios de consumo”, escenarios o macroestructuras desde donde se va extendiendo una cultura de la compra que termina por alterar las relaciones sociales y los hábitos mentales. Se hace visible con intensidad, por ello, las evaluaciones sobre la industria cultural como un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social, así como los

²⁸ Ver: M. Certau, *La invención de lo cotidiano*.

medios de consumo, como la máxima expresión del proceso de mercantilización de todo el espacio social (privado y público).

En el sistema del capital las industrias culturales conforman corporaciones que no sólo contempla como asunto estratégico el control de los precios; también busca, en primer lugar, la seguridad en las condiciones de su oferta y, en particular, de los precios de los requisitos principales suministrados por los proveedores para su producción; y finalmente, asume igualmente la gestión de las preferencias del consumidor. Es la realización de un mecanismo desde las “racionalidades duras a las sensibilidades blandas”. Esto último –la existencia de mecanismos conscientes e intencionados de conformación de las necesidades y deseos de los individuos– produce lo que Galbraith denomina «secuencia revisada» de aquella otra postulada bajo los supuestos de la soberanía del consumidor.

Por tanto no son las necesidades y deseos del soberano consumidor las que determinan la producción, la producción no solo produce el producto sino que gestiona la creación de las necesidades, las preferencias y gustos a través de la demanda del consumo. Se señala entonces que el consumo ya no es un momento de ajuste entre demanda y producción, sino la esfera creada por la producción. Un tiempo y un espacio teledirigido por los productores, constituido por la fuerza de la persuasión, por el nuevo simbolismo creado por la cultura de masas, por el marketing y la publicidad.

Las evaluaciones del consumo desde estos puntos de vista tienen como base el reconocimiento de que en la lógica del sistema capitalista no se contempla la producción para la satisfacción sino para la obtención de beneficios y se hace evidente que en correspondencia: el problema será siempre que la producción no cubre las necesidades de los individuos y por tanto implica la exclusión y no la soberanía del consumidor (la mayoría planetaria); paradójicamente significa la pobreza en un contexto de abundancia.

Ya se ha expresado en la tesis sobre la “soberanía alimentaria” promovido por los movimientos sociales, y teniendo como presupuestos, lograr equidad y justicia alimentaria como derecho universal y la sostenibilidad como principio, que lo que hoy denominamos como soberanía del consumidor es sólo una falacia, el consumidor solo será libre en la medida en que su elección

influya, a través de la agregación de los comportamientos de todos los individuos, sobre la naturaleza y cantidad de los bienes y servicios producidos. Mientras que Galbraith sostiene en el *Nuevo Estado Industrial* que lo que sucede es realmente lo contrario. La soberanía en cuanto que los deseos y las opciones de los consumidores quedan limitados a las alternativas que ofrece el mercado. El “me gusta lo que consigo, no es lo mismo que consigo lo que me gusta”. La influencia deviene de lo que está disponible, visible y publicitado. Dado que lo que deseamos depende en gran medida de lo que está a nuestro alcance, es difícil demostrar la influencia del productor sobre nuestra pauta de consumo.

Los consumidores hacen la demanda que pueden con los medios de que disponen y en el marco de la oferta a la que se enfrentan. El incremento suficiente de alternativas ignora las necesidades fundamentales no avaladas con dinero, los costes ecológicos, los intereses de las generaciones futuras, etc. Se necesitaría pues un cambio en los medios de los que disponen los consumidores y la consideración de sus preferencias no como algo dado y estático.

Por tanto pensamos que ciertamente el consumidor es un ciudadano que vive con el presupuesto de evitar la manipulación, no es sólo una masa amorfa ante el poder del mercado, por determinante que sea, su conducta deberá ser *capaz de realizar distinciones y elecciones en lo que se proponga para la satisfacción de sus necesidades con calidad en una propuesta sostenible*, sin olvidar que el papel de la innovación estética en la regeneración de la demanda transforma la estructura de su percepción, sus necesidades y la satisfacción de las mismas. El consumo no debe ser tampoco el agotado caminar de los mercados persiguiendo lo indispensablemente, objetiva y naturalmente útil para sobrevivir, aunque lo sea para las grandes mayorías: *Ddebe ser entendido y concientizado como selección de bienes que al ser apropiados se definen como valiosos con la cualidad que supone la combinación de lo útil con lo disfrutable y con calidad.*²⁹

Hay quién piensa que a medida que en el capitalismo el consumo ha ido desplazando en importancia a la producción, se ha desplazado en paralelo el control y la explotación de los trabaja-

²⁹ Alicia Pino, *ob. cit.*

dores a los consumidores. Al menos, dos líneas de trabajo lo manifiestan: la primera, se centra en la función que desempeña la publicidad; la segunda, lo hace en los medios crediticios que se ofrecen para estimular el consumo. Así, en primer lugar, el componente persuasivo de la publicidad está orientado a seducir a la gente para que compre cosas que de otro modo podría ser que no consumiera. En segundo lugar, los medios financieros que facilitan el consumo y, en particular, las tarjetas de crédito, contribuyen a la explotación del consumidor.

En general los economistas no suelen analizar la motivación del comportamiento del consumidor porque piensan que es una intromisión en el espacio personal. Pero aquí opera la misma confusión entre los planos de los hechos y de los valores a la que antes hacíamos referencia.

Cultura del consumo o consumo cultural

Las circunstancias ya expuestas de una tercera etapa del desarrollo del capital, se distingue en la apropiación de espacios mutuos entre lo económico y lo cultural, logrando la usurpación de la territorialidad subjetiva que culmina el proceso de conversión de la mercancía en hecho cultural.

Tales condiciones, condujeron al interés, desde los estudios sobre lo cultural, lo artístico, lo ético, lo semiótico, la comunicación, la sociología, la antropología, la filosofía y otros hacia un nuevo espacio de relaciones de significación y simbolismo.

A nuestro juicio, epistemológicamente, el problema fundamental de unos y otros estudios consiste en el hecho, de pretender seguir distinguiendo entre, el consumo y el consumo cultural, en el marco de un modelo de construcción social (desde el capital) que por las necesidades del sistema no admite un espacio de diferenciación efectiva.

La determinación de la conceptualización de “la cultura del consumo” y el “consumo cultural” se establece a partir de una oferta de productos expandida que parece difuminar las fronteras tradicionales que en otras épocas determinaban con certeza las diferencias en el campo de las necesidades inmediatas, sun-

tuarias, objetivas o naturales. Tiene como base la transformación sociocultural que denominamos cambio cultural, con sus factores mediadores; la masividad del consumo, el origen y desarrollo de las industrias culturales y con ello, la mercantilización de productos culturales, en las condiciones socioculturales y económicas del sistema capitalista que no contempla la producción para la satisfacción sino para la obtención de beneficios.

Es en tales condiciones que se delimita tanto el denominado *consumo cultural*, como se intenta explicar la existencia de una *cultura del consumo*.

La delimitación de la cultura del consumo, entiende que en el acto del consumo entran como parte suya, las necesidades, la vida, en sus estilos, valores y hábitos.³⁰ La transformación de la oferta y la demanda (masiva, publicitada), la transformación de lo espacial, individualizado, determinado como oferta, sin asideros de estructuras tradicionales, sin enclaves territoriales, solo en función de la oferta, el cambio temporal, la urgencia del presente, el miedo al tedio, la inmediatez, el presentismo, que se incorpora como signo y símbolo de la vida cotidiana que se aspira como ideal, presentes todos en la forma de las siempre efímeras y nuevas ofertas.

Todo esto, analizan los especialistas, conforma una cultura del consumo, presente en los grupos y capas sociales que acceden a ellos a través de formulas crediticias si no pueden hacerlo en las maneras tradicionales. Tal cultura puede derivar, se advierte, en hábitos de consumo compulsivo, en consumismo.

La cultura del consumo adquiere hoy también signo en la designación especial del tiempo libre. El crecimiento del ocio supone la presencia de ofertas para el mismo y ha desembocado en las denominadas ya industrias del ocio que ofertan los productos culturales que deben corresponder al mismo.

³⁰ Es correspondiente con la transformación de determinadas coordenadas en el origen a finales del siglo XIX, y son destacadas por pensadores de la época, pero que encuentran sustancia y madurez en los denominados estados de bienestar y su correspondencia económica con el keynesianismo y culmina hasta hoy en la globalización con signo neoliberal, que realiza un despliegue definitivo de los aspectos que se vienen acentuando.

La conceptualización del consumo cultural, supone como pregunta, si existen normas y valores que propicien otro sentido del consumo, (¿bienes culturales?) que puedan escapar de las presiones del mercado y que cualitativamente en su relación con el consumidor propicien otros signos del consumo, si existe, un “un mercado cultural”, una esfera del mercado que con otros presupuestos oriente bajo otras normas la apropiación de los valores culturales, si existen, en fin productos, bienes y valores culturales que resistan el empuje de las condiciones mercantiles que conocemos hoy.

Los estudios señalan: que existe un “consumo cultural” tan desmedido y fútil como el consumo irracional de otros productos, que la mayor parte de la creación cultural se ha adecuado a los mercados, que existe una creación cultural específica para este mercado, y que los productos culturales están sometidos a las mismas presiones que el resto de los productos.

Todo lo expuesto es capacidad de existir en un modo de vida de una minoría planetaria, que puede y se representa a sí mismo como modelo, con tendencias de consumo de todo tipo de productos, comunicación instantánea, cultura del entretenimiento y placer. Una población que triplica la beneficiaria de estas prebendas se debate entre la miseria, las guerras y las enfermedades.

Esto debe ser considerado en las investigaciones que determinan *como su objeto el consumo cultural, los bienes culturales, las estrategias del consumo cultural, y otras conceptualizaciones, y que proponen sin lograrlo, la distinción del consumo como praxis netamente económica y el consumo cultural, como el ámbito donde el conjunto de valores de significación y simbolicidad son más evidentes que el mero valor de uso del producto o los productos.*

La contradicción de tales indagaciones, se hace evidente cuando cada vez más extendido, aparecen los diferentes espacios de consumo de aquellos denominados productos culturales, con un tratamiento semejante a la del resto de los productos. Dígase las industrias del turismo con sus ofertas patrimoniales, espacios de tradiciones artísticas, espectáculos, la venta de los espacios del ocio, las industrias del cine, la comunicación, el mercado del arte y otras semejantes.

Desde el otro lado, la existencia y construcción de productos, acotados supuestamente a enclaves puramente económicos, se visten de significaciones privativas ayer a lo cultural, envisten identidad y simbolicidad y se convierten en maquinarias de construcción de la subjetividad, es decir, imaginarios, sentimientos y emociones, afectos, hábitos y otros. Estamos aquí hablando de los productos que tributan a los imaginarios y deseos de los consumidores, desde los artefactos para la vida cotidiana hasta aquellos que representan más puntualmente algún goce suntuario.

De tal modo, la presencia de investigaciones de un tipo u otro, que se hace mayoritaria en el saber actual, determinan que en un modelo extendido en una sociedad global cuyo signo es el liberalismo en el predominio de los mecanismos de mercado, puedan evaluarse espacios donde la individualidad escape a la homogeneidad que se supone, donde el consumo apegado a la existencia inmediata de la vida, estetizado y espectacularizado, aparece o bien como un camino con posibilidades estratégicas de libertad, o un posible espacio de consumo, denominado cultural, que supone otras relaciones en la praxis y a nivel simbólico con el consumo.

Otras aristas se han ido incorporando a la problemática del consumo en la década del 50 hasta hoy. En los años 80 se adiciona con fuerza la noción de desarrollo sustentable aportada por las corrientes ambientalistas de los países desarrollados, que se entendió en un primer momento como un modelo de producción y de “consumo” que no estuviese basado esencialmente en la expansión y en el crecimiento económico y que a su vez respetase los márgenes de tolerancia del ecosistema planetario. Estas conceptualizaciones sobre el entorno, puntualmente señalan la necesidad imperiosa de incidir en *los estilos de consumo* que derivan de la sociedad actual del capital. De este modo los estudios sobre la sostenibilidad, se suman a los diferentes aspectos que hacen visible teóricamente la necesidad de consideraciones sobre el consumo como aspecto no diferenciado en el contexto del capital.

Lo acotado, supone entonces la necesidad de precisiones político-epistemológicas con respecto a la conceptualización del consumo en sentido general.

En particular la relación de la cultura con el consumo, determina la necesidad de fundamentar el hecho de que praxis y espacio contextual pertenecen a los procesos del denominado consumo cultural, y qué definir por cultura del consumo.

Un aspecto adicional debe sumarse a estos señalados, el hecho de que el desarrollo tanto del denominado capitalismo cultural, como la sociedad del acceso en comunicación e información y el resto de las denominaciones, haciendo evidente la transformación de lo cultural en el espacio del capital *no ha hecho posible ninguna supuesta libertad adicional para el común de las masas*.

Paradójicamente los nuevos atributos funcionales culturales de lo económico se extienden planetariamente junto a los resultados de la globalización de sentido neoliberal, la adquisición de algunos de los aspectos estructurales de los modelos del capital llegan a las periferias, “al sur que también existe” y a las propuestas alternativas al propio capitalismo.

Será ingenuo suponer que podríamos planear algún tipo de inserción en alguna estructura mercantil (cosa que por lo demás, casi se traduce en necesidad para grupos y regiones del planeta), sin pagar el saldo que los acompaña.

El hecho entonces de signos que acompañan la transformación de hombres y mujeres que adquieren otras habilidades de percepción en un contexto estetizado, el cambio del significado de conductas que hoy basan el sentido de la vida alrededor de una valoración de lo corporal (ejercicios, dietas), que legitima su aceptación, agenciamiento y pertenencia, por inclinación hacia dichas prácticas, estilos de vida que se orientan ya en dependencia de accesos a mecanismos de comunicación y a la recepción a través de mecanismos de información, que legitiman sentidos y formas, estilos de ser y pertenecer, hábitos de confort y hábitos de cotidianidad que dependen del acceso a productos y mecanismos, que provienen no sólo de la manipulación mercantil, sino también de décadas de descubrimientos técnicos científicos acelerados que tributan directamente a lo masivo cotidiano, en el sentido de mejoramiento de las condiciones de existencia, esto y más, hace que una vez más, decidamos por afirmar que ni el consumo, gestado en este proceso de las condiciones del desarrollo del capital, ha

adquirido ya cualidades no desechables en la praxis humana, Ni el consumo, ni la información, ni lo comunicativo y sus mecanismos de existencia son o tienen una negatividad por sí mismos sino en dependencia de sus realidades contextuales.

Sin especulaciones, en ese nuevo mundo que debe ser posible, por ser la única alternativa de sobrevivencia de las especies, incluyendo la nuestra, en ese nuevo mundo posible, la trascendencia de la existencia ya simbiótica con los procedimientos y mecanismos económicos, será parte del mismo, en una construcción otra y alternativa.

Esta paradoja supone entonces que habría que encontrar mediaciones entre la elevación de las supuestas conductas libertarias del consumo (sin su conversión en consumismo) desterrando la exclusión y la desconexión, en propuestas del existir que sean sostenibles. ¿Será posible?

Como señala Martín Barbero es necesario "...que empecemos a cambiar las preguntas que nos permitan comprender qué hace la gente con lo que escucha o lo que mira, con lo que lee o con lo que cree, comenzar a indagar esa otra cara de la comunicación que nos develan los usos que la gente hace de los medios".³¹

Es necesario entender que detrás de las posibles diferencias que intenta acotar la teoría entre "la cultura del consumo" y "el consumo cultural", sólo existen las sostenidas reminiscencias de una concepción moderna del mundo autónomo en las estrategias de diferenciación y estructuración de la vida humana en esferas de mayor o menor peso en la conformación de la territorialidad. Estamos ante la conversión de lo cultural en un tejido social que no permite estancos, por tanto una alternativa pasa por la asimilación de un nuevo paradigma sobre lo cultural y de una reconstrucción cultural que reincorpore los que sin duda son signos estético-culturales del mundo actual.

Bibliografía citada

Acanda, Jorge Luis: "De Marx a Foucault: poder y revolución",
(Ponencia presentada en el Taller Científico "Los desafíos de

³¹ Martín Barbero, "Euforia tecnológica y malestar en la teoría".

- Foucault. A tres lustros de su muerte”, organizado por la Cátedra Antonio Gramsci. Publicada en: AA. VV. Inicios de Partida. Coloquio sobre la obra de M. Foucault. Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello, La Habana, 2000.
- Barbero, Martín, *Euforia tecnológica y malestar en la teoría*, Entrevista, en: http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/martin_barbero4.pdf (último acceso septiembre 2008).
- Benjamin, W., *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, Taurus, Madrid 1973.
- Brea, José Luis, *El tercer Umbral, estatuto de las prácticas artísticas en la era del capitalismo cultural*, Fundación Cajamurcia, ADJO, Serie Ensayo 3, España, 2004.
- Cuadra, Álvaro, “La ciudad del consumo. La ciudad sin rostro. El consumismo: consumación. De la mitología burguesa”, en: *América Latina: de la ciudad letrada a la ciudad virtual*, Santiago de Chile, No. 114.238, 2001.
- _____, “Paisajes virtuales. Imágenes y simulacros del hombre imaginario”, Manuscrito inédito Santiago de Chile. Año 2003, en: www.nodo50.org/caescaes (último acceso junio de 2007).
- Debord, Guy, *La sociedad del espectáculo*, en: <http://www.sindominio.net/ash/espect.htm> (último acceso agosto de 2007).
- Engels, Federico, *Sobre la literatura y el arte*, Política, La Habana, 1965.
- Galbraith, J. K., *La sociedad opulenta*, Ariel, Barcelona, 1969.
- García Canclini, Néstor, “Arte popular y sociedad en América Latina”, “Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad”, “Las culturas populares en el capitalismo”, en: *Revista Casa de las Américas*, La Habana, 1982.
- _____, “Ni folklórico ni masivo. ¿Qué es lo popular?”, en: *De Superman a Superbarrios*, C. E. A. S. P. A., Panamá, en: <http://www.cholonautas.edu.pe/pdf/ARTE-CANCLINI.pdf> (último acceso abril, 2006).
- _____, *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo, México, 1995.
- Jameson, F., *La Lógica cultural del capitalismo tardío*, Centro de Asesoría y Estudios Sociales, La Habana, 1995.

- Kohan, Néstor, *Marx en su tercer mundo*, Centro de Cultura y Desarrollo Juan Marinello, Cuba, 2001.
- Lavanderos, Leonardo, *La organización de los Sistemas Cultura-Naturaleza*, Tesis Doctoral, Facultad de Ciencias, Universidad de Chile, Santiago de Chile, 2002.
- Mantecón, Ana Rosa, “Los estudios sobre consumo cultural en México”, en: *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*, Daniel Mato (compilador), CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Caracas, Venezuela, 2002. Disponible en:
<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cultura/manteccon.doc> (último acceso mayo de 2006).
- Marinas, José Miguel: “El Bazar Americano: Martí y la cultura del consumo”, en: *Revista Temas*, No. 29, abril-junio, 2002.
- Marx, C., “Líneas fundamentales de la crítica de la economía política”, en: *Grundrisse*. OME, Vol. 21, Grijalbo, Barcelona, 1977.
- Mendoza, Lissette, “Buscando la bondad”, en: *El oficio del pensar*, Pueblo y Educación, La Habana, 2004.
- Ortiz, Renato, *Modernidad y Espacio, Benjamin en París*, Colección Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación, Cuba, 2000.
- Pino, Alicia, “Cultura y territorialidad en Martí”, *Revista Complexus*, Chile, 2004.
- Sánchez, Mayra, “Buscando el mejoramiento humano”, en: *El oficio del pensar*, Pueblo y Educación, La Habana, 2004.
- _____, “Buscando la armonía”, en: *El oficio del pensar*, Pueblo y Educación, La Habana, 2004.
- San Nicolás, César, “Transculturalidad y conflicto: una reflexión sobre etnocentrismo y medios de comunicación dentro de la dinámica semio/socio/comunicativa”, en: *Razón y Palabra*, núm.27, junio- julio 2002.
- Valdés Gutiérrez, Gilberto, “Las trampas de la Globalización”, en: *Paradigmas emancipatorios y nuevos escenarios en América Latina*, GALFISA, Editorial José Martí, Cuba, 1999.
- Zamora, José A., *La cultura como industria de consumo. Su crítica en la Escuela de Fráncfort. Cristianismo i Justicia*, en: www.fespinal.com (último acceso marzo de 2001).



DOI: <https://doi.org/10.59892/ACA0902>

UNA APOLOGÍA DEL CONSUMISMO: COMO LA FORMA POR ANTONOMASIA DE REALIZACIÓN DE LO HUMANO EN LA ÉPOCA CONTEMPORÁNEA

Víctor Gerardo Rivas López¹

Es preciso que cada cual organice el caso que lleva dentro de sí, volviendo sobre sí mismo, para acordarse de sus verdaderas necesidades.

Nietzsche

A mi ornotorrinco

La presente apología se basa en una sospecha: que gran parte del análisis filosófico de la dinámica sociocultural contemporánea es inútil en mayor o menor medida o, al menos, anacrónico porque, en vez de tratar de comprender esa dinámica como se nos da, la juzga a la luz de conceptos e ideales que, por más sublimes que resulten como tales, no corresponden a la realidad presente pues se originaron dentro de las coordenadas teóricas de la Ilustración dieciochesca o del pensamiento crítico decimonónico del que forma parte el marxismo. Según esto, la *trascendencia de lo humano respecto al consumo*, que es la base indudable de cualquier crítica negativa del consumismo y que tiene su origen en la tradición humanista ilustrada en la que abrevaron Kant lo mismo que Marx, pasa por alto dos hechos decisivos cuyo análisis será el objetivo central de esta apología: en primera, que a falta de un fundamento metafísico que aporte un criterio objetivo para establecer un límite racional para el consumo y una concomitante diferenciación entre los objetos a consumir, la regulación de am-

¹ Facultad de Filosofía y Letras de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

bos aspectos depende por completo de cada cual, lo que conduce de modo prácticamente inevitable al exceso y a la igualación en términos de calidad, lo que a la postre borra la diferencia entre, por ejemplo, el arte y el entretenimiento; en segunda, que la producción de bienes a lo largo de la época contemporánea ha convertido en un anacronismo la necesidad de contención de las necesidades individuales, lo cual refuerza aún más el consumo. En otras palabras, el consumo se encuentra hoy al alcance de cualquiera, al menos en el plano virtual en el que se mueve desde hace algún tiempo la realidad sociocultural, de suerte que lejos de simplemente anatemizarlo, hay que sacar a la luz la importancia que tiene para la comprensión de los lindes de lo humano en la época contemporánea. Para ello, dividiremos el contenido de la apología como sigue: a manera de introducción, describiremos la experiencia común del consumo sin mayor calificativo y mostraremos que provee al sujeto de una cuádruple articulación decisiva para la integración socioindividual allende el individualismo abstracto, lo cual prueba de entrada que el consumismo tiene un sentido positivo por más que repugne a la tradición; a continuación, nos ocuparemos de delimitar el sentido general de la época contemporánea en cuanto la misma niega de extremo a extremo el fundamento metafísico universal de la existencia que la propia filosofía ha reivindicado desde su origen, lo cual exigirá que expongamos dicho fundamento; en seguida veremos por qué esa negación resulta ininteligible si se le enfoca a la luz de la trascendencia de la libertad que es la piedra de bóveda de la tradición filosófico-humanística; por último, veremos cómo, pese a todo, aún es dable trazar un límite para el consumo ilimitado, es decir, para el consumismo, por más que el mismo carezca de un fundamento ontológico fuerte.

I. Es día de barata en uno de esos grandes almacenes o centros comerciales que son el ámbito donde se desenvuelve hoy en día la vida social en todas las grandes urbes. Tras varios días de espera y júbilo anticipado, los clientes inundan los pasillos y se abalanzan a las ménsulas, colgadores y maniqués desde los cuales los inverosímiles descuentos desafían la incredulidad más

recalcitrante; en la mirada y en la gesticulación de todo mundo se advierte un frenesí extático, y lo que sorprende en medio del barullo en el que las mercancías se ofrecen a la vista es el perfecto ensimismamiento, la impenetrable concentración con la que cada cual realiza el acto que por antonomasia define la sociabilidad actual: el consumo. Por supuesto, puede ser que una pareja de enamorados, un grupo de amigos o incluso una familia entera se encuentre ahí como si conviviera mientras participa en conjunto del consumo, mas lo cierto es que cada cual deambula a solas, apenas consciente de quienes lo acompañan y atento sólo a la busca no del tiempo perdido sino del objeto único, el ideal en el que se concreta la realidad abstracta de la producción masiva, de suerte que si por ventura alguien de súbito se encuentra una ganga y los demás se afanan sin hallar nada que se le compare en la relación calidad/precio, el sentimiento de frustración no tarda en percibirse, pues el meollo del asunto, la razón de ser del acto no es conseguir un bien a la medida de las propias necesidades, es realizar el deseo anticipado de que haya algo que demuestre sin equívocos de por medio tanto que uno sabe aprovechar las oportunidades de éxito que el mercado siempre brinda como que el propio deseo tiene un carácter infinitamente asertivo, capaz de materializarse de los modos más impredecibles, como si existiera una providencia mercantil *sui generis* que en todo momento operara allende la abstracta causalidad productiva; en otro términos, es como si de pronto uno corroborara que el mecanismo total del mercado estuviera al servicio de los deseos más extraños y proporcionara a la fantasía la posibilidad de explayarse de manera ilimitada, informando la existencia de esos objetos que tras la etiqueta dejan de ser mercancías para transfigurarse en símbolos de una infinita capacidad de compra que en su desbordamiento roza lo sublime, rasgo este último que conviene subrayar, pues sin el carácter ideal del consumo, sin su potencia transformadora que tiene además un regusto de perversión en cuanto lleva al límite la capacidad económica del comprador, no podría explicarse la tremenda fascinación que ejerce y la decisiva función social que cumple al integrar a todos en una experiencia en la que la humanidad de cada cual se define como el poder de

transfigurar todos los bienes al alcance de la mano en imágenes de un deseo inagotable.² De esta guisa, el consumo revela un cuádruple aspecto que merece la pena distinguir para comprender de modo cabal su universal trascendencia: en primer término, el *aprovechamiento exitoso de la oportunidad*, que implica, como ya hemos dicho, superar la oposición entre causalidad y casualidad para asir el objeto que por ese solo hecho deja de ser mercancía y se convierte en símbolo de una extraña providencia que es la otra faz de la propia sagacidad; en segundo lugar, *la satisfacción material u objetiva del deseo* que se nutre a sí mismo por cuanto salva en un solo impulso la obvia influencia de la publicidad y proyecta la adquisición libre y espontáneamente en el plano de la imaginación; en tercer término, *la personalidad que se adquiere a través del proceso*, que permite que por más masivo, condicionado y absurdo que resulte el comprar tras haberse sometido a una campaña publicitaria o a la no menos decisiva influencia de la *vox populi* que la secunda, cada cual se sienta de la forma más íntima y plena el dueño del mundo, el único que compra porque quiere y porque puede, objeto de la envidia de los que no se enteraron a tiempo de la barata, que se vuelve aún más determinante no por razones económicas sino porque revela ante los ojos de todos el propio ser; en cuarto y último lugar, *la supremacía de la voluntad sobre los objetos*, pues aunque el individuo tenga que pagar por ellos, los ha sometido de antemano y para siempre a su querer, con lo cual, por más extraño que resulte, toma venganza de la indiferente y las más de las veces abrumadora objetividad a la que la producción lo somete, pues ya no es el siervo que obedece los dictados de un amo tiránico (el mercado) sino que afirma su existencia por encima de la de cualquier objeto.

² Bien podríamos ver este fenómeno como una manifestación del sentimiento de lo sublime conforme con una de las varias definiciones que de él da Kant: “Sublime es aquello cuyo solo pensamiento da prueba de una facultad del ánimo que excede toda medida de los sentidos” (*Crítica de la facultad de juzgar*, A85). Por supuesto, la similitud entre la experiencia del consumismo y la de lo sublime se basa solamente en la superioridad del ánimo respecto a la percepción, que también se presenta en el momento en el que el comprador, por completo bajo el entusiasmo del consumo, vence el límite de la realidad.

En conjunto, esta cuádruple caracterización explica la función que realiza el consumo en una época en la cual, con independencia de las barreras que otrora representaban los ideales económicos, sociales o inclusive culturales, los individuos buscan expresar de manera universal el valor que representa la individualidad hoy en día. Frente a ideales como la eficiencia, la liberalidad o, sobre todo, la formación integral de cada cual (y, por supuesto, frente a las instituciones que velaban por el cumplimiento de aquéllos), el consumo supone una individualidad inmediata, autónoma y omnímoda que, por qué no decirlo, libera y al unísono informa la unidad sensible de la propia existencia: quien consume se siente a sí mismo con una gran intensidad mientras se apropia de la realidad objetiva. En el acto mismo se halla el sentido, por lo que las diferencias en el resultado o la utilidad que pueda reportar desde un punto de vista exclusivamente material carece de interés, y no porque el individuo ceda ante un impulso que se le impone desde fuera, por así decirlo; al contrario, es él quien se expresa, quien consume y consuma su propia humanidad. Así, cada cual sintetiza la totalidad de la función y su elección de un bien en particular es también la recapitulación de todo el proceso productivo en el que la sociedad se pone de manifiesto además como elemento determinante de la individualidad, por lo que, nos huelgue o no, hay que reivindicar al consumo como la experiencia más profunda e inquietante de la humanidad hoy en día, allende la contradicciones que plantea frente a la trascendencia de lo humano que ha postulado desde su génesis la filosofía. En otros términos, hay que ver al consumo ilimitado, alienante e individualista como el más poderoso signo de una humanización extraña y quizá aberrante pero al fin y al cabo real. Y pues la realidad es el único valor que reconoce la conciencia filosófica (“Amigo es Platón, pero más amiga es la verdad”), hay que retomar el análisis del consumo desde un punto de vista en verdad original para ver en qué forma realiza la humanidad allende el ideal racional que reivindica la tradición filosófica. Por supuesto, con esto no buscamos sumarnos al coro de los nihilistas desencantados que sancionan los fenómenos socio-culturales de cualquier índole con el argumento de que las cosas son como son y no como las quimeras que engendran los filósofos

buscan que sean, sino queremos comprender cuál es el sentido crítico, es decir intelectual y hasta revolucionario, del *consumo universal e indiferenciado de cualquier clase de objeto allende la utilidad que este tenga para satisfacer las necesidades del sujeto*, que es lo que en sentido propio se llama *consumismo*, el cual pone de manifiesto una complejidad ontológica y axiológica ante la cual palidece hasta el mismo símbolo religioso o su sucedáneo político o cultural, justo porque, a diferencia de ellos, no proyecta la satisfacción y la identidad personal en un plano metafísico sino mítico: no se trata de vincularse con un fundamento universal como Dios, de reivindicar una convicción propia como el patriotismo o, mucho menos, de realizar un ideal cultural: se trata de apropiarse de lo real, de liberarlo de una producción abstracta, de convertir un objeto abstracto en una elección personal y consciente, por lo que es menester analizar el consumismo o –lo que es igual– la globalización del consumo como la experiencia que determina los límites de la humanidad en la época en la que cualquier otro valor resulta secundario frente a la capacidad que el consumo tiene para hacer concreta la realidad, para, como acabamos de decir, objetivar el deseo y materializar las necesidades de uno frente a todos los demás y frente a la misma producción que se rige en principio por un mecanismo indiferente al individuo concreto. Todo lo cual nos muestra, entonces, que el consumo en la época contemporánea tiene un sentido positivo y ha de verse como una experiencia en último sentido ontológica, pues informa la humanidad de cada cual con una efectividad que ni la religión ni la política ni la cultura en el más amplio de los sentidos poseen ya, lo cual se debe a la efectividad con la que el consumo subsume el deseo y la objetividad de lo real y, también, a la ubicuidad que lo caracteriza: el rito religioso o político y el ideal cultural presuponen para su ejecución o realización un lugar y un tiempo específicos, los cuales se reflejan en la distinción de funciones que imponen a los participantes: unos ofician mientras otros asisten, unos decretan mientras otros asienten y unos ejecutan mientras otros disfrutan; en el consumo todos hacen lo mismo y del mismo modo, por lo que no es fácil hallar razones para disuadir a alguien que, con los suficientes recursos en la mano y sin ninguna necesidad de con-

tener su deseo, quisiera dedicarse a consumir sin límite alguno la realidad, como lo hace, por lo demás, el sujeto medio de la sociedad contemporánea.

II. La primera condición para desentrañar el consumismo con mayor rigor consiste en retomar su determinación histórica, pues hasta ahora hemos hecho un uso más bien vago del término y hay que analizarlo conforme con las condiciones de la época contemporánea, la cual, por otra parte, tampoco hemos elucidado. Según nuestro enfoque, *la época contemporánea se define por la desaparición de la estructura trascendente de la existencia*, lo cual va de la mano con la universalización del nihilismo a partir del fin de la Segunda Guerra Mundial, que es cuando se dan las condiciones para la disolución de la unidad metafísica entre el progreso sociohistórico, el desarrollo de la individualidad y la postulación de un criterio de utilización de los bienes indispensables para vivir. Hasta entonces, y con independencia de la posición filosófica con la que se le analizase, la identidad entre la estructuración sociocultural, la individualidad concreta y el valor intrínseco de ciertos objetos era el paradigma cultural por antonomasia, de acuerdo con una jerarquía cuya génesis se encuentra, de modo muy significativo, en el seno mismo de la tradición filosófica occidental, es decir, en la armónica correspondencia entre la naturaleza del cosmos, el desarrollo social, la autoconciencia individual y la producción que se identifica con el arcaico ideal de la *polis* que Platón fundamentó y transmitió a la posteridad,³ el cual establece que la posición de cada cual en la sociedad y la clase y cantidad de bienes que debe consumir depende de la función específica que cumple en la comunidad, y ello por el simple hecho de que el individuo aislado no tiene la capacidad de satisfacer sus necesidades y ha menester de que el Estado oriente la actividad social a ese fin: “[...] El Estado nace cuando cada uno de nosotros no se autoabastece, sino que necesita de muchas cosas”.⁴ En virtud, pues, del carácter inexorable que la

³ El estudio clásico sobre el tema es el de Werner Jaeger: *Paideia. Los ideales de la cultura griega*, que en la p. 458 y ss. explica el alcance y sentido de la unidad que nos ocupa.

⁴ *República*, 369b. Uso la traducción de Conrado Eggers Lan que aparece en los *Diálogos*, 9 vv.

unión con los demás tiene, el ideal de formación de la *República* no puede ser otro que el de integración consciente de cada cual con la comunidad y a través de ella consigo mismo, punto este último en el que hay que hacer mucho hincapié: para definirse como persona, es decir, como un ser que conoce su propia naturaleza social, hay que participar en una comunidad, ya que sólo ahí se hace visible la propia humanidad individual.⁵ Por ello, el fundamento de la integración corresponde a la estructura metafísica del cosmos, la cual debe reproducirse en el orbe humano y en el personal; es decir, el objetivo final de la formación no es proporcionar al individuo el máximo bienestar sino perfeccionarlo para asegurar su unidad con el todo: “[...] No fundamos el Estado con la mirada puesta en que una sola clase [o individuo] fuera[n] excepcionalmente feli[ces], sino en que lo fuera al máximo toda la sociedad”.⁶

Antes de seguir, conviene aclarar que la felicidad común no tiene ni mucho menos un sentido hedonístico sino metafísico y moral: ser feliz no radica en regodearse en una vida ostentosa u orientada exclusivamente a los placeres sensuales, ni siquiera en dedicarse al cultivo intelectual de uno en el sentido del puro refinamiento intelectual;⁷ ser feliz es dejar atrás la avidez, la codicia o cualquier otra forma de pasión irracional, lo que se consigue sólo cuando se le ha enseñado a cada cual a ser mesurado y a no desear lo superfluo, lo que comienza por la alimentación (que

⁵ Sobre el concepto filosófico de “persona”, cfr. mi artículo “An enquiry concerning the dialectic of personality and its practical consequences” en Anna-Teresa Tymieniecka (Ed.), *Logos of phenomenology and phenomenology of the Logos. Book II: The human condition in-the-unity-of-everything-there-is alive. Individuation, self, person, self-determination, freedom, necessity*, pp. 61-89.

⁶ *República*, 420b.

⁷ Es muy significativo el que muchas centurias después de Platón y desde una postura filosófica por completo contraria a él, Nietzsche haga hincapié en la necesidad de impedir que la cultura deje de entenderse como formación y se convierta en puro refinamiento, proceso que según él se refleja en la reducción del pensamiento a la mera erudición o a la pura sofisticuería. Cfr. al respecto los apartados finales del *Nacimiento de la tragedia*, p. 148 y ss., así como mi artículo “El concepto de lo ‘intempestivo’ en el pensamiento del joven Nietzsche y su aplicación a la comprensión de la cultura” en Paulina Rivero Weber y Greta Rivara Kamaji (Comp.), *Perspectivas nietzscheanas. Reflexiones en torno al pensamiento de Nietzsche*, pp. 325-337.

debe ser lo más sana y sencilla posible para evitar los excesos), por la morada (que debe tener el mobiliario indispensable) y por el atuendo (que debe reducirse a las prendas necesarias para que el clima no dañe la salud); de lo contrario, los individuos se engreirán, pensarán que requieren lo que no les hace falta para vivir y buscarán un sinfín de satisfactores que los obligarán a someterse a una necesidad mucho más agobiante que la natural, que es la que brota de un deseo que nunca se sacia: “Y no se considerarán ya como necesidades sólo las que mencionamos primeramente, o sea, la vivienda, el vestido y el calzado, sino que habrá de ponerse en juego la pintura y el bordado, y habrá que adquirir oro, marfil y todo lo demás”.⁸

A la luz de los fragmentos anteriores, se echa de ver que para la Antigüedad y la tradición que de ella hemos heredado, el consumo no es sino la puesta en práctica por parte del individuo de una ley natural cuyo sentido último consiste en asegurar la armonía cósmica; consumir no implica la apropiación indiscriminada de un objeto para satisfacer una necesidad falsa, mistificada o irracional sino, lejos de ello, exige conocer la finalidad de la propia existencia dentro del cosmos y de la polis y, conforme con ello, hacerse de los elementos indispensables para la supervivencia, lo cual tiene un reflejo directo en el deseo del individuo concreto: no se debe desear sino lo que se debe consumir para mantener las funciones que realiza uno dentro del entramado social y natural.⁹ A su vez, el Estado no tiene otro objetivo que el aseguramiento de esas funciones aun contra la voluntad de los individuos que tienen que realizarlas, pues éstos, sea por ignorancia o por alguna forma de proclividad o perversión, pueden negarse a cumplir con su deber. De ahí que el Estado tenga que regirse por los más sabios, los que conocen la naturaleza de las cosas, para quienes está claro el fin de

⁸ *República*, 374a.

⁹ Esto es doblemente válido los guardianes por antonomasia de la verdad, los filósofos, cuyo deseo debe concordar en todo momento con la estructura metafísica de la realidad, como se echa de ver en el *Banquete*, que es sin lugar a dudas la más ambiciosa reflexión sobre la identidad de ambos aspectos que se haya escrito en la Antigüedad. Cfr. sobre todo la célebre escala erótico-didascálica que es el núcleo del discurso de Sócrates, 201d-212a.

la existencia allende los engaños del deseo y el egoísmo con el que cada individuo intenta imponer su apetencia a la realidad. Esto, sin embargo, sólo es la mitad de la cuestión; aún hay que mencionar que la estructura metafísica de la existencia socioindividual provee en forma prácticamente automática de un patrón para discriminar los bienes de consumo de acuerdo no con las necesidades desiderativas del individuo, sino con la función que realiza cada objeto en la realidad según un principio al cual Platón le da la máxima importancia: que hay objetos que son buenos de por sí porque los ha hecho Dios a través de la naturaleza y hay objetos que son malos de por sí porque son artificiales o porque deforman el verdadero aspecto de la realidad (380c-d, *passim*). De suerte que si para cada existencia hay una determinada función, para cada función hay un determinado objeto que no debe suplantarse ni siquiera cuando el individuo así lo desea. La continuidad entre el sentido final de la existencia, la producción de bienes y el consumo se asegura en forma absoluta de antemano y no hay modo alguno de distorsionarla, si bien, en virtud de su carácter absoluto, permite que haya una relatividad axiológica y fáctica en el consumo de aquellos bienes que no dañan la realización de la propia existencia: el individuo puede satisfacer su deseo con objetos que no son estrictamente necesarios para lo que tiene que hacer porque, al fin y al cabo, el mismo carácter aparente y engañoso de la realidad implica por principio que errará y que se afanará por lo que no merece la pena.¹⁰ De esta guisa, la omnimoda teleología natural y socioindividual se consuma en una rigurosa economía desiderativa y productiva que se refuerza por medio de una jerarquía de valores que da a cada bien en particular un papel determinado frente al cual todo exceso en el consumo debe considerarse pernicioso.

Huelga decir que la estructura metafísica que acabamos de exponer de manera por demás sumaria persistió tanto como ideal filosófico, socioeconómico y moral al menos hasta el fin de la Se-

¹⁰ Por supuesto, semejante posibilidad la defenestra el credo moderno de la autoconciencia y la eficacia del saber cuya mejor exposición se encuentra en el *Discurso del método* de Cartesio y, en general en la tradición racionalista y crítica que él inaugura, obra a la cual tendremos oportunidad de referirnos adelante.

gunda Guerra Mundial;¹¹ cierto es que a lo largo del tiempo y sobre todo a partir del nacimiento del capitalismo, la acumulación de riquezas y la necesidad de mantener un aparato ceremonial y social favoreció de manera constante el derroche de los recursos y el consumo indiscriminado de bienes; sin embargo, hubo un factor que siempre actuó como freno del propio consumo, y fue la imposibilidad de sobrepasar la dependencia de los ciclos naturales como fundamento de la producción y, por ende, del consumo: los césares podrían derrochar cuanto les holgara, mas el romano común y corriente exaltaba la parquedad como una virtud, y lo mismo sucedió a través de la historia en los distintos pueblos hasta la primera mitad del siglo XX, cuando la estructura metafísica de la existencia se derrumbó bajo los embates de dos factores que, desde cierta perspectiva, pueden interpretarse como la consecuencia lógica de la propia estructura según nos la ha presentado Platón en la *República*: por un lado, la aberrante consumación de la unidad entre Estado, articulación social, realización individual y consumo que presupone el advenimiento del totalitarismo en el período de entreguerras, sobre todo en su forma más brutal, el nazismo que, con independencia de la crisis política y socioeconómica de Alemania durante el período, tiene una relevancia filosófica de primer orden porque implica de un modo o de otro la reivindicación de la ley natural según la cual el Estado ha de ordenar el vínculo entre producción y consumo de suerte que se realice la esencia misma del hombre: si conforme con la estructura metafísica de la que se nutre la tradición, hay por principio una jerarquía ontológica y axiológica entre el productor y el producto y entre éste y su función, el nazismo como sistema sociocultural implica la subordinación de lo humano a los fines del Estado, lo cual, pese al horror que puede despertarnos el plantear así la cuestión, representa en última instancia una posibilidad no tan ajena a la propia tradición filosófica; es decir, el nazismo retoma, por más absurdo que esto parezca a primera vista, el paradigma platónico de la unidad orgá-

¹¹ Para una exposición clara y sucinta del sentido filosófico y cultural del período de entreguerras y de la vesania nazi, cfr. la introducción del valioso libro de George Steiner que se intitula *Heidegger*, pp. 7-44.

nica del individuo, la sociedad y el Estado (que es, no lo olvidemos, válido también para la modernidad al menos hasta Hegel, que es quien lo lleva a su máxima expresión en la *Filosofía del derecho*);¹² con todo, justo es hacer hincapié en que aunque el nazismo retoma el paradigma, lo despoja de su sentido trascendente y lo convierte en una estructura técnica de aplicación indiscriminada: la vida humana misma vale tanto como cualquier otro producto, es un simple elemento del ciclo de la producción y el consumo, y ello en aras no de la realización de universalidad alguna sino en nombre de la supremacía de una raza sobre las demás: lo grotesco de la versión nazi de la estructura metafísica de la existencia es que erija en único criterio de humanidad un elemento material y particular y que, junto con ello, reduzca la dinámica social a la producción de un aparato bélico que de entrada se destina a la destrucción indiscriminada, lo cual contradice punto por punto la jerarquía ontológica y axiológica que le daba sentido al consumo e informaba el deseo de cada cual. No obstante, si el nazismo y, en general, el totalitarismo pueden descalificarse sin mayor esfuerzo teórico como una versión monstruosa o perversa de la estructura que la tradición filosófica ha fundamentado, lo cierto es que no hace sino expresar una posibilidad que la tradición misma trató de conjurar por medio de la afirmación de la unidad teleológica del cosmos; en otros términos, a falta de esa unidad y sin otro vínculo socioeconómico y político que el de la producción indiferenciada de bienes de consumo, la vacuidad de la existencia individual es inevitable. Más aún, lo que el nazismo como fenómeno histórico y como posibilidad teórica aberrante muestra es que si ya no hay manera de exponer en forma ideal la estructura metafísica de la existencia (como sí la hubo hasta prácticamente el inicio de la Primera Guerra Mundial) es porque el hombre no sólo ha perdido

¹² No está de más citar un fragmento de la obra donde dice Hegel que “en la simple identidad con la realidad de los individuos, lo ético aparece como el modo universal de actuar de los mismos, como costumbre; el hábito de lo ético se convierte en segunda naturaleza, que es puesta en lugar de la primera voluntad, meramente natural, y es el alma, el significado y la efectiva realidad de su existencia, el Espíritu que vive y existe en la forma de un mundo y cuya substancia es el Espíritu”, Parág. 151, pp. 170-171.

la función que la estructura le aseguraba sino, cosa mucho más grave, no ha podido superarla de modo racional. Bien a bien, es monstruoso que la toma de conciencia del sentido universal, mundial o global de la época contemporánea se haya enunciado como el epíteto del término que más flagrantemente contradice el paradigma platónico: la guerra.¹³ La conciencia, en efecto, de que hemos superado la determinación natural para entrar de lleno en una determinación puramente técnica u operativa de la realidad nos la da el hecho de que hayan sido dos guerras las que como fenómenos históricos nos permitieran hablar con pleno sentido de la determinación mundial de lo humano. Pues aunque ya en el siglo XIX haya habido aproximaciones a ello a través de las célebres Exposiciones Universales que se celebraron en Europa en distintos lugares y momentos, la cuestión puramente comercial, instrumental y hasta decorativa de las mismas les impidió de antemano que alcanzaran la trascendencia que adscribimos a la guerra o más propiamente el genocidio convertido en una empresa de producción masiva, fenómeno en el que se pone en jaque no sólo la legitimidad sociopolítica sino el ser mismo del hombre.

Sobre esto volveremos; ahora nos tenemos que abocar al segundo factor que define el carácter general de la época contemporánea: la existencia siempre a la mano de inúmeros bienes de consumo. En esencia, este factor no es sino la otra faz de la reducción de lo humano a elemento del ciclo productivo, ya que en la medida en que el hombre se pone al servicio de un aparato de planificación y producción masiva bélico, se pierde el sentido de la jerarquía axiológica que de acuerdo con la estructura metafísica de la existencia daba prioridad a cierto tipo de bienes sobre otros y delimitaba la función que todos en conjunto cumplían en el plano socioindividual. Si paramos mientes en lo que nos dicen los

¹³ Sobre este problema, la obra que más penetración ha alcanzado es sin lugar a dudas *Para la paz perpetua. Un esbozo filosófico* que se presenta junto con otros textos de Kant en *En defensa de la Ilustración*, pp. 307-359. Ahí, contra lo que el propio Kant había escrito en la *Crítica de la facultad de juzgar* (donde se reconocía el valor estético de las batallas como un espectáculo sublime), la guerra aparece como un hecho atroz e injustificable que deberá erradicarse en una sociedad cosmopolita como la que el autor propone.

fragmentos platónicos que hemos comentado, veremos que, por ejemplo, el oro y el marfil son superfluos y hasta peligrosos para la cohesión social, pues engendran en quien los posee o en quienes de ellos carecen la idea de que representan un valor absoluto cuando el único que tienen se deriva de la inexorable necesidad de mantener a toda costa la unidad de la existencia humana dentro la compleja armonía del cosmos. Esta necesidad, de la que se nutren lo mismo la tragedia que la filosofía,¹⁴ si por un lado justifica que quien haya obrado mal aun sin saberlo o contra su voluntad tenga que pagarlo (lo cual supone la subordinación del hombre al destino o a los imponderables designios de Dios),¹⁵ por el otro permite zanjar sin mayores dificultades la oposición entre el deseo y el consumo conforme con una jerarquía axiológica que pese a todas las mudanzas en la interpretación filosófica o en el sistema político, se mantuvo por siglos: en el fondo, es ridículo desear lo que no se puede tener, y lo que se tiene depende de la propia naturaleza, de suerte que el consumo tiene que ajustarse a ello. Pero con el advenimiento de una forma de ver lo humano como el engranaje principal de la producción y nada más, el consumo se puede convertir no sólo en un fin en sí mismo sino en un fin contrario a la armonía de la existencia humana; es decir, a medida que el proceso productivo se libera de la estructura metafísica de la existencia y el hombre prescinde de su anclaje en la naturaleza, la determinación de ambos factores pierde su sentido esencial,

¹⁴ Huelga señalar que en las secciones 10-15 del *Nacimiento de la tragedia* Nietzsche se esfuerza por mostrar que, pese a la supuesta originalidad del pensamiento filosófico, este es en realidad una derivación bastante limitada del planteamiento primigenio que la cultura helénica hizo sobre el problema de la existencia, a saber, la tragedia ática de Esquilo y Sófocles (Eurípides representa para Nietzsche ya el inicio de la decadencia). Para una ilustración del pensamiento de Nietzsche respecto al tema, cfr. mi artículo “Lo femenino como poder conciliador del cosmos en el pensamiento trágico”, *Graffylia. Revista de la Facultad de Filosofía y Letras*, pp. 39-46. Para una visión crítica del significado de lo trágico en la modernidad, cfr. el excelente libro de Terry Eagleton que se intitula *Sweet violence. The idea of the tragic*, 2003.

¹⁵ Acerca de esta subordinación, cfr. mi artículo “On the fourfold ontology of evil throughout western tradition and its final disappearance in the present time” en Anna-Teresa Tymieniecka (Ed.), *The enigma of good and evil; the moral sentiment in literature*, pp. 317-363.

que no es sino permitir que cada cual adecue su deseo a la realidad por medio de los propios objetos que la sociedad produce y pone a la disposición del consumo.

Contra lo que podría pensarse, esta pérdida no es un acontecimiento propio de la época contemporánea; lejos de ello, es el fundamento del carácter problemático de la existencia para el hombre, pues, como nos muestran los fragmentos platónicos, determinar qué objetos favorecen la unidad con el cosmos y qué otros la obstaculizan, no es una labor sencilla y requiere el concurso de la sociedad en su conjunto para llevarla a cabo. Así, pues, no es que de pronto durante las últimas seis o siete décadas se haya roto en un plano mundial o global el equilibrio entre lo humano y el consumo; ese equilibrio jamás ha existido, y por eso justamente ha sido menester una reflexión sobre si es posible obtenerlo a través de una comprensión racional de la unidad del hombre con lo real tal como la que presenta la filosofía a lo largo de su historia. Lo que sí es constitutivo de la época contemporánea es el esfuerzo no por alcanzar el equilibrio a través de la contención del deseo sino por substituirlo con una nueva manera de plantear la existencia tanto del hombre como de la totalidad de los objetos, lo cual quiere decir que más que subordinar a aquél a éstos o de simplemente identificarlo con ellos, se le proyecta por encima de cualesquiera determinaciones naturales como el omnímodo sujeto del consumo. Por supuesto, en este punto hay que mencionar que semejante proyección no desmiente la reducción de lo humano al ciclo productivo que es, como hemos dicho con anterioridad, la esencia del nazismo como un acontecimiento histórico con un sentido filosófico propio; antes bien, lo que sucede es que los dos planos del fenómeno, el ideal y el individual, se contraponen, por lo que si por un lado el hombre en cuanto ideal se subordina al círculo de la producción y el consumo, el hombre en cuanto individuo se constituye a través de esa subordinación y, al menos virtual o imaginativamente, triunfa sobre el propio consumo: no consume porque la publicidad lo fuerce a ello, consume porque así lo desea y, sobre todo, porque miríadas de objetos pídenle a gritos y sin cesar que los adquiera y deseche sin fin.

El consumismo, en efecto, sería inimaginable en una época en que la existencia de los objetos se explicara por medio de una ley puramente natural, tal como a la que aluden los fragmentos platónicos que hemos comentado los cuales definen un horizonte de comprensión válido hasta el siglo XIX, que es cuando por vez primera se desvincula la producción socioeconómica de los ciclos naturales que mal que bien imponen de manera inevitable un límite para el deseo de cada cual; mas cuando es dable producir bienes en formas incluso virtuales, resulta absurdo preguntarse si hay que consumirlos o no: se los consume y ya, lo cual confirma una observación de Baudrillard a propósito de la eficiencia estadounidense:

Es preciso que todo [se consuma] todo el tiempo, que no se dé tregua al poder artificial del hombre, que se supere la intermitencia de los ciclos naturales (las estaciones, el día y la noche, el calor y el frío) a favor de un continuum funcional a menudo absurdo [...] Puede invocarse el miedo o la obsesión, y decir que ese gasto improductivo es un trabajo fúnebre. Pero lo absurdo también es admirable.¹⁶

Por ello, si por una parte los objetos proliferan en una forma vertiginosa y saturan la realidad al punto de abrumar al individuo, por el otro dan pie para la experiencia de una múltiple satisfacción que nos hace experimentar una ilimitada seguridad y, sobre todo, un placer cuya intensidad, diversidad, efectividad y comunicabilidad desmiente las críticas de la tradición contra cualquier forma de hedonismo, cosa sobre la que volveremos al final de estas líneas. Por ahora lo que nos interesa es hacer énfasis en el carácter estético del consumismo, en la liberación de la sensibilidad que se realiza aun a costa de la utilidad o de la racionalidad del acto en sí: se trata de apoderarse del objeto, de triunfar sobre la barrera que impone el que el productor o el vendedor dispongan de él en lu-

¹⁶ *América*, pp. 72-73. He cambiado el verbo de la primera oración del pasaje para que concuerde con el tema de mi apología, la cual, como es obvio, toma distancia respecto a la negatividad con la que Baudrillard ve todo el proceso de producción y consumo. Por otra parte, merece la pena señalar que el autor ve, al igual que yo, un elemento estético axial en el fenómeno de la producción y la proliferación de bienes que ha llevado al mercado a convertirse en el fundamento de la vida social en su totalidad.

gar de uno, por lo que la utilidad del mismo es lo de menos; antes bien, el consumo del objeto sin utilidad es mucho más deseable, pues entonces todo su ser se convierte en símbolo de la propia fantasía, de la potencia del individuo que sólo compra porque lo desea y porque con ello le da a su entorno un nuevo aspecto, por más efímero que este resulte, ya que al instante siguiente volverá a manifestarse el deseo y habrá que consumir una vez más y así hasta el infinito, en un ciclo en el que no hay fase de reposo tal cual sino de mera retroalimentación, con lo que la regulación y la constricción que imperan en la naturaleza revelan una forma de ser inhumana que se pierde en la noche de la historia, la cual se disipa ante la plenitud contemporánea que hace ver como un anacronismo deplorable y metafísico (en el sentido más hondamente peyorativo del término) la dualidad de conciencia e ideología que rige para un consumo que se basa en la naturaleza, para una subjetividad que se basa en la realización puramente estructural del propio agente o para una objetividad que se basa en la idea de la determinación útil o más bien absoluta de su función, que es precisamente lo que postula la modernidad ya en su génesis cartesiana por medio de la teoría de la representación clara y distinta, según la cual, “[...] puesto que no hay más que una verdad [o forma de determinación] para cada cosa, quienquiera que la halle sabe tanto de ella como se puede saber”.¹⁷ Pero frente un objeto que se produce de manera abstracta e infinita, la determinación de la utilidad pasa a segundo término porque la única forma de concretar la existencia del mismo la provee el deseo de poseerlo, de consumirlo, si no fácticamente, sí empíricamente, es decir, si no como un hecho, sí como una experiencia para el sujeto que de esa guisa expresa su soberanía, lo cual corrobora que el consumismo no puede explicarse con la arcaica teoría de la alienación y que hay que verlo, por el contrario, como la más acabada realización de lo humano en una época en que cualesquiera determinaciones de esto último hayan de resolverse conforme con el carácter virtual y problemático de la realidad.

¹⁷ Renato Cartesio, “Discurso del método”, en *Oeuvres*, v. VI, p. 21. La frase entre corchetes es mía.

III. Resultará, sin duda, extraño que hablemos de realización y autosuficiencia del hombre justo cuando ponemos de manifiesto como algo positivo la total identificación del mismo con las miríadas de objetos con los cuales una producción abstracta e indiferente satura la realidad, pues la sola presencia de aquéllos más bien bastaría para explicar el *sui generis* desquiciamiento del individuo medio contemporáneo; ¿quién, en efecto, podría mantener la cordura y evitar lanzarse al vértigo del consumismo cuando haya una infinita, compacta serie de objetos que, a diferencia de los naturales, no dan tregua a la percepción? En un paisaje, por ejemplo en el bosque de coníferas, la continuidad de los árboles se abre de tanto en tanto en un claro o de súbito permite descubrir a los moradores que pululan por entre la espesura, los cuales dan variedad y respiro a la mirada. Y eso que vale para cualquier ambiente natural, vale también para los asentamientos humanos que por su dimensión o por sus condiciones de vida no han roto con el entorno, como acontecía en todas partes hasta prácticamente el inicio de la época contemporánea, la cual ha impuesto un modelo de productividad en la que el propio elemento natural se convierte en un eslabón más de la cadena productiva¹⁸ como sucede, v. gr., con los víveres, que se empacan y procesan de suerte tal que terminan por parecer dispositivos dentro de un sistema de actividades perfectamente regulado del que no puede escapar lo humano mismo, como lo testimonia con aterradora eficacia el nazi que sin el menor estremecimiento consume productos que se elaboraron con la materia prima que proviene de sus congéneres o que toma a estos últimos como objetos de laboratorio para estudiar su organismo como si se tratara de conejillos de Indias, lo cual señala mejor que ningún otro fenómeno el carácter de una época en la que el genocidio va de la mano con una productividad que por

¹⁸ Que, como sabemos, es lo que le parece a Heidegger lo más inquietante del fenómeno que denomina la "técnica", el cual, según el filósofo germánico, no debe entenderse como aplicación instrumental sino como el horizonte en el que la realidad aparece en la época de la consumación de la metafísica. Cfr. sobre todo el célebre ensayo *La pregunta por la técnica* que junto con otros textos de Heidegger aparece en Jorge Acevedo (Ed.), *Filosofía, ciencia y técnica*, pp. 111-148.

más aberrante que nos resulte se ha impuesto de manera irreversible por una simple y llana razón: porque da resultados. En efecto, pese a las críticas que sobre todo la tradición marxista ha realizado contra la deshumanización capitalista que ha alcanzado su máxima tensión en la época contemporánea, lo cierto es que el sistema funciona de tal modo que proporciona bienestar a grupos cada vez más grandes de población, grupos que de ninguna manera aceptarían renunciar a los beneficios que disfrutaban aunque se les dijera que para proporcionárselos es menester provocar un terrible desequilibrio ecológico. E idéntica situación se da en el plano de la vida individual, pues nadie aceptaría *motu proprio* limitar su deseo en aras de un bien común a menos que por su formación o sus convicciones pensara que es lo mejor desde un punto de vista racional, lo cual nos revierte desde otra perspectiva a la necesidad de generar conceptos adecuados a la época contemporánea, que en vez de invocar una supuesta naturaleza de las cosas tomen como base la realidad tal como la historia nos la presente. En verdad, una cosa es tratar de entender el presente y otra muy distinta es avalar sus aberraciones más espantosas, echando mano para ello de la simple lógica de los hechos; pero no es nuestra intención en modo alguno justificar sino señalar que ante la eficiencia de la productividad en la época contemporánea y ante la transformación del consumo en una estructura prácticamente ontológica de la existencia humana, resulta imposible acudir a la tradición que ve la existencia del hombre “como un imperio dentro de otro imperio”, es decir, al margen o por encima de la realidad,¹⁹ como lo ve gran parte de una tradición humanista que, acéptelo o no, perpetúa el dualismo metafísico y axiológico de la esencia y la apariencia, lo cual se pone de manifiesto en la idea del hombre que afirma la libertad del mismo por encima o hasta en contra tanto de la realidad contemporánea como de la conformación desiderativa

¹⁹ La frase aparece en *Ética demostrada según el orden geométrico* de Spinoza, P. III, p. 102. Es significativo a todas luces que ya en el alba de la modernidad se haya hecho tanto hincapié en la necesidad de replantear la comprensión filosófica del hombre contra la metafísica substancialista que defiende la tradición humanista.

y subjetiva que le es propia. Por decirlo de algún modo, frente a la exigencia de un modo de ser humano substancial o más bien metafísico como el presenta Platón y toda la tradición hasta el inicio de la modernidad,²⁰ habría que repensar el problema de lo humano de acuerdo con la condición histórica de la existencia de la cual Hegel fue el primer expositor al ver que “es necesario llevar a la historia la fe y el pensamiento de que el mundo de la voluntad no está entregado al acaso”.²¹ La producción de bienes, el consumo de los mismos y la realización de lo humano son, por ende, tres aspectos de una realidad compleja y no casual sino sistemáticamente causal ante la cual la porfía en la trascendencia del hombre respecto al determinismo sociohistórico es letra muerta, sea que se formule en los términos de un humanismo substancialista como el del que echó mano el Renacimiento,²² sea en los del de un humanismo dialéctico que si bien acepta la identidad de lo histórico y lo humano dentro de un horizonte dado afirma, empero, sin ambages la trascendencia substancialista del hombre como lo hace más que nadie Marx: “El hombre es un ser a nivel de especie, no sólo porque convierte en su objeto práctico y teórico su propia especie y las otras, sino –dicho de otro modo– también porque se toma a sí mismo como a la especie presente, viva, porque se comporta consigo mismo como con un ser *universal* y por tanto libre”.²³

Lo significativo de la época contemporánea es que la mediación entre lo estrictamente individual y lo universal o ideal de la existencia (que es lo que en esencia definimos por la humanidad de cada cual) se realiza por medio del consumismo, el cual implica una forma profundamente perturbadora de realizar el

²⁰ Excepto Spinoza y Kant, por más que este último recupere la trascendencia metafísica de lo humano en el plano de la moral. Cfr. el capítulo segundo del Libro segundo de la *Crítica de la razón práctica*.

²¹ Hegel, *Lecciones sobre la filosofía de la historia universal*, p. 44.

²² La referencia obligada es la *Oración sobre la dignidad del hombre* de Pico de la Mirandola, donde el autor desarrolla la ontología de lo humano como el fundamento para la renovación del verdadero conocimiento de la ciencia.

²³ Carlos Marx, “Manuscritos de 1844”, en: *La cuestión judía* (y otros escritos), p. 97. Sobre el enfoque marxista del humanismo, el más interesante estudio que conozco es el de Rodolfo Mondolfo que se intitula *El humanismo de Marx*.

deseo sin límite alguno y aun a costa de la propia idealidad, pues impone *a priori* la exigencia de hacer a un lado el sentido universal de la existencia que la tradición ha considerado la substancialidad propia del hombre, la cual se proyecta allende el plano de la actualidad, sea hacia la preexistencia, hacia el futuro de la utopía o incluso hacia la formalidad abstracta de la moral; esta triple interpretación de la universalidad humana (que podríamos llamar de modo respectivo la platónica, la marxista y la kantiana), en cuanto apunta a la realización absoluta o substancial del valor de lo humano, no puede explicar el sentido general de una época en la que el individuo se integra a la sociedad como uno más de los productos de un mercado de consumo en el que literalmente se consuman todas las fuerzas creadoras de la cultura. De ahí que la realidad de lo humano se escinda y entre en contradicción en el plano mismo donde el ideal de la propia humanidad ha de pasar la prueba de fuego: en el del deseo. Si los objetos proliferan, el deseo también lo hace y así se mantiene la dinámica social que permite que, pese a las diatribas de los intelectuales o de los pensadores,²⁴ el propio hombre mantenga su dominio sobre la realidad y preserve su libertad de la aterradora fluctuación de los ciclos naturales que, por más que tendamos a olvidarlo cuando nos fijamos en el sistema de relativismo e individualismo contemporáneo, es la piedra de bóveda de la visión antigua y en general premoderna que, aun para exaltar al hombre, partía de la limitación humana y volvía de manera indefectible a ella.²⁵ Y si es justamente esta limitación lo que la época contemporánea trata de superar por medio del consumismo y de la negación de cualquier forma de substancialidad humana, lo más extraño es que el resultado final del proceso de superación es la reivindicación de la visión metafísica según

²⁴ Para una diferencia entre estos dos términos en relación con el tema que nos ocupa, confírase la primera sección de mi estudio "Enlightenment, humanization and beauty in the light of Schiller's *Letters on the aesthetic education of man*" en Anna-Teresa Tymieniecka (ed.), *Virtues and passions in literatura. Excellence, courage, engagements, wisdom, fulfilment*, pp. 171-175.

²⁵ El último ejemplo de lo cual son de seguro los *Pensamientos* de Pascal, donde una a cada momento tropieza con la expresión "grandeza y miseria del hombre". Cfr. la introducción de Michel le Guern a su edición de la obra, pp. 7-39.

la cual el hombre es “un imperio dentro de otro imperio”, o sea, es un ser omnímodo y autónomo, con la diferencia de que ahora la realización de su ser no se proyecta hacia el ideal o hacia el trasmundo sino que, por un lado, se lleva a cabo en el plano de la historia presente o contemporánea y, por el otro, en el de la esfera de la individualidad y no en el de la especie, lo cual nos conduce al rasgo más inquietante de la contemporaneidad como lo anticipó Nietzsche, a la sistemática universalización del egoísmo: “[...] quizá veamos aparecer [...] sistemas de egoísmos individuales, de compañías para la explotación sórdida de los que no pertenecen a la compañía, y otras creaciones semejantes de utilitarismo común”.²⁶ Lo más terrible es que resulta imparable el proceso de exclusión y explotación precisamente porque, a falta de una ley natural o de una finalidad ideal de la existencia (las dos bases de la estructura metafísica de la existencia) la reducción al egoísmo es más bien la única forma de realización de lo humano: en otros términos, el egoísta ya no es quien se deja llevar por su deseo y sacrifica a él el valor universal de su existencia, es quien suple la ausencia de semejante valor con el de los bienes que el mercado le pone a la mano en todas las esferas de la realidad y con la máxima eficiencia, lo cual despoja por completo de sentido a los discursos críticos de lo contemporáneo que enarbolan la bandera de la substancialidad y trascendencia humana.

Semejante panorama en el que el consumismo se hace uno con la más honda comprensión del ser del hombre dentro de las condiciones de la época contemporánea justo porque da pie para superar la diferencia ontológica y axiológica entre el productor y el producto, de suerte que aquél sólo se realiza a través de éste, nos vuelve a mostrar la necesidad de replantear la cuestión del consumismo no desde una perspectiva puramente humanística como la que nutre tanto la tradición metafísica como la crítica de

²⁶ “Sobre la utilidad y los perjuicios de los estudios históricos para la vida” en *Obras completas*, 5 vv., v. I, p. 93. Como sabemos, el estudio en concreto del que proviene el fragmento que hemos citado constituye la segunda de las cuatro *Consideraciones intempestivas* en las que Nietzsche se aboca a desentrañar la lógica cultural de la modernidad tal como se perfilaba en el último cuarto del siglo XIX.

la misma que en el fondo y a pesar de todo sigue siendo metafísica en cuanto afirma la substancialidad de lo humano por encima o al margen de la realidad, por lo que no es para nada extraño que recurra en última instancia a la oposición moral de lo bueno y lo malo al juzgar el fenómeno del consumismo y exalte a quien sólo consume tal o cual cosa y denigre a quien consume tal o cual otra sin caer en cuenta que el problema no es ni la calidad de lo que se consume ni mucho menos la cantidad de ello sino el hecho mismo de consumir en ausencia de un sentido general de la existencia que asegure, si es que es dable, la identidad de autonomía e integración sociohistórica y cultural que ha sido el estandarte de la modernidad desde su inicio. Porque lo que nunca se saca a la luz es la cuestión general de si la modernidad en cuanto tal es realizable o no, al menos como se le ha entendido desde un punto de vista estrictamente antropocéntrico y de espaldas a la comprensión de la naturaleza y a la de la realidad en su conjunto. Quizá a fin de cuentas el problema no es el liberar al hombre del círculo infernal del consumismo sino *liberar lo real de las necesidades abstractas del hombre mismo*, de suerte que en vez de reivindicar la pregunta moderna (¿cómo convertir lo humano en el baremo de lo real?) habría simple y llanamente que volver a la pregunta germinal de la filosofía: ¿qué es lo real y qué papel desempeña en ello el hombre?

Huelga decir que esta última pregunta, lejos de brotar de un afán meramente crítico de la modernidad tal como el que lleva delante una gran parte del discurso filosófico contemporáneo a la luz del pensamiento heideggeriano,²⁷ trata de recuperar la auténtica postura filosófica que, allende la determinación de lo humano por sí mismo, siempre ha fundamentado lo antropológico en lo ontológico, incluso en el seno de la propia tradición humanística y mo-

²⁷ Para una visión crítica de conjunto de este fenómeno tan extraño, cfr. el excelente libro de Christopher Butler que se intitula *Postmodernism. A very short introduction*, Oxford, PUO, 2002. También es dable consultar otros dos libros magníficos: de Frederic Jameson, *Postmodernism or the cultural logic of late capitalism* (Durham, PUD, 1997) y de David Harvey, *The condition of postmodernity. An inquiry into the origins of cultural change*, Cambridge, Blackwell, 1990. Por lo que toca a la interpretación postmoderna de Heidegger en concreto, cfr. de Luc Ferry y Alain Renault, *Heidegger et les modernes*, París, Grasset, 1988.

derna.²⁸ Por ello, aun cuando uno no comparta la forma en la que Heidegger plantea la cuestión, sí es menester retomar su exigencia de recuperar el fundamento ontológico para comprender la dinámica de la sociedad allende la pura reivindicación de los derechos humanos: “Todo funciona. Esto es precisamente lo inhóspito, que todo funciona y que el funcionamiento lleva siempre a más funcionamiento y que la técnica arranca al hombre de la tierra cada vez más y lo desarraiga [...] No necesitamos bombas atómicas, el desarraigo del hombre es un hecho. Sólo nos quedan puras relaciones técnicas. Donde el hombre vive ya no es la tierra”.²⁹ No es la tierra, en efecto, pero tampoco es el infierno. Es tan solo el espacio de la contemporaneidad y del consumismo en el que el hombre, pero también lo real, pierden consistencia en la medida en que alcanzan la plenitud de una fusión sin identidad clara en la cual el flujo de la causalidad está muy lejos de ser claro y distinto.

Por todo ello, la mejor manera de ponerle punto final a esta apología es mostrar que la auténtica razón de la importancia del consumismo para cualquier reflexión filosófica sobre el hombre radica no en la negatividad con la que aquél supuestamente empaña las relaciones socioindividuales sino en la capacidad que posee para sacar a luz la incapacidad de la tradición humanística y substancialista para explicar la realidad contemporánea, lo cual tiene dos consecuencias axiales: en el plano sociopolítico, tal incapacidad nos fuerza a rechazar la dogmática identidad entre libertad individual y democracia que, al menos como ha funcionado hasta ahora en los hechos, en vez de limitar el consumismo lo ha fomentado del modo más aberrante; es menester desarrollar alguna forma de regulación general que, a falta de la natural, asegure que el consumo de bienes no tiene como fin el reforzamiento del egoísmo sino el desarrollo de una personalidad más plural y socializada, lo cual, por otra parte, tampoco implica que el Estado tiranice a la sociedad y por ende al individuo, ya que basta y sobra con que cumpla con su función educativa básica y

²⁸ Como lo muestran mejor que nadie tanto Pico de la Mirandola como Cartesio.

²⁹ Martín Heidegger, “Entrevista del *Spiegel*” en “La autoafirmación de la universidad alemana”, “El rectorado, 1993-1934” y “Entrevista del *Spiegel*”, p. 70.

que la integre con el fin social que por definición tiene para que la individualidad se defina en un plano que no es el del puro consumo. Este fin, a su vez, se reflejará en la medida que por fuerza reivindicará cualquier individuo en verdad consciente de la problemática sociocultural y ecológica, el cual podrá reducir y articular libremente su consumo siempre y cuando ello le garantice un mínimo equilibrio entre el deseo y la voluntad al margen de la tiranía del mercado. En otras palabras, mientras no se distinga tanto en el plano del discurso como en el de las instituciones sociopolíticas y en el de los arquetipos de la formación individual entre consumo y realización de lo humano y entre esto último y la compleja identidad entre historia y naturaleza, el consumismo seguirá siendo la única estructura para la identificación de estos tres términos y cualquier diatriba contra esa situación será letra muerta o, mejor dicho, será una forma más del pensamiento vacío por excelencia que es la idealización de lo que queremos ser y no la comprensión de lo que somos. *Vale*.

Bibliografía citada

- Baudrillard, *América*, 2ª., Anagrama, Barcelona, 1987.
- Butler, Christopher, *Postmodernism. A very short introduction*, PUO, Oxford, 2002.
- Cartesio, Renato, "Discurso del método", en *Oeuvres*, 11 vv., París, CNRS/Vrin, 1968.
- Ferry, Luc y Renault, Alain, *Heidegger et les modernes*, Grasset, París, 1988.
- Heidegger, "La pregunta por la técnica", en: Acevedo, Jorge (Ed.), *Filosofía, ciencia y técnica*, 3ª. edic., Santiago de Chile, EU, 1997.
- Heidegger, Martín, "Entrevista del Spiegel", en: *La autoafirmación de la universidad alemana. El rectorado, 1993-1934 y Entrevista del Spiegel*, Ramón Rodríguez García, (Ed. y Trad.), Tecnos, Madrid, 1989.
- Hegel, *Filosofía del derecho*, 2ª. edic., UNAM, México, 1985.
- Hegel, *Lecciones sobre la filosofía de la historia universal*, Alianza, Madrid, 1999.
- Jaeger, Werner, *Paideia. Los ideales de la cultura griega*, FCE, México, 1957.

- Kant, *Crítica de la facultad de juzgar*, Monte Ávila, Caracas, 1992.
- Marx, C., “Manuscritos de 1844”, en: *La cuestión judía (y otros escritos)*, Planeta-Agostini, Barcelona, 1992.
- Mondolfo, Rodolfo, *El humanismo de Marx*, 2ª. Ed., FCE, México, 1973.
- Nietzsche, F., *Nacimiento de la tragedia*, Alianza, Madrid, 1973.
- Nietzsche, F., “Sobre la utilidad y los perjuicios de los estudios históricos para la vida”, en: *Obras completas*, 5ª. Edic., 5 vv., Aguilar, Buenos Aires, 1962.
- Pascal, *Pensamientos*, Gallimard, París, 1977.
- Platón, *República*, Gredos, Madrid, 1986.
- Rivas López, Víctor Gerardo, “An enquiry concerning the dialectic of personality and its practical consequences”, en: Anna-Teresa Tymieniecka (Ed.), *Logos of phenomenology and phenomenology of the Logos. Book II: The human condition in-the-unity-of-everything-there-is alive. Individuation, self, person, self-determination, freedom, necessity*, Springer, Dordrecht, 2006.
-
- _____, “El concepto de lo ‘intempestivo’ en el pensamiento del joven Nietzsche y su aplicación a la comprensión de la cultura”, en: Paulina Rivero Weber y Greta Rivara Kamaji (compiladoras), *Perspectivas nietzscheanas. Reflexiones en torno al pensamiento de Nietzsche*, UNAM, México.
-
- _____, “Lo femenino como poder conciliador del cosmos en el pensamiento trágico”, en: *Graffylia. Revista de la Facultad de Filosofía y Letras*, BUAP, Puebla, 1, enero-junio/2003.
-
- _____, “On the fourfold ontology of evil throughout western tradition and its final disappearance in the present time”, en: Anna-Teresa Tymieniecka (Ed.), *The enigma of good and evil; the moral sentiment in literature*, Springer, Dordrecht, 2005.
-
- _____, “Enlightenment, humanization and beauty in the light of Schiller’s *Letters on the aesthetic education of man*”, en: Anna-Teresa Tymieniecka (ed.), *Virtues and passions in literature. Excellence, courage, engagements, wisdom, fulfilment*, Springer, Dordrecht, 2008.
- Spinoza, *Ética demostrada según el orden geométrico de México*, FCE, 1958.

Steiner, George, *Heidegger*, 2ª. edic., FCE, México, 1999.

Villacañas, José Luis (editor), “Para la paz perpetua, Un esbozo filosófico”, en: *En defensa de la Ilustración*, Alba, Barcelona, 1999.

CULTURA Y CONSUMO EN PERSPECTIVA EVOLUTIVA

*Ramón Patiño Espino*¹

Una nueva corriente que examina pautas del comportamiento humano en los campos más disímboles de la vida ha empezado a extenderse hace un par de décadas y su torrente es cada vez más copioso y fluido. En la literatura científica y periodística de todo el mundo se informa de ejercicios sistemáticos del neo-darwinismo para explicar conductas hasta hoy sólo abordadas con enfoques convencionales por las ciencias tradicionales. Como un vino nuevo de frutos maduros, la Psicología Evolucionista o Darwinista es una síntesis de la psicología cognitiva moderna y la biología evolucionista que recurre a la lógica de la selección natural para explorar los procesos mentales humanos y sus expresiones conductuales en áreas como la cooperación, historias de vida, estrategias en el mercado de parejas, selección de parentesco, etc., que hoy son moneda corriente en su temática.

Siendo el consumo un fenómeno tan relevante en la vida moderna no puede sustraerse de ser escudriñado por la mirada evolucionista para incorporarle al torrente antes referido.² Ahora veremos cómo se explican algunas facetas de la relación entre cultura y consumo con una perspectiva evolutiva propia de disciplinas tales como la Ecología de la Conducta Humana, y la Antropología y la

¹ Facultad de Filosofía y Letras de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

² La principal actividad económica en la sociedad postindustrial, a decir de pensadores postmodernistas (Cohen, S. & Rutsky, R. L. "Introduction", in: Consumption in an age of information) y algún psicólogo mercadotécnico (Hantula, D. A., "Guest Editorial: Evolutionary Psychology and Consumption", in: Psychology & Marketing).

Psicología Evolucionistas. De esa manera, es posible identificar la necesidad de los individuos de señalar la posesión de habilidades y recursos para constituirse en una pareja atractiva y/o un aliado social ventajoso como la causa intemporal y universal, funcional transculturalmente, de la instrumentación del consumo.³ Este estudio, además, se propone explicar las causas últimas y generales del consumo independientemente de los abismales contrastes entre los destituidos de casi toda capacidad de consumo comercial y los que consumen vasta y sistemáticamente de una manera suntuaria tal, que constituye una patología social.

Homo consumicus

Es tan dispendiosa la conducta del consumo moderno en sociedades adheridas a la cultura occidental, que parece plenamente justificada la caracterización acuñada en el concepto *homo consumicus*⁴ para denominar al ente protagónico de los actos básicos de búsqueda, selección, adquisición y uso de productos y servicios que satisfacen necesidades individuales y sociales y, escalando sobre éstos, el de las prácticas orientadas al consumo compulsivo en que la información publicitaria se desplaza de ser un medio que vincula los factores del proceso para devenir el factor determinante del consumo;⁵ tanto así, que la información de los productos (la publicidad comercial) se ha convertido en un servicio a consumir vorazmente como si del satisfactor mismo se tratara.⁶

³ Van den Bergh et al, 2008; Griskevicius et al; Hantula; Saad, G. & Gill, T., "Applications of Evolutionary Psychology in Marketing", In: Psychology & Marketing, pp. 1005-1034.

⁴ Mead et al, "Homo Consumicus": Emerging Research in Evolutionary Consumer Behavior; Symposia Summary", in: Advances in Consumer Research, pp. 225-228.

⁵ Ver: D. W. Rook, "The Buying Impulse", in: Journal of Consumer Research, pp. 189-199 y McCracken, G., Culture and consumption.

⁶ Mención aparte merecen otras explicaciones ofrecidas por enfoques denominados postmodernistas sobre la diada cultura/consumo y su apuesta por el despegue del consumo respecto de sus referentes materiales –visión muy distante de este trabajo y muy adentrada en otra clase de teorías que van en pos de una explicación en que el protagonismo de la subjetividad es la fórmula que lleva a remolque a los fenómenos empíricos; J. Baudrillard, "The murder of the sign", In: *Consumption in an age of information*.

A nadie, medianamente letrado, le produciría total sorpresa la afirmación de que las condiciones corporales humanas, sus características anatómicas, fisiológicas y neuronales —procesos cerebrales incluidos— son el resultado de un largo desarrollo evolutivo que proviene de hace cinco millones de años o más en el que especímenes ancestrales continuaron con la trayectoria natural de una familia de primates que habría de especiar al *homo sapiens*. Sin embargo, es probable que a muchos les cause escozor el advertir en este postulado que la mente de los humanos arcaicos y modernos, incluidos aquellos inmersos en las modas de la posmodernidad, ha sido formada por selección natural, principalmente durante un periodo remoto concentrado entre 1.2 millones de años de la era Pleistocena y los albores de nuestra historia, cuando los *homos*, y después los humanos, vivieron como cazadores-recolectores en las sabanas africanas y llanuras del Viejo Mundo.⁷ Tal fue nuestro ambiente de adaptación evolutiva.

Es decir, la mente humana no está necesariamente adaptada a las convenciones culturales imperantes en la sociedad industrial y post-industrial ni, entre ellas, a las formas específicas del consumo, mercadeo y comercialización actuales, ya que cualquier cambio en los mecanismos funcionales mentales requiere del transcurso de un periodo invariablemente mucho mayor que cualquiera requerido por los cambios en la sociedad para poder anclarse en los estratos neurofisiológicos. Así que lo humano tendrá siempre “un pie en el presente cultural y el otro en el pasado biológico” debido a que la tortuga de la evolución biológica jamás ha podido mantener el paso, desde el despegue cultural que se remonta al mismo *homo habilis*, para poder dar alcance a la liebre rauda de la cultura; por ello, las predisposiciones biológicas procedentes de la historia evolutiva de la especie no pueden ser alteradas con la rapidez suficiente para escalar a la par de los giros culturales.⁸

Éste es también el origen del desfase existente entre aquellos

⁷ Ver: R. Jurmain, Kilgore, W. L. & Trevathan, *Introduction to Physical Anthropology*; R. Noë, Noë, “Biological markets: partner choice as the driving force behind the evolution of mutualisms”; Colarelli, S. M. And Dettman, J. R., “Intuitive Evolutionary Perspectives in Marketing Practices”, In: *Psychology & Marketing*, pp. 837-865.

⁸ Ver: Barash, D. P., *La liebre y la tortuga. Cultura, biología y naturaleza humana*.

patrones conductuales determinados genéticamente que una vez fueron adaptativos en ambientes ancestrales y que resultan superfluos o, de plano, desadaptados, en la actualidad.⁹ Dicho de otro modo, los cambios ambientales promueven adaptaciones por selección natural que se materializan con bastante rezago en las características de las poblaciones.¹⁰ Sea por caso, la ventaja adaptativa de un apetito demandante que en los ambientes ancestrales empujaba a los cazadores-recolectores a comer “por adelantado” durante las épocas de bonanza y almacenar depósitos de grasa corporal en reserva preventiva del agotamiento estacional de las fuentes de abasto alimenticio, lo que ha llegado a ser una predisposición insuperable para mil millones de personas en el mundo actual que sufren de sobrepeso u obesidad; lo cual, aunado a cierta cultura dietética y sedentaria que aflige a 44 millones de mexicanos excedidos de peso, consumidores frecuentes de “comida rápida” y demás bocadillos, colocan a México en el segundo lugar mundial en casos de obesidad.¹¹ Al parecer, seguimos operando en cuestiones alimentarias cual si reprodujéramos pautas de forrajeo en medio de las sabanas ancestrales,¹² y cual si fuéramos miembros de pequeños clanes que, presas de la incertidumbre acerca de fuentes permanentes de abastecimiento, comemos mucho y mal.

En el primer escenario, cuanto más consumían aquéllos, por una parte tenían más probabilidades de llegar a la vejez y dejar una prole numerosa en quienes se replicaba esa predisposición; por la otra, las mayores posibilidades de consumo de ciertos individuos señalizaba condiciones fenotípicas superiores para obtener los satisfactores alimenticios mediante la cacería, recolección, rapiña, etc., –lo cual hacía a estos especímenes mayormente atractivos como parejas y más probables progenitores. En el segundo escenario, la multitud

⁹ Ver: L. Barret, R. Dunbar & J. Lycett, *Human Evolutionary Psychology*.

¹⁰ Ver: G. C. Williams, *Adaptation and Natural Selection: A Critique of Some Current Evolutionary Thought*. Y Nesse, R. M., “Maladaptation and Natural Selection”, *The Quarterly review of biology*.

¹¹ Ver: V. Godínez, “Ocupa México segundo lugar mundial de obesidad; 44 millones de casos”.

¹² Hantula, *ob. cit.*

de puntos perennes de aprovisionamiento, resultantes de la competencia comercial –o la mera proliferación de puestos ambulantes de bocadillos baratos, consecuencia de la informalidad laboral– promueve la fácil y excesiva ingesta de comida y sus sucedáneos.

Como un comentario al margen, agregó que al igual que en este ejemplo, la mirada evolutiva hacia otros fenómenos nocivos que se presentan en nuestros días en una dimensión aberrante –incluidos notoriamente los relacionados con el desborde de conductas depredadoras, el del acceso de los machos humanos a los recursos sexuales femeninos o la posesión y control nepótico de las riquezas materiales– está resultando esclarecedora de las profundas raíces de donde se originan, así como también del urgente redoblamiento de los antidotos culturales necesarios para su evitación.

Una mirada evolucionista del consumo en particular nos permite entender rasgos de la naturaleza humana producto de adaptaciones incorporadas por selección natural al aparato mental tales como la marcada preferencia por ciertos espacios ambientales y características topográficas del terreno, estímulos físicos y satisfactores materiales, el gusto por sabores dulces y salados, el contenido grasoso y proteínico de los alimentos, o la búsqueda persistente de prestigio y status social.¹³ Concretamente, en la base de nuestra explicación sobre el consumo se halla la idea de que el consumo, desde el *ambiente de adaptabilidad evolutiva*, estuvo constantemente empatado con el acceso a las fuentes de recursos vitales. Para la ancestría humana, el disponer de fuentes de consumo se convirtió en señal confiable de condiciones personales que agregaron prestigio personal y promovieron el éxito social y amoroso de los consumidores más constantes y eficientes; éxito medible en prestigio, status y número y calidad de parejas y descendientes.

La explicación funcional radica en la evolución

Los abordajes evolutivos se plantean enriquecer, no necesariamen-

¹³ Ver: R. Thornhill, "Darwinian Aesthetics", In Handbook of Evolutionary Psychology; Buss, D., "Evolutionary Psychology: a New Paradigm for Psychological Science", Psychological Inquiry; Roberts, G., "Competitive altruism: from reciprocity to the handicap principle", in: Proc. R. Soc. Lond. B.

te reemplazar, las explicaciones tradicionales que centran su objetivo en ubicar las causas del consumismo en el nivel ontogénético. A éstas les interesa preferentemente rastrear los motivos propios del desarrollo individual¹⁴; o bien, les atañe la observación reducida al nivel mecanísmico que se sitúa en las causas próximas —el *cómo* del asunto—.¹⁵ En sus respectivos niveles, estos esfuerzos son valederos; pero nuestro punto de interés es más abarcador; son las necesidades adaptativas que la conducta en cuestión ha resuelto en la historia natural de la especie y *cómo*, en individuos de la población ancestral, tal conducta mejoró la capacidad de sobrevivencia y éxito reproductivo. Dicho de otra manera, la conducta consumista y las experiencias de consumo actuales son producto de la influencia de causas atribuibles a la evolución de la especie en que ciertas pautas de consumo maximizado se mostraron decisivamente adaptativas al promover la sobrevivencia y la reproductividad de nuestra especie; esto es, a la perspectiva evolucionista le corresponde el nivel filogenético y funcional, el de las causas últimas.¹⁶

Al respecto hay al menos dos hipótesis particulares acerca de los motivos del consumo que sobrepasan los marcos socio-geográficos y promueven manifestaciones semejantes en diferentes contextos étnicos y ecológicos: el consumo como medio para afiliarse a otros individuos y para atraer y retener parejas románticas.

Consumo oneroso: señal confiable de posesión de recursos

Una teoría que nos ayuda a conectar conductas onerosas como el consumismo actual —que no sólo es caro, sino además ostentoso— y sus antecedentes evolutivos es la de la *señalización costosa*¹⁷ que sostiene que todo despliegue de recursos y gasto oneroso puede es-

¹⁴ Véase como un ejemplo de la psicología convencional: H. Dittmar, *Consumer culture, identity and well-being: the search for the "good life" and the "body perfect"*.

¹⁵ Ver : Barret et al, *ob. cit.*

¹⁶ Ver: R. A. Hinde, "The concept of function", In *Function and evolution in Behaviour*; Essays in honour of Profr. Niko Tinbergen; Krebs, J. R. & Davies, N. B., *An Introduction to Behavioural Ecology*.

¹⁷ Ver: A. Zahavi & A. Zahavi, *The handicap principle: A missing piece of Darwin's puzzle*; Bliege-Bird, R. & Smith, E. A., "Signaling Theory, Strategic Interaction, and Symbolic Capital", in: *Current Anthropology*.

tar señalizando posibilidades superiores del individuo que incurre en gastos, ya que es capaz de pagar los costos de su exhibición al sacrificar, o incluso desperdiciar, dinero y tiempo que ofrece a sus allegados sin pedir retribución alguna o futuras compensaciones explícitas. Tales despliegues onerosos, frecuentemente altruistas, funcionan elevando el estatus y prestigio del señalizador, quien, en alguna instancia, se puede beneficiar incrementando su capacidad para cortejar exitosamente y conservar parejas altamente atractivas y/o aliados estratégicos para la conquista de posiciones sociales.¹⁸ La semejanza con los *potlatches*¹⁹ que de tiempo en tiempo realizaban algunos jefes tribales de Norteamérica es un indicador de motivos subyacentes compartidos por ambos despliegues conductuales.

Una extensa variedad de ostentaciones conductuales que realizan los animales (humanos y no humanos), tales como el lucimiento que el pavorreal macho hace de su cola, sirven para fines comunicativos: “anuncian” la habilidad de un individuo para obtener recursos preciados, así como el estar en posesión de características ventajosas viables de ser transmitidas a su descendencia,²⁰ lo cual los hace ser una pareja deseable. Así, esta clase de individuos que incurren en conductas onerosas, incluso arriesgando su integridad, consumiendo hasta el desperdicio recursos económicos, están publicitando, por una parte, su capacidad de acceder a las fuentes de aprovisionamiento;²¹ y, por otra parte, publicitan también su alta calidad fenotípica. Exactamente como ocurre con el pavorreal

¹⁸ Ver: V. Griskevicius, J. M. Tybur, J. M. Sundie, R. B. Cialdini, G. F. Miller & D. T. Kenrick, “Blatant Benevolence and Conspicuous Consumption: When Romantic Motives Elicit Strategic Costly Signals”, In: *Journal of Personality and Social Psychology*; Miller, G. F., *The Mating Mind*.

¹⁹ En reuniones periódicas, los jefes locales se enzarzaban en competencias dispendiosas regalando sin motivo aparente e incluso incinerando riquezas acumuladas en años de trabajo colectivo a la vista de sus huéspedes y de jefes vecinos, en un afán oneroso por hacerse reconocer como aquel jefe de mayor estatus en su nación.

²⁰ Ver: Zahavi & Sabih, *ob. cit.*; Krebs & Davies, *ob. cit.*

²¹ M. Gurven, W. Allen-Arave, M. Hill, K. & Hurtado, “It’s a Wonderful Life: Signaling Generosity among the Ache of Paraguay”, In: *Evolution and Human Behavior*, 263-282; Lotem, A., Fishman, M. A. & Stone, L., “From Reciprocity to Unconditional Altruism through Signalling Benefits”, In: *Proc. R. Soc. Lond. B* 270, pp. 199-205.

de nuestro ejemplo: tan larga, tan vistosa, tan pesada es su cola que se convierte en una señal llamativa para sus predadores naturales, de los cuales, le dificulta escapar volando. Sin embargo, enorme y colorida, tal cola es evolutivamente viable porque le hace tener, en proporción de su color y tamaño, un gran número de parejas que advierten que una cola tan aparatosa sólo podría ser sustentable por un individuo idóneo genéticamente y libre de parásitos.

Otra vertiente que cobra significados nuevos al imprimírsele un giro evolutivo mediante la teoría de la señalización costosa es la vieja tesis del *consumo conspicuo* propuesta por Veblen hace más de un siglo para explicar que la filantropía pública es una forma de despliegue conspicuo de riqueza y de generosidad que señala la capacidad de un individuo de incurrir en gastos onerosos al sacrificar dinero y tiempo sin condicionar sus donativos hacia personas con las que no guarda parentesco alguno y sin una retribución visible. Sin embargo, en términos reales, tales donativos son, más bien, una inversión económica ventajosa porque abonan a la buena reputación, solvencia moral y económica y prestigio social; la que habrá de respaldar e incrementar el estatus del derrochador. Éste podrá seguir incursionando en negocios posteriores contando con mayor crédito social que le granjee socios, respaldo financiero, autoridad empresarial, etc. En pocas palabras, crear fama pública de altruista es buen negocio,²² tal como ya lo habían advertido algunos sociólogos al afirmar que los actos de generosidad y auto-sacrificio revisten de carisma pro-social a los ejecutantes —a lo que podemos agregar que las virtudes morales tienen una gran atraktividad sexual no siempre percibida.

Por lo tanto, consumir bienes suntuarios es una forma muy común de exhibir riqueza o potencial económico equivalente al despliegue del pavorreal macho²³ que, a juzgar por los abrumadores registros de campo de los ecólogos de la conducta y psicólogos

²² Roberts, *ob. cit.*; C. L. Hardy & M. van Vugt, "Nice Guys Finish First: The Competitive Altruism Hypothesis", in: *Personality and Social Psychology Bulletin*, pp. 1402-1413.

²³ Ver: Saad, T. G. & Gill, *ob. cit.*

evolucionarios,²⁴ es un mecanismo característico de los hombres, producto de una adaptación por selección, en virtud de que las mujeres discriminan significativamente las señales de fortuna material al elegir pareja sexual: cuanto más conspicuo el consumo de los machos humanos, mejor señal es de sus posibilidades económicas tal que le atraigan parejas femeninas.²⁵ Así, las mujeres han referido en reportes que los recursos económicos en un pretendiente son una condición necesaria, mientras que los hombres estiman los mismos recursos en una mujer como una condición accesorio.²⁶

Es válido apuntar que las oportunidades de que la gente se involucre en conductas de consumo conspicuo o simple consumismo, en la vida real dependen directamente de su capacidad adquisitiva; aunque también de la estimación que haga de los costos y beneficios que tales conductas le acarrearán —sean éstos percibidos estratégicamente de manera consciente o como simples intuiciones—. A final de cuentas, la experiencia consiste, para todos, en gastar un recurso material que puede ser escaso o abundante con la expectativa de obtener un efecto ya sea superfluo o valioso, según los individuos sean pobres, ricos, felizmente casados o necesitados de pareja y reconocimiento social. Eventualmente, todos deseáramos poder desplegar señales costosas que sean garantía de una calidad personal eficiente o de la posesión de alguna riqueza, exactamente como los pavorreales pretenden al pavonear la longitud y belleza de su tren de cola (sobra decir que no todos pueden darse siempre el lujo). Pero lo intentamos tanto como es posible a partir de cualquier característica, así sea nimia. A partir de este dilema, enfatizo la paradoja resultante de que aquellos menos afortunados que se permitieran alguna forma de consumo oneroso desde su condición de precariedad máxima, más agudi-

²⁴ Ver: Krebs & Davies, *ob. cit.*; D. Buss, "Evolutionary Psychology: a New Paradigm for Psychological Science", *Psychological Inquiry and Evolutionary Psychology*; Gurven et al, *ob. cit.*; Saad & Gill, *ob. cit.*; Townsend, J. M. & Levy, G. D., *Effects of Potential Partners' Physical*.

²⁵ Ver: Buss, *ob. cit.*; Miller, *ob. cit.*; Townsend & Levy, *ob. cit.*

²⁶ Li & Kenrick, Li, N. P. & D. T. Kenrick, "Sex Similarities and Differences in Preferences for Short-Term Mates", In: *Journal of Personality and Social Psychology*, pp. 468–489; Buss, *ob. cit.*

zarían su penuria, por un lado; pero, por otro, son ellos quienes mejor señalarían la intensidad de su despliegue.

Epílogo

Al igual que nuestros antepasados lo hicieron, enfrentamos invariables presiones materiales por encontrar, acceder y consumir los satisfactores vitales de nuestra existencia. Empero, merced a la evolución cultural, las características estructurales de nuestro entorno han cambiado radicalmente y, por consiguiente, también las vías colectivas de su obtención (por poner un ejemplo: mercados, almacenes de autoservicio e incluso compras por internet son los sitios de aprovisionamiento usuales, en lugar de territorios de caza, pesca o recolección; dinero y otras divisas como medios de compra, en vez de trueque en especie, etc.). Pero el mecanismo de la señalización de posesiones y capacidades subyace a ambos tipos de actos por igual, y recurrimos sistemáticamente a ellos, aun en ambientes diferentes aunque en el mismo contexto social, como una pauta que nos permite hacer prevalecer nuestros intereses. Así continuaremos haciéndolo hasta que la naturaleza humana, mixta y compleja, evolucione hacia otras formas de señalización cultural y comportamiento adaptativo;²⁷ en tanto, es mejor estar enterados de sus significados.

Bibliografía citada

Barash, D. P., *La liebre y la tortuga. Cultura, biología y naturaleza humana*, Salvat, Barcelona, 1987.

²⁷ Mientras la mayoría de la población mundial vive acosada por la precariedad, cualquier forma de consumismo conspicuo se asemeja, más bien, a “una corte de los milagros”. Sea por ineptitud o por el egoísmo primigenio aducido por autores neo-darwinistas ya clásicos (ver: *Darwins, 1985; Moore & Haig, Moore, T. & Haig, D., “Genomic imprinting in mammalian development: a parental tug-of-war”, In: Trends in Genetics, pp. 45-49*), la humanidad no ha sobrepasado las restricciones socio-ecológicas que han sido un azote incesante. Aun si los recursos no fuesen finitos seguirían mal distribuidos entre la población hasta que un cambio de paradigmas civilizatorios sobreviniera gracias sólo a un salto de calidad en la conciencia de la especie (*Toledo Manzur, V., La Conciencia de Especie: Una Introducción a las Dimensiones Éticas y Filosóficas de la Crisis de la Modernidad; salto que tendrá que ser culturalmente introducido por las poblaciones “biofílicas” más evolucionadas (Wilson, E. O., Biophilia.)*).

- Barret, L. Dunbar R. & Lycett, J., *Human Evolutionary Psychology*. Palgrave, London, 2002.
- Baudrillard, J., "The murder of the sign", In S. Cohen and R. L. Rutsky (Eds.), *Consumption in an age of information*, Berg, Oxford, 2005.
- Bliege-Bird, R. & Smith, E. A., "Signaling Theory, Strategic Interaction, and Symbolic Capital", in: *Current Anthropology*, Vol. 46 (2), 2005.
- Buss, D., "Evolutionary Psychology: a New Paradigm for Psychological Science", *Psychological Inquiry*, Vol. 6 (1), 1995.
- Buss, D., *Evolutionary Psychology*, Allyn and Bacon, London, 1999.
- Cohen, S. & Rutsky, R. L. "Introduction", In: *Consumption in an age of information*, Berg, Oxford, 2005.
- Colarelli, S. M. And Dettman, J. R., "Intuitive Evolutionary Perspectives in Marketing Practices", In: *Psychology & Marketing*, Vol. 20 (9), 2003.
- Dawkins, R., *El Gen Egoísta*, Biblioteca Científica Salvat, Barcelona, 1985.
- Dittmar, H., *Consumer culture, identity and well-being: the search for the "good life" and the "body perfect"*, Psychology Press, Hove, 2008.
11. Godínez, V., "Ocupa México segundo lugar mundial de obesidad; 44 millones de casos", *El Sol de México*, Diario (06/03/2007). Organización Ed. Mexicana. Versión digital <http://www.oem.com.mx/elsoldemexico/notas/n194366.htm>, (último acceso 20 de noviembre de 2009).
12. Griskevicius, V., Tybur, J. M., Sundie, J. M., Cialdini, R. B., Miller, G. F. & Kenrick, D. T., "Blatant Benevolence and Conspicuous Consumption: When Romantic Motives Elicit Strategic Costly Signals", In: *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 93, No. 1, 2007.
- Gurven, M., Allen-Arave, W., Hill, K. & Hurtado, M., "It's a Wonderful Life: Signaling Generosity among the Ache of Paraguay", in: *Evolution and Human Behavior*, 21, 2000.
- Hantula, D. A., "Guest Editorial: Evolutionary Psychology and Consumption", In: *Psychology & Marketing*, Vol. 20 (9), 2003.
- Hardy, C. L. & van Vugt, M., "Nice Guys Finish First: The Competitive Altruism Hypothesis", in: *Personality and Social Psychology Bulletin*, 32, 2006.

- Hinde, R. A., "The concept of function", In *Function and evolution in Behaviour; Essays in honour of Profr. Niko Tinbergen*, F. R. S; G. Baerends, C. Beer & A. Manning (eds.). Clarendon Press, Oxford, 1975.
- Jurmain, R., Kilgore, L. & Trevathan, W., *Introduction to Physical Anthropology*, (11a. ed.), Thomson/Wadsworth, 2005.
- Krebs, J. R. & Davies, N. B., *An Introduction to Behavioural Ecology*, (3rd. edition), Blackwell Science, Oxford, 1993.
- Li, N. P. & Kenrick, D. T., "Sex Similarities and Differences in Preferences for Short-Term Mates", In: *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 90, No. 3, 2006.
- Lotem, A., Fishman, M. A. & Stone, L., "From Reciprocity to Unconditional Altruism through Signalling Benefits", In: *Proc. R. Soc. Lond. B* 270, 2003.
- Mead, N. L. & Griskevicius, V., "'Homo Consumicus': Emerging Research in Evolutionary Consumer Behavior; Symposia Summary", *Advances in Consumer Research*, Vol. 35, 2008.
- Miller, G. F., *The Mating Mind*, Heinemann, London, 2000.
- Miller, G. F. & Todd, P. M. Mate Choice Turns Cognitive. *Trends in Cognitive Sciences*, 2, 1998.
- Moore, T. & Haig, D., "Genomic imprinting in mammalian development: a parental tug-of-war", In: *Trends in Genetics*, Vol. 7 (2), 1991.
- Noë, R., "Biological markets: partner choice as the driving force behind the evolution of mutualisms", In R. Noë, J. A. R. A. M. van Hooff and P. Hammerstein (Eds.), *Economics in Nature; Social Dilemmas, Mate Choice and Biological Markets*, Cambridge University Press, Cambridge, 2001.
- McCracken, G., *Culture and consumption*. Indianapolis, Indiana University Press, IN, 1990.
- Nesse, R. M., "Maladaptation and Natural Selection", *The Quarterly review of biology*, Vol. 80, No. 1, 2005.
- Roberts, G., "Competitive altruism: from reciprocity to the handicap principle", In: *Proc. R. Soc. Lond. B*. 265, 1998.
- Rook, D. W., "The Buying Impulse", In: *Journal of Consumer Research*, 14 (2), 1987.
- Saad, G. & Gill, T., "Applications of Evolutionary Psychology in Marketing", In: *Psychology & Marketing*, Vol. 17(12), 2000.

- Thornhill, R., "Darwinian Aesthetics", In: C. Crawford and D. L. Krebs (eds.), *Handbook of Evolutionary Psychology*, Lawrence Erlbaum, Mahwah, NJ, 1998.
- Toledo Manzur, V., *La Conciencia de Especie: Una Introducción a las Dimensiones Éticas y Filosóficas de la Crisis de la Modernidad*, Texto inédito de su Conferencia ofrecida en la BUAP el 11/03/09, Puebla, México, 2009.
- Townsend, J. M. & Levy, G. D., *Effects of Potential Partners' Physical: Attractiveness and Socioeconomic Status on Sexuality and Partner Selection*, Archives of Sexual Behavior, Vol. 19, No. 2, 1990.
- Van den Bergh, B., Dewitte, S. & Warlop L., *Journal of Consumer Research*, Vol. 35: 85-97. June. 2008.
- Veblen, T., *Theory of the Leisure Class: An Economic Study in the Evolution of Institutions*. Penguin Classics edition, New York, 1899/1994.
- Williams G C. *Adaptation and Natural Selection: A Critique of Some Current Evolutionary Thought*. Princeton University Press, Princeton (NJ), 1966.
- Wilson, E. O., *Biophilia*, Harvard University Press, Cambridge, MA, 1984.
- Zahavi, A. & Zahavi, A., *The handicap principle: A missing piece of Darwin's puzzle*, Oxford University Press, New York, 1997.



DOI: <https://doi.org/10.59892/FC1102>

EN LAS FRONTERAS Y EL CONSUMO DEL ARTE ACTUAL

*Jesús Márquez Carrillo*¹

En el despliegue de la modernidad tardía, es necesario e indispensable reflexionar sobre el arte de nuestro tiempo, desde los más diversos escenarios y las más amplias sensibilidades individuales. Las preguntas suelen ser múltiples: ¿Se puede distinguir entre arte y espectáculo? ¿Cuáles son los límites entre el arte y la experiencia estética? ¿En qué momento histórico lo ético y lo estético se escindieron? ¿Qué relación existe entre la experiencia estética, la producción artística y el mercado? Ante la proliferación en el uso de lenguajes, materiales e intenciones, ¿Cómo se ubica y qué sentido tiene el arte de tendencias? ¿Cómo y bajo qué circunstancias el arte actual de élite se insertó en el mundo globalizado, qué condiciona su consumo? Puesto que en los grandes circuitos comerciales existe también un arte contestatario o replicante, su promoción ¿tiene algún impacto social y político? ¿Un efecto transformador a corto o mediano plazo? ¿Ése es su propósito?, etc. Tantas y tan variadas preguntas sólo nos hablan de lo complejo que es hoy acercarnos al arte contemporáneo o actual.²

Por eso, en el presente artículo sólo me propongo responder tangencialmente a algunas de estas cuestiones, más bien el objetivo es, por un lado describir y significar algunas situaciones de frontera en ciertos artistas y sus obras, y asimismo vincularlas con el consumo en su sentido político y social, a partir de una mirada

¹ Centro de Estudios Universitarios Facultad de Filosofía y Letras, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

² Más allá de las definiciones y su periodización, arte contemporáneo es el que se realiza en el momento actual; así que, usaré indistintamente uno y otro adjetivo.

genealógica. Baste decir que la perspectiva genealógica “pretende analizar la conformación de los sujetos (en su relación con la verdad, las relaciones de poder y los códigos morales), considerando que la subjetividad es siempre una *forma histórica*.”³ La reflexión es precisamente sobre esta forma de subjetividad que socialmente se está configurando y en donde el arte actual se inserta como materia de consumo.

De la protesta política a las excretas

He aquí algunos trazos ordinarios del arte contemporáneo: el 2 de septiembre de 2008, el periódico inglés *The Art Newspaper* publicó que Gene Hathorn, un preso sentenciado a pena de muerte en Texas, había acordado regalar su cuerpo al artista Marco Evaristi para que lo congelara e hiciera con él, comida para peces. El punto final sería cuando en algún museo de Alemania, los visitantes (de improviso) esparcieran la pasta hecha a base de carne humana en un acuario gigante. La *performance* pudiese resultar tan polémica como *Helena* (2000), otra obra suya que consistió en colocar en un museo varias licuadoras llenas de agua, con un pez dorado en cada una de ellas: el visitante podía decidir entre activar o no el aparato.

El artista y el director del museo, Peter Meyer, fueron llevados a juicio por crueldad animal. Evaristi se preguntaba: “¿Cómo puedes rechazar diez peces en una licuadora cuando has vivido en una sociedad que, literalmente, ha matado a miles? ¿Cómo rechazas este tipo de obras cuando no rechazas lo que realmente está destrozando a la sociedad?” *El propósito del gran acuario –si se lleva a cabo– es hacer una intensa campaña contra la pena de muerte: “El verdadero problema es matar legalmente a una persona”* –decía el artista.⁴

En 2003, Santiago Sierra obtuvo un notable reconocimiento mediático, gracias a su participación en el pabellón español de

³ Michel Foucault, “Nietzsche, la Genealogía, la Historia”, en *Microfísica del poder*, pp. 7-30. Patricia Amigot Leache, “Más allá del discurso: Análisis genealógico de un proceso de transformación intersubjetiva de género”, en *Forum: Qualitative Social Research*.

⁴ Para información y citas, Vid. Lorena Marrón, “El arte de decir”, en *Letras libres*.

la Bienal de Venecia. Más tarde, en 2006, expuso en el Centro de Arte Contemporáneo de Málaga. En esta ocasión quiso abordar problemas relacionados con la ética de la memoria histórica y tomó dos ejemplos, la Rumania de Ceaușescu y el Holocausto judío. En *245 m3* trató el asunto de la Sinagoga de Stommeln. «El título se refiere a los metros cúbicos que se llenaron del humo procedente del tubo de escape de varios automóviles aparcados en las calles adyacentes; el público podía acceder a este lugar provisto de máscaras de gas y asistido por personal sanitario. En otra de las acciones, *Casa del pueblo* [situada en una calle de Bucarest]... se invitaba al espectador a recorrer un largo pasillo de paredes negras, apenas iluminado, y poblado de mujeres que pronunciaban incansablemente ‘dame dinero’»⁵. La obra pretendía formular cómo el siglo XX había dejado en los europeos no sólo un panorama repleto de víctimas inocentes, sino también la confusión entre víctimas y verdugos. “Ése parece haber sido precisamente el efecto de la acción que tuvo lugar en la sinagoga que, sorprendentemente, suscitó la airada protesta no, como era de suponer, de neonazis o antisemitas –los grupos contra los que se dirigía la acción, como es evidente–, sino de la comunidad judía de la ciudad, a la que la obra le pareció una falta de respeto contra su colectivo”. Sierra plantea que sus propuestas son contra la banalización de la memoria del Holocausto.⁶

Aun compartiendo las propuestas éticas, políticas y estéticas de Sierra, Evaristi y otros artistas afines, es importante pensar en el influjo de sus obras desde estos espacios (la clausura confiere a sus discursos una especie de glamour, impacto mediático, tolerancia y hasta esnobismo) y en sociedades donde existe una igualdad política formal que no se refleja necesariamente en una igualdad de oportunidades y, además, donde la cultura de masas y la comunicación mediática magnifican su poder.⁷ Con todo y lo legítimo de sus com-

⁵ Sobre la obra de Evaristi, Hernán D. Caro A., “Los confusos límites del arte contemporáneo. ¿Todo vale?”, en *Arcadia.com*.

⁶ Las citas y la información corresponden a Maite Méndez Baiges, “Santiago Sierra o la ética de la memoria”.

⁷ Según el *Informe sobre Desarrollo Humano*: “El hecho de conceder a todas las per-

bates políticos, la incidencia social resulta pobre, pero no menos o más que otras manifestaciones o expresiones artísticas que hoy se suceden en la industria museística. En nuestros tiempos, el éxito de una muestra se pauta por los recursos económicos que deja. La exposición *Los mundos del cuerpo*, del médico anatomista Günther Von Hagens, por ejemplo, reunió en Europa a más de 13 millones de personas entre 1997 y 2003 y recaudó más de 100 millones de dólares.

El mostrar 25 cadáveres “esculpidos” y 175 fragmentos corporales en poses cotidianas, cuyos líquidos orgánicos fueron reemplazados por resina epoxi, provocó la protesta airada de religiosos, ecologistas y escritores (Gunther Grass, Paul Virilio, etc.). Von Hagens afirmó, en cambio, que su objetivo no era hacer arte, sino “democratizar la anatomía”, pese a que muchas de sus “efigies” remitían a obras clásicas de reconocidos pintores y escultores (v. gr. el cuerpo con la piel en la mano evocaba de inmediato a la *Ofrenda del Manto de San Bartolomé*, de Miguel Ángel, en la Capilla Sixtina). Aquí, el asunto y el mayor descontento de importantes grupos sociales no tenía que ver con las propuestas políticas del artista, sino con la afluencia masiva del público y la desacralización del espacio museístico, cuya tradicional tarea pedagógica insaturada por la modernidad era sustituida por una sensibilidad morbosa, que asimismo violaba una idea sagrada del cuerpo.⁸

De espacios solemnes para almacenar, difundir, enriquecer y conservar la “alta cultura”, en las últimas décadas, los museos contemporáneos de arte se fueron transformando también en territorios excéntricos, en íconos de nuevas y quebradizas tendencias artísticas, en sitios con el afán de novedades y pasión por lo efímero...

sonas una igualdad política oficial no basta para crear en la misma medida la voluntad o capacidad de participar en los procesos políticos, ni una capacidad igual en todos de influir en los resultados. Los desequilibrios en los recursos y el poder político socavan a menudo el principio ‘una persona, un voto’, y la finalidad de las instituciones democráticas. Del mismo modo, los procesos judiciales y las instituciones reguladoras se ven socavados si las élites los dominan en perjuicio de la mujer, las minorías y las personas desprovistas de poderes”. *Informe sobre Desarrollo Humano. Profundizar la democracia en un mundo...* p. 4.

⁸ Las citas y la información corresponden a Flavia Costa y Ana M. Battistozzi. “Los polémicos límites del arte”.

en plazas para la ventura, venta y el disfrute fugaz de frágiles identidades, así como productos. Tal es el caso del Andy Warhol japonés, Takeshi Murakami (1962-). Del 5 de abril al 13 de julio de 2008, Takeshi Murakami, expuso en el Brooklyn Museum de Nueva York una retrospectiva, ©*Murakami*. Su muestra principal, una serie de carteras que diseñó para la marca Louis Vuitton. Éstas se vendieron en el museo, a precios que llegaron a seis mil dólares. Para él, la tienda “no es parte de la exposición, es el corazón de la exposición. En ella converge el concepto de *ready-made*. El proyecto Louis Vuitton abre las puertas de un mundo nuevo”.⁹ Sólo que el creador de los *ready-made*, Marcel Duchamp (1887-1968), les daba un sentido y valor distintos: “la elección de los ready-made, decía, está siempre basada en la indiferencia, así como en una carencia total de buen o mal gusto”.¹⁰ Aquí, en cambio, lo distintivo fue la exhibición y venta de productos, con el sello de una de las firmas más prestigiadas y exclusivas en ropa, calzado y accesorios de lujo en el mundo.¹¹

Por último, luego de una exposición fallida, en mayo de 1961 Piero Manzoni (1933-1963) colocó sus excretas en 90 latas de 30 gramos, las etiquetó con las palabras “Mierda de Artista” en italiano, francés, inglés y alemán, y las vendió. Hoy la mayoría está en manos de coleccionistas, aunque algunas galerías como el Museu d’Art Contemporani de Barcelona, el Centro Georges Pompidou de París, la TATE Gallery de Londres y el MOMA de Nueva York poseen algunas piezas.

En el trayecto, si bien algunas han explotado por la expansión de los gases, según el Randers Museum of Art de Dinamarca (que obtuvo un ejemplar en 1999), el contenido no parece que pueda conservarse, pues sus expertos han intentado varias veces detener la corrosión y pérdida de peso de la obra, e igual, los rayos X re-

⁹ La cita es de Murakami y corresponde a sus palabras de presentación en la exposición.

¹⁰ Vid. Marcel Duchamp “Documentos sobre los Ready-Made”. Sobre los ready made y su relación con la escultura, Francisco Javier San Martín, “La escultura en la época de las vanguardias”, pp. 37-47.

¹¹ “Louis Vuitton, la firma de lujo más valiosa del mundo, según ‘Forbes’”, en *El País.com*. La marca tiene un valor de 16.646 millones de euros.

velan la constante pérdida de su masa interior. Mientras tanto, en diciembre de 2003, la TATE Gallery gastó 35 mil euros para hacerse de una lata. El portavoz de la galería declaró: “El Manzoni fue una adquisición muy importante por una cantidad muy pequeña de dinero. [...] Este trabajo examina aspectos esenciales del arte del siglo XX, como la autoría y la producción de arte”.¹² Y no andaba tan errado en el monto. A partir de 1992, cuando se abrió en Milán el Archivo Obra Piero Manzoni, la *Merda d'artista* ha incrementado día con día su valor. En 2007, una pieza subastada por la casa Sotheby's alcanzó la cifra de 124 mil euros.¹³

Si la obra de Manzoni era una crítica irónica al mercado del arte, dispuesto a comprar todo, a condición que fuese firmado, hoy las latas de heces se han convertido en un excelente negocio, cuyo valor no está en la cosa, sino en el gesto. *Questi stronzi di borghesi milanesi vogliono la merda*: “Estos estúpidos burgueses milaneses quieren mierda”¹⁴, habría dicho. Según Antoni Llena, “el mérito de la mierda de Manzoni es su dimensión poética, como lo fue la del urinario de Duchamp, como lo fueron las tablas de la ley que Moisés rompió delante de los adoradores de Baal. La dimensión del arte está en su espíritu, espíritu que se burla de todas las espiritualidades codificadas. El arte es arte porque no es cosa. La mierda de Manzoni es arte porque no es mierda”.¹⁵ Pero, esto ¿lo entenderán los especuladores, quienes cifran parte de su fortuna en tales obras?

Genealogía histórica y situación del arte actual

La realidad es que en las últimas décadas, las artes han experimentado un desarrollo impresionante. Es tal la riqueza y diversidad de propuestas, técnicas y soportes que no se considera fácil distar entre ellas algunas líneas destacadas y, más aún, sus fronteras —equivocas— se derraman y resulta muy complicado entrever la precaria identi-

¹² “Mierda de artista, de Piero Manzoni a subasta en Sotheby's”.

¹³ Catalina Serra. “Fetichismo de mierda”, en *El País.com*; “Mierda de artista. El cuerpo mágico del artista”, en *Archivo Obra Piero Manzoni*.

¹⁴ Mephisto. “Mamá, quiero ser artista (como Piero Manzoni)!!”; Flavia Costa y Ana M. Battistozzi. “Los polémicos límites del arte”.

¹⁵ Antoni Llena, “El doble fraude de Piero Manzoni”.

dad de sus discursos estéticos. El medio ambiente, el cuerpo, los espacios, el desarraigo, el territorio, el tiempo, la memoria, etc. son temáticas y campos de experimentación que se desgajan y tienden a mostrar que las vanguardias artísticas y literarias del siglo XX o “el happening, el accionismo, Fluxus events, el *body art* y la performance de los años 60 y 70 fueron más que un simple episodio”.¹⁶

Mientras en la narrativa contemporánea asistimos a la disolución de fronteras entre la creación y la reflexión literarias y en las nuevas tendencias teatrales podemos observar de qué manera el texto deja de ser el elemento hegemónico estructurante de la puesta en escena o, en música, cómo el grafismo se coloca en la linde de las expresiones artísticas, en el arte conceptual, los fluidos y los deshechos del cuerpo, la sangre, el excremento y la orina (la moda actual es el espinoso tema de la muerte) han consagrado a varios artistas del siglo XX y son componentes de obras capitales que hoy nos permiten dialogar con un arte que sólo parece dar escalofríos, pues “el arte del shock es el tipo de arte más seguro al que un artista puede dedicarse hoy, si de hacer negocios se trata”. Atrás quedó el accionismo vienés, cuyas mutilaciones en vivo, representaciones orgiásticas y crucifixión de ovejas hicieron de Günther Brus, Otto Muehl, Hermann Nitsch y Rudolf Schwarzkogler *personae non gratae* en la escena del arte y el Estado austriacos. En esa época, su forma de hacer arte, no tenía al *shock* como un fin en sí mismo, buscaba algo más ambicioso: una reestructuración total del arte, la sociedad y la cultura.¹⁷

Hoy, las artes se refugian y se expanden en sí mismas, presas a experimentar, percibir y explotar al máximo una realidad y sus verosímiles efectos, asumiendo que la creación artística es un campo fértil, sin fronteras ni pliegues, propio y único de una reducida comunidad artística internacional que maneja el Código, “aun cuando el sistema valorativo tiene que ver con el proceso de

¹⁶ Patricia Mayayo, “La reinención del cuerpo”, p. 85.

¹⁷ Lorena Marrón, “El arte de decir”, en *Letras libres*; Lauro Zavala, *La precisión de la incertidumbre...* pp. 136-142; Hans Ties Lehmann, “El teatro posdramático. Germán Lacanna”; Isaac Diego García “Notación musical. El grafismo musical en la frontera de los lenguajes artísticos”.

legitimación establecido en los más importantes centros del circuito artístico” –Berlín, París o Nueva York, por ejemplo– y, bajo el impulso de privilegiar una mirada dominante, “adjetiviza” los modos para distinguir lo universal de lo local (arte de mujeres, arte gay, arte étnico, arte político, arte latinoamericano, etc.) en una propensión pluralista, que termina por marcar las diferencias y reconocer una multiculturalidad estandarizada donde los conflictos, cuando se admiten, se *resuelven* con maneras demasiado occidentales y pragmáticas.¹⁸

Al mismo tiempo, comprometidas con el mercado y sujetas a los vaivenes de la demanda pareciera que en nuestros días la mayor apuesta de las artes es por el exceso de trivialidad, el *shock* o, mejor dicho, el hiperrealismo. Hoy creemos que arte es: doblar un alambre; mostrar una cama sin hacer, rodeada de detritus domésticos (condones usados, ropa interior con manchas de sangre [...], todo en un ambiente de íntimo abandono); exponer un perro moribundo por falta de alimentos –así sea en protesta por el trato discriminatorio a los emigrantes–; exhibir una habitación vacía con una neblina espesa, producida por la vaporización del agua con que se lavaron los cadáveres en la morgue; presentar la lengua cortada de un joven punk asesinado o, hacer un documental con las imágenes de los suicidas lanzándose desde el Golden Gate de San Francisco y de los testimonios de familiares, amigos y espectadores de los hechos [...]¹⁹ Confundimos arte y experiencia estética

¹⁸ Vid. Carmen Hernández, “Crítica a la exotización y a la sociologización del arte latinoamericano”, pp. 152-157.

¹⁹ En 1999, la artista inglesa Tracey Emin (1963-) formó parte de la terna final del premio Turner, que otorga la TATE Gallery, por su obra *My Bed*. En 2007, el costarricense Guillermo ‘Habacuc’ Vargas (1975-) expuso un perro callejero a la inanición en la galería *Códice* de Managua, Nicaragua. En 2001, la artista mexicana Teresa Margolles (1963-), presentó *Vaporización*, en el PS1/MOMA de Nueva York y un año antes, *La lengua*, en el Palacio de Bellas Artes (México). Por último, en 2006, Eric Steel produjo la película *The Bridge*, a partir de imágenes de los suicidas del Golden Gate de San Francisco. Vid. Juan Pedro Quiñonero, “Sube el precio del porno soft y lo trivial patético en las ferias de arte contemporáneo”, en *Una temporada en el infierno*. Madrid. Octubre 13, 2006, en: <http://unatemporadaenelinfierno.net/2006/10/13/sube-el-precio-del-porno-soft-y-lo-trivial-patetico-en-las-ferias-de-arte-contemporaneo/> (último acceso 22 de diciembre de 2008); “Guillermo Habacuc Vargas, again”,

Patrocinado por la iglesia o favorecido por el Estado, a lo largo de la historia, en nuestros días se podría creer que el destino del artista de elite es amoldarse a la oferta y la demanda internacionales. Instituciones artísticas, empresas multinacionales, funcionarios privados y públicos de alto rango, empresas y comerciantes exitosos, artistas y profesionistas célebres, *vedettes* famosas, etc., buscan con la compra de obras de arte invertir en un buen negocio, aumentar su prestigio, ahorrar impuestos y hasta hacer brillar su mecenazgo.

Así, como si únicamente fuese un juego de “moda y distinción” –o un sencillo compromiso de los nuevos ricos con la promoción de las artes y la cultura–, quedan ocultos los vínculos y la deuda moral del arte contemporáneo con los grupos financieros. Las gigantescas inversiones dedicadas a la compra de obras de arte (y a menudo para sus propias puestas en escena y mercadeo) impiden que, incluso, se presenten piezas diferentes, fuera de los lenguajes artísticos ya establecidos. Aun más, las estrategias financieras de las poderosas cadenas de galerías de arte, en alianza con importantes coleccionistas y directores de los grandes museos y fundaciones, han hecho que desaparezcan las luchas encarnizadas entre grupos de artistas defensores de una u otra tendencias. “Una sociedad rígida manda en el mercado del arte y exige que cada uno sepa que los precios deben crecer sin cesar para asegurar beneficios.”²⁰

Desde al menos las dos últimas décadas del siglo pasado, el nacimiento de una comunidad artística cosmopolita y el hecho de colocar su producción en los circuitos internacionales de arte, tiene que ver con las transformaciones sociales y económicas a nivel mundial y el brote de expresiones o manifestaciones estéticas comunes, en virtud de una sincronía y homogeneización mundial de los discursos artísticos.²¹ Si bien la globalización

en *lacoctelera.net*, en: <http://scaramouche.lacoctelera.net/post/2008/03/04/guillermo-habacuc-vargas-again> (último acceso 16 de junio de 2009); Kap, “Cine: Eric Steel-The Bridge...”, en *Pijos y Ladillas*. 23 de noviembre de 2007, en: <http://nioneta.blogspot.com/2007/11/cine-eric-steel-bridge.html> (último acceso 13 de junio de 2009).

²⁰ Claude Karnoouh, “Valores estéticos y valores sociales en la época de la modernidad”.

²¹ Alberto López Cuenca, “El desarraigo como virtud...”, pp. 7-11.

se inscribe en un movimiento histórico que empezó hace varios siglos (con la colonización y la mundialización de la economía y la cultura), el momento en que se hace irreversible es en los años ochenta, cuando a través de la revolución de la informática aparece la posibilidad de una economía planetaria en tiempo real y la tecnología de la información comienza a moldear los gustos y las prácticas sociales.²²

A partir de entonces, mientras se fortalecen y diversifican los rasgos de una nueva revolución centrada en los vertiginosos avances tecnológicos de las comunicaciones, la crisis económica (y sus efectos en las políticas públicas de los estados) genera una ruptura de paradigmas y el surgimiento de un nuevo modelo global de acumulación. En éste, el capital especulativo se convierte en un instrumento importante para el financiamiento de la economía, mas su propósito no es el desarrollo económico de los países, sino hacerse de una ganancia alta, rápida y con el menor riesgo, pues de las 54 mil compañías transnacionales, con casi medio millón de entidades incorporadas en el mundo, más del 80% son empresas que se concentran en la tríada formada por la Unión Europea, Estados Unidos y Japón. Así, la mayoría de la inversión extranjera directa se concentra en los países desarrollados, mientras no sólo se incrementa la desigualdad social en todos los niveles y el medio ambiente se deteriora con prisa, también emerge una “fractura” entre el éxito personal y el progreso social e, igualmente, una *cultura de la superficialidad* “en la que el consumismo reemplaza a la política y los apaños a las medidas sociales”.²³ Base de la modernidad como proyecto, hoy cobra nuevos bríos la explotación de los recursos naturales y la explotación de una fuerza de trabajo, con cada vez menos garantías sociales. En nombre del progreso se vulneran los derechos económicos, políticos, sociales y culturales de las mayorías.

²² Manuel Castells, *La era de la información [...] pp. 119-120, 463*; Javier Pérez Siller “Un tema, una perspectiva y una problemática”, en *México-Francia. Memoria de una sensibilidad...* pp. 10-11.

²³ Francisco Lavolpe, “Las nuevas ciudadanía de la globalización”, en *Hologramática...* pp. 47-65.

Precisamente, el predominio del capital especulativo, contribuyó a la unificación de un mercado internacional de arte. “La expansión económica del sector financiero, su disponibilidad de dinero en busca de posibles inversiones alternativas, la escasez de obras de grandes artistas clásicos, que hacen elevar los valores de los contemporáneos, y la avidez por el arte de nuevos consumidores –entre los que se encuentran infinidad de magnates de diverso origen– han hecho disparar al infinito la cotización de las obras”.²⁴ Si en los años ochenta los galeristas y los comerciantes hablaban sobre la cantidad de obras vendidas en una exposición, ahora se preguntan por quién las compró y cuál puede ser el próximo margen de utilidad en el mercado.

A la par, el artista, colocado en los grandes circuitos comerciales, tiene una carencia total de autocrítica, porque todo lo que produce sale a la venta y lo que importa es el nombre, *la firma*. Ésta ha transformado en una marca que garantiza su valor como mercancía, al margen de cualesquiera consideraciones artísticas y estéticas sobre la calidad del trabajo.²⁵ Así, la figura del crítico de arte ha sido sustituida por el curador, quien, al establecer un vínculo empático y de colaboración con el artista, reemplaza cualquier tarea “validatoria”.

Pero, más allá del sentido y la importancia del mercado, las prácticas artísticas no son comprensibles aisladas de la sociedad y fuera de la configuración histórica de los gustos artísticos. El hecho que la décima Feria de Arte de Rotterdam (febrero de 2009) estuviese “plagada de obra figurativa, con personajes desproporcionados, caricaturas grotescas o en posiciones obscenamente explícitas y retratos de niños con expresiones siniestras”, tiene su historia, un pasado reciente que la significa.²⁶

²⁴ Gabriel Cocimano, “El mercado y la disolución del arte contemporáneo”. Además la insolencia de un sólido capital cultural en la mayoría de los clientes (los nuevos ricos) los hace presa fácil de cualquier iniciativa.

²⁵ El caso es similar a los artistas de cine. El culto a las “estrellas”, fomentado por el capital cinematográfico, “conserva aquella magia de la personalidad, pero reducida, desde hace ya tiempo, a la magia averiada de su carácter de mercancía”. Walter Benjamin “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”.

²⁶ G. Galindo, “Otra feria más: mucha pintura, poca originalidad y nada de consistencia”.

La recesión económica estadounidense de los años setenta y ochenta obligó a varias galerías neoyorquinas a mudarse a partes menos costosas y a responder a las presiones de un nuevo mercado en ciernes. Tim Rollins, uno de los principales creadores de East Village Art, señala cómo las primeras obras fueron hechas con la esperanza de contribuir a la transformación social. Más allá de sus colores “horrendos” y trazos exagerados, “caricaturescos”, era un arte que mezclaba manifestaciones o expresiones populares del entorno y lo influía. Luego, avanzados los ochenta, bajo la influencia teórica de Jacques Derrida (1930-2004), las propuestas artísticas tuvieron un nuevo giro, se reconoció que el discurso cultural estadounidense estaba dominado por la comunicación de masas y que, si de influirlo se trataba, habría no sólo que hacer el ejercicio de su deconstrucción, también concebir a la obra de arte no como un todo estructurado, sino heterogénea en sus lecturas: abierta.²⁷ No obstante, al poco tiempo, el arte deconstructivista renunció a sus ambiciones políticas e ideológicas y empezó a crear “a través de diversas técnicas, los impresionantes ‘mundos ilusorios’ que ofrecía a sus espectadores una realidad paralela, a veces más convincentes que la verdadera”, con lo cual, obtuvo el respaldo del público más diverso y se convirtió en el arte hegemónico de los Estados Unidos de Norteamérica.²⁸ A lo largo de los años noventa, con la globalización del capital, “las estrategias del arte contemporáneo en distintos puntos del mundo se hicieron cada vez más similares, debido, entre otras cosas, a la cada vez más frecuente educación internacional de los artistas, a la divulgación y número sin precedentes de publicaciones sobre arte y a la itinerancia internacional de exposiciones”.²⁹ Fue en ese entonces que, a través de una cierta estilización manierista de los objetos, triunfaron en el escenario

²⁷ Para Krieger, “el deconstructivismo, que exige lecturas subversivas y no dogmáticas de los textos (de todo tipo), es un acto de descentralización, una disolución radical de todos los reclamos de ‘verdad’ absoluta, homogénea y hegemónica”. Peter Krieger “La deconstrucción de Jacques Derrida (1930-2004)”, en *Anales del Instituto de Investigaciones Estéticas*, p. 182.

²⁸ Las citas y la información del párrafo provienen de Anna Gradowska, *El otoño de la edad moderna...* pp. 88-92.

²⁹ Alberto López Cuenca, *Ob. Cít.*, pp. 9-10.

mundial las propuestas teóricas y artísticas del deconstructivismo, con sus múltiples derivaciones e implicaciones conceptuales.

Por otra parte, la internacionalización de los discursos estéticos, la creación de nuevos públicos y el interés de los compradores por las novedades artísticas en un mercado globalizado, tienen que ver con las transformaciones de la sociedad y la cultura contemporáneas. Si para los teóricos deconstructivistas todo centro es arbitrario y por lo mismo no existe “la realidad”, según Turkle, lo que podemos observar con la creciente influencia de los videojuegos, la Internet y las computadoras en la vida cotidiana, es el desplazamiento del sentido del yo y el oscurecimiento de los límites que separan lo real de lo virtual: para muchos jóvenes de los países desarrollados, la vida real es apenas una dimensión de la vida múltiple, que siempre se vislumbra desde los monitores, a través de la red y en los juegos digitales.³⁰ A diferencia del cine, la radio, el teatro, la televisión y la literatura, cuya identificación del lector o el espectador es intelectual y emocional, en los videojuegos, por ejemplo, existe una identificación física. Las acciones del usuario participan del curso de los acontecimientos de la ficción y, por tanto, el jugador está en y no fuera de la trama.³¹

Por ello, gracias a las redes informáticas y a los juegos digitales, estamos transitando hacia una “cultura de la simulación”, donde lo virtual se cristaliza como un elemento imprescindible de nuevas identidades individuales y colectivas. En 2006, un estudio coordinado por Jeffrey Cole, el *Annenberg Digital Future Project*, descubrió que para el 43% de los estadounidenses que pertenecían a comunidades en Internet, el mundo virtual era tan importante como el

³⁰ Sherry Turkle, *La vida en la pantalla...* pp. 225-264.

³¹ “El lector de *El Quijote* imagina los peligros que enfrenta el hidalgo, los lugares y los personajes mencionados en el libro y, tal vez, se identifica emocionalmente con uno de ellos mientras se ciñe a los férreos carriles de la trama novelada; luego, de acuerdo a una antigua tradición cultural, puede escribir sobre su lectura. El usuario del videojuego, en cambio, se hunde en la creación y perfeccionamiento del hábito que le permita sortear peligros en un mundo cuya temporalidad es una trama cíclica que consta de una serie de alternativas cada vez más previsible y dependientes de su acción; y se convierte en el personaje de la ficción por identificación ya no sólo emocional, sino además física”. Alfredo Elejalde F. “La comunicación recreativa en la aldea global”.

real.³² Si a esto sumamos la importancia creciente de *Second life*, el programa que en marzo de 2008 ofrecía a más de 13 millones de usuarios registrados, la capacidad virtual de convertirse en otra persona y gozar de una o más vidas paralelas, el asunto no es sencillo porque, entre los metamundos y el mundo real se despliega la metáfora de muchas vidas.³³

Básicamente esta segmentación en “islas” –que en la vida común de los seres humanos acontece como una fragmentación social e individual, donde el olvido y el desarraigo afectivo se presentan como condición del éxito– permite comprender el eco de las prácticas artísticas de élite tanto en el mercado internacional como en los públicos que las frecuentan.³⁴ Como si todo fuese virtual y estetizante, cualesquier propuesta es arte, desde lo más nimio disfrazado de profundidad hasta lo más extremo. Desde mostrar un cuarto vacío hasta comer fetos humanos, desde exhibir en fotografías gigantes las manchas de “mi menstruación” hasta hacer y rellenar un surco con fluidos de personas asesinadas o, también, colocar 21 monolitos compactos de mierda humana seca.³⁵ Puesto que los videojuegos

³² “Cuando el mundo virtual es tan importante como el real”, en *Infobae.com*. 17 de diciembre de 2006. <http://www.infobae.com/notas/nota.php?Idx=289289&IdxSeccion=100918>. (último acceso 8 de octubre 2008); Mundo virtual, ¿tan importante como real?, en *El Universal.com.mx*. México: El Universal Online México: Jueves, 07 de diciembre de 2006. <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/36353.html>. (último acceso 2 de septiembre, 2009).

³³ El programa fue desarrollado en 2003 por Linden Research Inc. (Linden Lab), influido por las ideas iniciales de Neal Stephenson, en sus novelas *True Names* (1981) y *Snow Crash* (1992). Vid. “Second Life” en *Wikipedia, la enciclopedia libre*. http://es.wikipedia.org/wiki/Second_Life. (último acceso 5 de enero, 2009). Además, según cálculos, *Second life* mueve alrededor de 600 millones de dólares diarios en transacciones comerciales.

³⁴ Según Sennett, el vínculo social surge básicamente de una sensación de dependencia mutua; “pero todos los ‘dogmas del nuevo orden’ tratan la *dependencia* como una condición vergonzosa... Dentro de las corporaciones modernas, no hay un lugar honroso para el servicio”. Richard Sennett, *La cultura del nuevo capitalismo*, pp. 146-147.

³⁵ En 1995, el artista británico Martin Creed, presentó *The Lights Going On and Off*, una habitación vacía con unos tubos de neón en el techo que se encendían y apagaban rítmicamente; por este tipo de instalaciones en 2001 ganaría el premio Turner. Vid. Miguel Ángel Hernández-Navarro “El arte contemporáneo entre la

realizan el viejo sueño de colocar a las personas en un espacio más allá del bien y del mal, falto de censuras y dilemas morales –y permiten darles el goce de un poder sobre la vida y la muerte que no trae las serias consecuencias de una confrontación real–, en el arte contemporáneo asistimos a una estetización y simbolización a gran escala de todos los eventos de la sociedad, la vida cotidiana y la cultura, con un inefable y supuesto empeño de literalidad.³⁶ “Si la ‘narrativa’ porno obliga a torsiones y curvaturas inverosímiles para mostrar lo que el todo el mundo sabe que está ahí, la [actual] estratagema estético-artística tiene... que mostrarlo todo en primer plano, con un fuerte componente de patetismo, para evitar que se le acuse de ‘sublimación’”.³⁷ Fragmentaria e iconoclasta, su empresa no

experiencia...”, en *Revista de Occidente*, núm. 297, pp. 14-15. En la III Bienal Internacional de Shanghai (2000), el artista chino Zhu Yu presentó su obra *Comiendo personas*. En esa ocasión consumió un feto humano que previamente había cocinado a la parrilla (también se dice que era pato, aunque para el espectáculo mediático eso es irrelevante: “Ninguna religión prohíbe el canibalismo. Ninguna ley dice que no se pueda comer carne humana. He aprovechado ese espacio vacío entre la moral y la legalidad para desarrollar mi trabajo [...] Sé que hay gente que no cree que el bebé sea real, pero lo es. Me lo llevé de un colegio médico”). “Zhu Yu ‘el caníbal’. Su arte: comer niños muertos”, en *El Mundo*, 5/01/2003. <http://www.elmundo.es/cronica/2003/377/1041933831.html>. (último acceso 27 de marzo de 2009); Nicolás Casese, “Gran Bretaña/ Polémica. Un millón de personas vio a Zhu Yu, el chino caníbal”, en *El Mundo.es: Madrid, Unidad Editorial Internet*. Sábado 4 de enero de 2003 Año XV. Número: 4,778. <http://www.elmundo.es/2003/01/04/comunicacion/1304457.html>. (último acceso 7 de febrero de 2009). En 2007 Teresa Margolles expuso en la Fundación/Colección Jumex, *La Herida*, un surco hecho en el piso de la galería y relleno con fluidos de personas asesinadas. Axel Velázquez. “Teresa Margolles. Proyecto para Ecatepec: *Herida*, 2007”, en: http://www.replica21.com/archivo/articulos/u_v/522_velazquez_margolles.html. (último acceso 10 de abril de 2009). En enero de 2008, Santiago Sierra expuso, en Londres, 21 monolitos de mierda recolectada a mano por mujeres de Nueva Delhi y Jaipur. Claudine La Petite, “Santiago Sierra escandaliza Londres con una exposición de mierda”, en *La Petite Claudine en arte*. Enero 29, 2008. <http://www.lapetiteclaudine.com/archives/012326.html>. (último acceso 6 de abril de 2008).

³⁶ Ver: Alfredo Elejalde F., *ob. cit.*; Gabriel Cocimano, “El mercado y la disolución del arte contemporáneo”, http://www.margencero.com/articulos/new/arte_contemporaneo.html. (último acceso 23 de febrero de 2009); “Poner nuestra mirada al desnudo, ése –afirma Roland Barthes– es el efecto de la literalidad”, *Apud*. Fernando Castro Flórez, “*Hay bebés feos...*”, en *Revista de Occidente*, núm. 309, p. 5.

³⁷ Fernando Castro Flórez, *ob. cit.*, pp. 7-10. Chema Cobo “El arte actual es como

es destruir imágenes, sino fabricarlas en tal profusión que las anula: no hay nada que ver, carece de provocación, esa inquietud a largo plazo que mueve las fibras más íntimas del ser en su relación consigo mismo, la sociedad, el medio ambiente y el cosmos. Todo, incluso aquello que nos atemorizaba, termina por ser *grotesco*, es decir, ornamental, parte del *reality show*: una dimensión –entre muchas– de las “vidas imaginarias”. En esta medida, existe en el arte contemporáneo una sobreinterpretación del quehacer artístico y estético, una búsqueda infinita de sentido, un permanente interés por mostrar el contraste, las aportaciones, las novedades; esa es la única estrategia posible para posicionar sus productos en el mercado: los envuelve con un manto de esteticismo y aura diferenciadora.³⁸

No obstante, lo más visible es la aguda separación del artista y su entorno, así lo invoque y lo asuma de manera retórica. Escasas veces sus protestas y sentidas demandas van acompañadas de movimientos y prácticas sociales críticas, como si sólo le interesara la notoriedad mediática, el ranking y la cotización de su trayectoria: su “riesgo” solitario, sin anclajes, al mostrar su obra.³⁹

Oculto la relación comercial de los artistas con las galerías y los museos, un argumento a favor de la creación estética es la libertad del arte, su derecho a no reconocer límites o compromisos. De hecho, la “justificación de muchas obras es que son válidas

una película porno: parece excitante pero aburre”. *El Diario del Sur*, en: <http://www.diariosur.es/20071020/cultura/arte-actual-como-pelicula-20071020.html> (último acceso 15 de febrero de 2009)

³⁸ Gerzog “Diferencia en la desdiferenciación”.

³⁹ En 2005, Jorge Luis Marzo le pregunta a Harald Szeemann, uno de los curadores internacionales de arte contemporáneo más influyentes de las tres últimas décadas del siglo XX:

— Corríjame si interpreto que su visión del artista es la de un bufón, siempre cerca del poder pero al que se le permite decir lo que quiera...

— “Desde luego... y porque está solo, puede” –le responde.

Jorge Luis MARZO “Entrevista a Harald Szeemann. Curador de arte contemporáneo (1933-2005)” <http://soymenos.net/Szeemann.pdf>. (último acceso 14 de abril de 2009). Sobre el ranking de los artistas: Artist Ranking” en *Artfacts.net*. <http://www.artfacts.net/index.php/pageType/ranking/paragraph/4>. (último acceso 16 de marzo de 2009).

porque cuestionan nuestras pautas sociales, políticas y culturales, o porque retan radicalmente nuestra sensibilidad y nuestra conciencia". A menudo, sin embargo, "los métodos son tan grotescos (cuando no atroces), y las proclamas tan candorosas (cuando no cínicas), que harían pensar que, simplemente, algunos de estos artistas no saben de qué están hablando".⁴⁰ Hechas para generar entre los visitantes un sentimiento de culpa irracional y mover entre los clientes el apetito por la puja, estas obras poco ayudan al desarrollo de una cultura de la diferencia y la tolerancia o para ampliar los espacios democráticos; más bien constituyen una vacuna. A través suyo "se inmuniza lo imaginario colectivo mediante una pequeña inoculación de la enfermedad reconocida; así se le defiende [a la burguesía] contra el riesgo de una subversión generalizada [y] como en toda sociedad anónima bien formada, las

⁴⁰ Hernán D. Caro A., *ob. cit.*. Un ejemplo: según la galería *Juana de Aizpuru* (Madrid), Tania Bruguera (1968-) es una artista conocida internacionalmente por "la novedad de su trabajo conceptual en cuyo imaginario se combinan estrategias políticas, de conducta social, rumor y utopía". El 30 de noviembre de 2006, presentó en ese centro su exposición *For Sale / A la venta*. En la inauguración, al realizar la performance "El susurro de Tatlin III", propuso a los asistentes aprender a construir *in situ* cócteles molotov y otras bombas caseras. Algunos salieron de la galería "con las botellas de vidrio rellenas con gasolina, clavos y la mecha de trapo, y otros, sólo con las instrucciones, *souvenirs* de una velada en donde el hecho artístico se convierte casi en un hecho político", comenta un periodista. Para Miguel Cereceda fue pólvora mojada, y Fernando Castro Flórez se pregunta: "¿a quién se va a lanzar ese cóctel molotov? ¿Qué edificio va a ser destruido por este terrorismo doméstico? ¿Los coleccionistas y los museos (los esperados compradores) van a ser, de una vez por todas, eliminados de la faz de la tierra? Lo malo es que este tipo de bromas parvularias, estos gestos de 'radicalismo subvencionado' se despliegan con un tono pretencioso que es, acaso, lo verdaderamente demolidor o, por ser más preciso, ridículo (en este caso sin pretenderlo)". *Vid.* "For Sale / A la venta", en http://www.juanadeaizpuru.com/es_tania.htm; Arte10/Galería Juana de Aizpuru "For Sale. Tania Bruguera. Galería Juana de Aizpuru", en *Barcelona. Caixa Forum*. <http://www.arte10.com/noticias/propuesta-316.html> (último acceso 19 de febrero de 2009); "For Sale. Tania Bruguera. Galería Juana de Aizpuru", en <http://www.arte10.com/noticias/propuesta-316.html>. 19 de febrero, 2009 Miguel Cereceda, "Pólvora Mojada", en *ABC. Las artes y las letras*. Madrid, núm. 776, 16/12/2006, en: <http://www.abc.es/abcd/noticia.asp?id=5887&sec=36&num=776>. (último acceso 16 de diciembre de 2008); Fernando Castro Flórez, "Hay bebés feos...", en *Revista de Occidente*, núm. 309, p. 18.

partes pequeñas compensan jurídicamente (pero no realmente) las más grandes”.⁴¹ Según Gabriela Galindo, lo que más molesta de algunas acciones de Santiago Sierra “no es que contrate a un grupo de prostitutas que se dejarán tatuar en pago a una línea de cocaína. Lo que estorba es que el artista obtendrá varios miles de euros por la pieza. Quizá no es tan brutal que Teresa Margolles muestre un video en denuncia de los terribles asesinatos de cientos de mujeres en Ciudad Juárez, lo que nos disturba es que el video será vendido por su galería a coleccionistas y museos que lo que menos les interesa es el contenido social de la pieza”.⁴² A fin de cuentas, lo que se merca y se consume es un espectáculo, un loco, excéntrico y devastador juego de imágenes: una vida virtual, mientras por otros lindes, con sus miserias y placeres, transcurre la de carne y hueso; la humana, que es tuya y mía.

Una consideración final

Pese a la supuesta solidez y efervescencia del arte contemporáneo en los más altos circuitos comerciales, éste vive de redundancia y escasa capacidad creativa. De frontera, bajo el imperio de la caducidad, la seducción y el consumismo, las obras no reflejan estilo personal alguno, más bien una moda cada vez más sofisticada y atrevida, con un despliegue inusitado de estrategias y tácticas “agresivas”, presencia mediática y mercadotecnia, pero difícilmente abrigan un “carácter comunicativo sobre lo que acontece en el mundo exterior o lo que le está pasando al artista en relación con su historia”; no expresan ideas ni llaman a la reflexión, menos amplían el código comunicacional, porque no existe la metáfora que suele asociarse con la función poética o estética del lenguaje.⁴³ Para la pintora María José Gallardo, el código conserva su apariencia variada, compleja y abstracta, pero se ha convertido en “la verja electrificada que protege un elitismo vacuo [...] las élites [artísticas] se adocenán hasta convertirse en estereotipos de lo que fueron. La

⁴¹ Roland Barthes, *Mitologías...* p. 247.

⁴² Gabriela Galindo “Los horrores del arte contemporáneo”.

⁴³ Gabriela Galindo, “Otra feria más: mucha pintura, poca originalidad y nada de consistencia”; María José Gallardo, “La piel de la cultura de consumo”.

norma de consumo de masas permite acceder a las ventajas de la élite, y al mismo tiempo la antigua élite cultural convierte la vida artística en un club de campo mediocre”, escaso de rigor.⁴⁴

Pese a ello, y al margen de los circuitos en donde se mueven los artistas (sus motivos, el impacto en los receptores, el mundo y los intereses de los curadores), el arte contemporáneo, como cualquier arte en el pasado, en tanto expresión o manifestación simbólica o metafórica no carece del todo de razones. En nuestro tiempo plantea problemáticas que las ciencias sociales y las humanidades, presas de sobre-especialización, poco advierten y abordan. Sí, es necesaria y urgente una profunda reflexión sobre la situación y la condición humanas, y eso, para el arte actual, más allá de los intereses económicos que lo condicionan –mas no determinan–, constituye una de sus prioridades, uno de sus atributos y una de sus contribuciones.

Bibliografía citada

- “Artist Ranking” en *Artfacts.net*. en: <http://www.artfacts.net/index.php/pageType/ranking/paragraph/4> (último acceso 16 de marzo de 2009).
- “Exhibitions: © Murakami”, en: *Exhibitions: Brooklyn Museum*, en: <http://www.brooklynmuseum.org/exhibitions/murakami/> (último acceso 14 de febrero de 2009).
- “For Sale/A la venta”, en: *Galería Juana de Aizpuru*. Madrid, 30 de noviembre de 2006, en: http://www.juanadeaizpuru.com/es_tania.htm y <http://www.juanadeaizpuru.es/> (último acceso 13 de septiembre de 2009).
- “Guillermo Habacuc Vargas, again”, en *lacoctelera.net*. en: <http://scaramouche.lacoctelera.net/post/2007/11/09/guillermo-habacuc-vargas> y <http://scaramouche.lacoctelera.net/post/2008/03/04/guillermo-habacuc-vargas-again> (último acceso 16 de junio de 2009).
- “Mierda de artista, de Piero Manzoni a subasta en Sotheby’s”, en *Arte Spain*, en: <http://www.artespain.com/21-11-2008/subas>

⁴⁴ María José Gallardo, “La piel de la cultura de consumo”.

- tas/mierda-de-artista-de-piero-manzoni-a-subasta-en-sothebys (último acceso 22 enero de 2009).
- “Mierda de artista. El cuerpo mágico del artista”, en *Archivo Obra Piero Manzoni*, en: http://www.pieromanzoni.org/SP/obras_mierda.htm (último acceso 28 de mayo de 2009).
- “Mundo virtual, ¿tan importante como real?”, en *El Universal.com.mx*. El Universal Online México, jueves 07 de diciembre de 2006, en: <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/36353.html> (último acceso 2 de septiembre de 2009).
- “Polémica/Zhu Yu, ‘el caníbal’. Su arte: comer niños muertos”, en *Crónica. Suplemento de El Mundo.es.*, Unidad Editorial Internet. Domingo 5 de enero de 2003, Número 377, Madrid. <http://www.elmundo.es/cronica/2003/377/1041933831.html> (último acceso marzo 27 de 2009).
- “Santiago Sierra escandaliza Londres con una exposición de mierda”, en *La Petite Claudine en arte*, enero 29, 2008, en: <http://www.lapetiteclaudine.com/archives/012326.html> (último acceso 6 de abril de 2008).
- “Second Life” en *Wikipedia, la enciclopedia libre*, en: http://es.wikipedia.org/wiki/Second_Life (último acceso 5 de enero de 2009).
- Amigot Leache, Patricia, “Más allá del discurso: Análisis genealógico de un proceso de transformación intersubjetiva de género”, en *Forum: Qualitative Social Research*, 2007, vol. 8, núm. 2, en: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/viewFile/235/522> (último acceso 22 de mayo de 2007).
- Arte10/Galería Juana de Aizpuru, “For Sale. Tania Bruguera. Galería Juana de Aizpuru”, en *Barcelona. Caixa Forum*, <http://www.arte10.com/noticias/propuesta-316.html> (último acceso 19 de febrero de 2009).
- Artistas Visuales Asociados de Madrid, *El estatus del artista*. Madrid: AVAM, Artistas Visuales Asociados de Madrid, 2006.
- Barthes, Roland, *Mitologías*, Siglo XXI, México, 1999.
- Benjamin, Walter, “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”, en *Discursos Interrumpidos I*, Taurus, Buenos Aires, 1989.
- _____, “La obra de arte en la época de su reproducti-

- bilidad técnica”, en *Discursos Interrumpidos I*, Taurus, Buenos Aires, 1989.
- Caro A., Hernán D., “Los confusos límites del arte contemporáneo. ¿Todo vale?”, en *Arcadia.com*. <http://www.revistaarcadia.com/ediciones/38/arte.html> (último acceso 25 de abril de 2009).
- Cassese, Nicolás, “Gran Bretaña/ Polémica. Un millón de personas vio a Zhu Yu, el chino caníbal”, en *El Mundo.es*, Madrid, Unidad Editorial Internet. Sábado 4 de enero de 2003 Año XV. Número: 4, 778, en: <http://www.elmundo.es/2003/01/04/comunicacion/1304457.html> (último acceso 7 de febrero de 2009).
- Castells, Manuel, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Alianza Editorial, Madrid, 1997.
- Castro Flórez, Fernando, “‘Hay bebés feos [Verdad de la buena]’, El marketing estético de la perogrullada”, en: *Revista de Occidente*, núm. 309, febrero de 2007, Fundación José Ortega y Gasset, Madrid.
-
- _____, La obra de arte en la era de la perogrullada incesante [“A reprendre depuis le debut”], en: <http://consellodacultura.org/wp-content/blogs.dir/1/2008/02/conferencia-fernando-castro-florez.pdf> (último acceso junio de 2009).
- Cereceda, Miguel, “For Sale (en venta) Tania Bruguera”, en *Semanario de cultura y literatura. La revista literaria y cultural del diario ABC*, número, 776, 16 de diciembre de 2006, Madrid, en: <http://www.abc.es/abcd/noticia.asp?id=5887&sec=36&num=776> (último acceso 15 de mayo de 2009).
-
- _____, “Pólvora Mojada”, en *ABC. Las artes y las letras*. Madrid, núm. 776, 16 de diciembre de 2006, Madrid, en: <http://www.abc.es/abcd/noticia.asp?id=5887&sec=36&num=776> (último acceso 16 de diciembre de 2008).
- Cocimano, Gabriel, “El mercado y la disolución del arte contemporáneo”, en: http://www.margencero.com/articulos/new/arte_contemporaneo.html (último acceso 23 de febrero de 2009).
- Costa Flavia y Ana M. Battistozzi, “Los polémicos límites del arte”, en: *El Clarín.com*. Suplementos, 29/XI/2003, en: <http://www.clarin.com/suplementos/cultura/2003/11/29/u-666489.htm> (último acceso 17 de agosto de 2009).

- Diego García, Isaac, "Notación musical. El grafismo musical en la frontera de los lenguajes artísticos", en *Opusmusica*, núm. 20, noviembre 2007, en <http://www.opusmusica.com/020/grafismo.html> (último acceso 8 de enero de 2009).
- Duchamp, Marcel, "Documentos sobre los Ready-Made", en: <http://www.archivosurrealista.com.ar/Objetos6a.html> (último acceso 6 de mayo de 2009).
- Elejalde F., Alfredo, "La comunicación recreativa en la aldea global", en: <http://macareo.pucp.edu.pe/~elejalde/ensayo/juego.html> (último acceso 18 de abril de 2009).
- Evaristi, Hernán D. Caro A., "Los confusos límites del arte contemporáneo. ¿Todo vale?", en *Arcadia.com*, en: <http://www.revistaarcadia.com/ediciones/38/arte.html> (último acceso 25 de abril de 2009).
- Foucault, Michel, "Nietzsche, la genealogía, la historia", en: *Microfísica del poder*; La Piqueta, Madrid, 1991.
- Gabriela Galindo, "Otra feria más: mucha pintura, poca originalidad y nada de consistencia", en: http://www.replica21.com/archivo/articulos/g_h/559_galindo_rotterdam.html (último acceso 15 de abril de 2009).
- _____, "Los horrores del arte contemporáneo", en *Réplica 21: obsesiva compulsión por lo visual*, en: http://www.replica21.com/archivo/articulos/g_h/404_galindo_horror.html (último acceso 15 de abril de 2009).
- _____, "Otra feria más: mucha pintura, poca originalidad y nada de consistencia", en: http://www.replica21.com/archivo/articulos/g_h/559_galindo_rotterdam.html (último acceso 15 de abril de 2009).
- Gallardo, María José, "La piel de la cultura de consumo", en: <http://www.mariajosegallardo.com/bloques.html?48> (último acceso 8 de junio de 2009).
- _____, "La piel de la cultura de consumo", en: <http://www.mariajosegallardo.com/bloques.html?48> (último acceso 8 de junio de 2009).
- Gradowska, Anna, *El otoño de la edad moderna: (reflexiones sobre el postmodernismo)*, Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico, Universidad Central de Venezuela, 2004.

- Hobsbawm, Eric, *A la zaga: decadencia y fracaso de las vanguardias del siglo XX*, Crítica, Barcelona, 1999.
- Kap, “Cine: Eric Steel-The Bridge...”, en *Piojos y Ladillas*. 23 de noviembre de 2007, en: <http://nioneta.blogspot.com/2007/11/cine-eric-steel-bridge.html> (último acceso 13 de junio de 2009).
- Karnoouh, Claude, “Valores estéticos y valores sociales en la época de la modernidad”, en: <http://es.geocities.com/sucessus23/914.htm> (último acceso 23 de marzo de 2009).
- _____, “Valores estéticos y valores sociales en la época de la modernidad”, en: <http://es.geocities.com/sucessus23/914.htm> (último acceso 23 de marzo de 2009).
- Lavolpe, Francisco, “Las nuevas ciudadanía de la globalización”, en *Hologramática*, Revista de la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Lomas de Zamora, Año V, núm. 8, vol. 6, Buenos Aires, 2008.
- Lehmann, Hans Ties, “El teatro posdramático. Germán Lacanna”, en: <http://www.leergratis.com/otros/el-teatro-posdramatico.html> (último acceso 18 de julio de 2009).
- Llena, Antoni, “El doble fraude de Piero Manzoni”, en: <http://islakokotero.blogspot.com/2007/08/10/el-doble-fraude-de-piero-anzoni-por-antoni-llena/#comments> (último acceso 16 de abril de 2009).
- López Cuenca, Alberto, “El desarraigo como virtud: México y la deslocalización del arte en los años 90”, en *Revista de Occidente*, Fundación Ortega y Gasset, núm. 285, febrero de 2005, Madrid.
- López, Antonio Javier, “Chema Cobo, artista: ‘El arte actual es como una película porno: parece excitante pero aburre’”, en *Diario Sur, digital*. Málaga, 20/X/2007, en: <http://www.diario-sur.es/20071020/cultura/arte-actual-como-pelicula-20071020.html> (último acceso 7 de febrero de 2009).
- Louis Vuitton, la firma de lujo más valiosa del mundo, según ‘Forbes’, en *El País.com*, en: http://www.elpais.com/articulo/economia/Louis/Vuitton/firma/lujo/valiosa/mundo/Forbes/elpepueco/20080509elpepueco_12/Tes (último acceso 23 de abril de 2009).
- Marrón, Lorena, “El arte de decir”, en: *Letras libres*, núm. 87, diciembre 2008, en: <http://www.letraslibres.com/index>.

- php?art=13470 (último acceso 30 de mayo de 2009).
- Marzo, Jorge Luis, “Artistas: entre naufragos y promotores turísticos”, en Ciclo de conferencias: *El estatus del artista a debate*, Madrid, 2005, en: <http://soymenos.net/naufragos.pdf> (último acceso 14 de abril de 2009).
- _____, “Entrevista a Harald Szeemann. Curador de arte contemporáneo (1933-2005)”, en: <http://soymenos.net/Szeemann.pdf> (último acceso 14 de abril de 2009).
- Méndez Baiges, Maite, “Santiago Sierra o la ética de la memoria”, en: *Letras Libres*, núm. 74, diciembre 2006, en: <http://www.lettraslibres.com/index.php?art=11731&rev=2> (último acceso 29 de abril de 2009).
- Mephisto, “Mamá, quiero ser artista (como Piero Manzoni)!!”, en: <http://escudellaurbana.blogspot.com/2008/12/mama-quiero-ser-artista-como-piero.html> (último acceso 17 de febrero de 2009).
- Picazo, Gloria, “Piero Manzoni. Los límites de la negación”, en: *Lápiz: Revista internacional del arte*, núm. 78, Madrid, 1991.
- Programa de las Naciones Unidas, *Informe sobre Desarrollo Humano. Profundizar la democracia en un mundo fragmentado*, Programa de las Naciones Unidas, Mundi-Prensa, Madrid, 2002.
- Quiñonero, Juan Pedro, “Sube el precio del porno soft y lo trivial patético en las ferias de arte contemporáneo”, en: *Una temporada en el infierno*, octubre 13, 2006, Madrid, en: <http://unatemporadaenelinfierno.net/2006/10/13/sube-el-precio-del-porno-soft-y-lo-trivial-patetico-en-las-ferias-de-arte-contemporaneo/> (último acceso 22 de diciembre de 2008).
- Ramírez, Juan Antonio y Carrillo, Jesús (eds.), *Tendencias del arte, arte de tendencias a principios del siglo XXI*, Cátedra, Madrid, 2004.
- San Martín, Francisco Javier, “La escultura en la época de las vanguardias”, en Juan Antonio Ramírez y Jesús Carrillo (eds.), *Tendencias del arte, arte de tendencias a principios del siglo XXI*, Cátedra, Madrid, 2004.
- Sánchez Jiménez, José, “El pluralismo cultural en la construcción social de la comunidad política”, en: *La actual situación democrática de España. Su base moral*, Universidad Pontificia de Salamanca, 2007, en: http://leonxiii.upsam.net/cursos_dsi/016_curso_dsi/doc/02-sanchezjimenez.pdf (último acceso 5 de marzo de 2009).

- Sennett, Richard, *La cultura del nuevo capitalismo*, Anagrama, Barcelona, 2006.
- Serra, Catalina. “Fetichismo de mierda”, en *El País.com*. 9 de agosto de 2007, Barcelona, en: http://www.elpais.com/articulo/revista/agosto/Fetichismo/mierda/elpepucul/20070809elpepirdv_2/Tes (último acceso 10 de diciembre de 2008).
- Siller Pérez, Javier, “Un tema, una perspectiva y una problemática”, en: *México-Francia. Memoria de una sensibilidad común. Siglos XIX–XX*, BUAP-El Colegio de San Luis, CEMCA, México, 1998.
- Turkle, Sherry, *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*, [trad. Laura Trafí], Paidós, Barcelona, 1997.
- Velázquez, Axel, “Teresa Margolles. Proyecto para Ecatepec: *Herrida*, 2007”, en: http://www.replica21.com/archivo/articulos/u_v/522_velazquez_margolles.html (último acceso 10 de abril de 2009).
- Zavala, Lauro, *La precisión de la incertidumbre. Posmodernidad vida cotidiana y escritura*, Universidad Autónoma del Estado de México, México, 2006.



DOI: <https://doi.org/10.59892/MM1202>

EL MARKETING DEL MUSEO: EL ARTE DEL CONSUMO

*Isabel Fraile*¹

La continua apertura de diferentes museos en los últimos años hace que surja una nueva competitividad en el seno cultural, especialmente en el caso de muchas ciudades que buscan en estos espacios un lugar seguro en el cual generar importantes ingresos. Algunos de ellos, sobre todo aquellos museos generados con capitales privados, aseguran parte de su éxito mediante la venta de diferentes *souvenirs* en los que se proyectan algunos detalles de las obras más importantes del museo. Es el momento en el que el consumo se convierte en protagonista absoluto dentro del mercado de la exposición de las obras de arte.

El marketing del museo: el arte del consumo

La sociedad actual ha generado una necesidad de consumo que inunda todas las esferas que puede abarcar el hombre. A menudo pensamos que el 'arte de consumir' en nuestra vida diaria se resume al ámbito alimenticio y a todas aquellas acciones que provocan en nosotros un placer momentáneo e inmediato, sin embargo, debemos asimilar con la misma naturalidad que el consumo también forma parte de nuestro goce estético, y eso, también salpica al mundo artístico. Este consumo desmesurado no sólo alimenta a las altas esferas de poder, formadas por una clientela ávida de obras de arte que es capaz de consumir todo lo que llegue a sus manos, sino que también se manifiesta, como desarrollamos a lo largo de este pequeño estudio, en el consumo que hacemos todos en el día

¹ Facultad de Filosofía y Letras de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

a día de las obras de arte, de aquellas que llegan a nosotros, de manera fácil, mediante objetos diversos. Para referirnos a este asunto queremos centrarnos en un espacio determinado, un continente perfecto para el arte y que se muestra, en algún momento de su historia, vinculado con la cultura de consumo: el museo.

La proliferación de estancias museísticas en los últimos años ha generado la tendencia por parte de estas instituciones de conseguir recursos mediante la venta de obsequios y *souvenirs* que destaquen las riquezas artísticas de la colección que regentan. Los mejores detalles de aquellas piezas valiosas por las cuales merece la pena visitar el museo, pasarán a formar parte de tazas, marcápáginas, pañuelos o incluso pantuflas para estar cómodo en casa. Todo apunta a que el arte debe formar parte de la vida cotidiana, de nuestras actividades mundanas, en las que se nos recuerda, una y otra vez, la trascendencia de la obra a través de su estampación en lo cotidiano, en lo más común.

Como si se tratara de marcas, detalles como el rostro de la *Mona Lisa* o las manos unidas en la *Creación* de Miguel Ángel (por no hablar de los repetidos angelitos que inmortalizó Rafael a los pies de una Virgen de quien ya nadie se acuerda), la popularización de estas obras, convertidas ya en símbolos sociales, hablan y definen a sus dueños que a menudo las alardean en sus camisetas y gorras, manifestando así su acercamiento a la cultura y el desplazamiento que en algún momento realizaron a un determinado museo. Esos espacios consagrados por los años como centros de culto, conocidos como las *catedrales profanas* cuyo contenido es, necesariamente, trascendente para el hombre.

A la hora de entender por qué el ciudadano actual consume estos detalles artísticos a través de diferentes objetos, debemos hacer una reflexión pausada que va más allá del puro marketing del museo, abarcando los pormenores de la psiquis humana. Cuando adquirimos uno de estos objetos nos apropiamos en ese momento de la obra, de un fragmento de ese original que nunca podremos tener, pero que nos ha cautivado en la exposición. En otros casos el objeto comprado nos recuerda que hemos podido encontrarnos con una obra concreta, la hemos visto cara a cara, después de muchos años sin haber podido apreciarla de frente, mirándola

sólo a través del lente del fotógrafo que la inmortalizó en el libro que tenemos en la estantería de casa. Por fin veo la obra, y adquiero de ella los fragmentos que están a mi alcance, la postal, el bo-lígrafo, la bolsa o la corbata con detalles de los tejidos. Todo vale con tal de poseer la pieza anhelada.

Este sentimiento de pertenencia que a todos los enamorados del arte nos ha invadido en algún momento de nuestra vida, es aprovechado por estas instituciones museísticas que pretenden hacernos atractivos los encantos de sus exposiciones, temporales o permanentes, a través de estas tiendas que deleitan a todos los visitantes del museo. Generalmente se encuentran a la entrada del mismo, permitiendo así el acceso a ella sin tener que pasar a ver las colecciones. Es también habitual que en aquellos museos donde se preparen exposiciones temporales con gran éxito de visitas se disponga, además de la tienda general del museo, otro espacio más pequeño a la salida de la exposición temporal en el que se vendan los diferentes artilugios que se han creado de manera especial para dicha exposición. Al tradicional catálogo de obras, que es lo que uno espera encontrarse en estos espacios, se suman, cada vez con más frecuencia, la venta de marca páginas, pequeñas libretas, calendarios o pequeños pastilleros que suponen un grato recuerdo del evento a un módico precio.²

Pero existen otros museos con un nutrido elenco de productos que reproducen elementos característicos de algunos artistas o de los movimientos culturales en los que se desarrollaron. Tal es el caso del Museo de Arte Reina Sofía de Madrid, donde adquirir vajillas con los popularizados motivos del austriaco Gustav Klimt, por ejemplo, nos permite llevarnos a la mesa un estilo decorativo

² La oferta económica es tan variada como la de los diferentes objetos que se exhiben. Desde postales que reproducen las principales obras del museo, en las que el precio se ajusta en los museos europeos a 0,60 euros por cada una, a objetos con un precio más elevado foulards (380 euros) y kimonos de seda (900 euros) basados en obras de Van Gogh, Gauguin, Renoir o Franz Marc, tal y como se encuentran en el Museo de Arte Thyssen-Bornemisza, Madrid. Para más información acerca del precio de estas prendas, recomendamos leer el texto de Concha Barón, de febrero de 2005, que podemos visitar en la siguiente página web: http://www.deviajes.es/saberviajar/LAS_TIENDAS_MAS_ORIGINALES_DE_LOS_MUSEOS_1.html

característico de las modernas casas de la Europa de su tiempo. Desde jarrones para flores a joyeros, pasando por sofisticados juegos de café, los principales cuadros de este artista legendario del modernismo centroeuropeo forman parte de las más exquisitas tiendas de decoración, por lo que tampoco podían faltar en el inventario de la tienda de muchos museos del mundo.

Sin embargo, serán los museos estadounidenses los que hagan de sus tiendas un verdadero *modus vivendi*. Luis Alonso Fernández queda perfectamente claro que este fenómeno se desarrolla con especial interés en aquellas instituciones creadas con capital privado³. En este aspecto merece la pena destacar el caso de dos museos neoyorquinos: el MOMA (Museum of Modern Art) y el MET (Metropolitan Museum of Art) que generan una importante cantidad de ingresos gracias a sus famosas tiendas. En ellas se exhiben productos que presentan marca registrada y han sido modelo de imitación para otras instituciones museísticas, americanas y europeas, que sueñan con tener su mismo nivel de ventas.

Lamentablemente el caso de América Latina, a este respecto, dista bastante de los mencionados museos europeos o americanos. Si bien es cierto que existe el concepto de venta en los museos de estos países, también lo es que su buen funcionamiento queda restringido, de manera prácticamente íntegra, a las grandes plataformas museísticas. En Argentina, por ejemplo, destaca el MALBA (Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires), que se decanta por una oferta de productos que marcan la tendencia moderna de adquisición de objetos en estas tiendas aún no siendo, en este caso, un mercado de piezas que reproducen detalles artísticos. No obstante, la tienda del MALBA se convierte en uno de los establecimientos más exquisitos dentro de los museos del país.

La oferta cultural de la nación vecina, Brasil, sucumbe ante un numeroso conjunto de museos, sobre todo las ciudades más importantes del país, aquellas que reciben una importante llegada de turistas gracias a su oferta cultural enfocada, de manera

³ Alonso Fernández, *Museología y Museografía*, p. 324.

especial, hacia el arte contemporáneo. Son varios los museos importantes dedicados a esta temática como el de Arte Contemporáneo de la Universidad de Sao Paulo, el de Arte Moderno de Río de Janeiro o los diferentes espacios expositivos que se abren a lo largo y ancho de este vasto territorio. Sin embargo, en pocos de ellos se apuesta por una tienda bien establecida. Destaca la que se abre en el Museo Nacional de Bellas Artes de Río de Janeiro, en la que se desarrolló un amplio espacio para vender todo tipo de productos que lleven el anagrama de la Institución; a ellos se suman otros *souvenirs* tradicionales que vienen a subrayar el interesante mercado que se establece en torno a estos espacios culturales.

En el caso de México, el concepto de tienda dentro del museo adquiere una dimensión interesante, aunque tengamos que limitar nuestra investigación a aquellos lugares de obligada visita para el mundo cultural, pues en establecimientos más pequeños, la idea de la tienda se limita a folletos informativos y escasos objetos expuestos en una vitrina.⁴ Es la ciudad de México la que brinda prestigiosas instituciones museísticas, en las que la oferta de productos comerciales con sabor artístico es variada y atractiva para el visitante. Desde el importantísimo Museo Nacional de Antropología e Historia, al nivel de cualquier gran museo del resto del mundo, lo que se manifiesta también en su prestigiosa tienda, hasta el encanto de las instalaciones de la Casa Azul de Frida, donde llevarse cualquier *souvenir* resulta tan atractivo como implicarnos en cualquiera de los encantos que tiene el país. A estas iniciativas de consumo de piezas artísticas en el interior de los museos podemos añadir el intento consolidado por algunos autores acerca del estudio y análisis sobre el consumo cultural dentro de este país, es-

⁴ Ese es el caso de la mayor parte de los museos poblanos. La ciudad colonial cuenta con una variada oferta museística que pretende atraer a un público cada vez mayor, al tratarse de una de las ciudades con más peso histórico dentro de la República. Entre los museos más relevantes de la ciudad, que además están gestionados de diferente forma, no existe un interés especial por destacar estos espacios de tienda aunque resultan interesantes las que forman parte del Museo de San Pedro, perteneciente al Gobierno del Estado, y la del Museo Amparo, de capital privado.

tudios que aunque hayan sido aislados hasta la fecha pero empiezan a crear una conciencia sobre la investigación en este terreno.⁵

No obstante, en el mercado latinoamericano se produce un giro muy llamativo que invita al espectador a participar en la compra de artículos artísticos en la red, en la que podemos encontrar todo este tipo de objetos culturales. A través de internet resulta a veces más fácil adquirir determinados productos que reproduzcan piezas de valor artístico, sobre todo obras de joyería, aunque es frecuente hallar cualquiera de los ya mencionados artículos que tradicionalmente encontramos en las tiendas de los museos. Una de las páginas más visitas es la mexicana '*tiendadelmuseo*'. Un espacio abierto en la web que fue ideado por Artes e Historia de México con el único fin de comercializar a través de la red con una serie de artesanías que reproducen convenientemente las piezas más prestigiosas del panorama nacional. Y es que la revolución de los medios también ha invadido el panorama artístico. Hoy día podemos adquirir la obra de algunos pintores contemporáneos, jóvenes artistas muchos de ellos, que cuelgan sus trabajos en la red para poder llegar a un mayor número de espectadores y posibles clientes.

Ante esta nueva situación, hay que ser consciente que, teniendo al ordenador en nuestra mesa como si fuera uno más de la familia y una parte esencial de la casa, hemos acostumbrado a nuestro ojo, como si se tratara de una tarea más de la vida cotidiana, el hecho de ver por una pequeña ventana, la de Internet, que de repente nos comunica con el resto del mundo. En esa búsqueda del placer visual, que a veces también trasladamos a la red, debemos encauzar el gusto hacia lo estético, hacia lo artístico. De ahí que proliferen páginas como www.artexport.com.ar, en las que adquirir una pieza artística resulta tan cómodo como realizar cualquier otro tipo de compra a través de Internet.

Pero volviendo a la tienda del museo, que sigue siendo el eje

⁵ A este respecto recomendamos el texto siguiente: Rosas Montecón, A., "Los estudios sobre consumo cultural en México". En: Daniel Mato (coord.): *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en 'Cultura y Poder'*, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela, Caracas, 2002, pp.: 255-264 (versión electrónica en: www.globalcult.org.ve/pdf/RosasMantecon.pdf)

central de este estudio, debemos fijarnos de nuevo en los museos estadounidenses. En estos momentos, asistimos a un acontecimiento puntual que combina perfectamente la creación artística con el consumo de objetos. Nos referimos a la exposición del genial artista Takashi Murakami en el museo neoyorkino de Brooklyn, que se inauguró el cinco de abril de 2008 y estuvo vigente hasta el 13 de julio.

El artista Murakami (Tokio, 1962), conocido como el Andy Warhol japonés, muestra en estas instalaciones una retrospectiva de su carrera en la que se aprecian noventa obras y, en el centro de éstas, ha instalado una tienda de la marca francesa Louis Vuitton. La exposición se denomina '© Murakami' y en ella el novedoso artista, que colabora para esta casa de lujo desde el año 2003, hace una apuesta arriesgada con su trabajo y profundiza en la relación que existe actualmente entre el arte y la cultura de masas, la moda y, en definitiva, el consumo. De esta manera, el japonés propone una exposición que tiene como centro a la distinguida tienda, donde se pueden adquirir varios productos que cuentan con la imagen surgida de la colaboración entre Jacobs, el representante comercial de Louis Vuitton, y Murakami. Juntos proponen algunos diseños especiales en bolsos de piel cuyo coste fluctúa entre los 1 300 y 2 200 dólares; aunque siempre pueden adquirirse objetos más económicos como una correa de piel para vestir el teléfono móvil, por 220 dólares. Además de estos lujosos obsequios, el artista nipón dispone para la exposición una serie limitada de estampados en lienzos que se pueden adquirir por un precio entre 6 000 y 10 000 dólares. En cualquiera de los casos, visitar esta exposición en el Museo de Brooklyn resulta un lujo para el bolsillo además de para los sentidos.

Efectivamente con la exposición de Murakami se materializa claramente, como en ningún otro caso, la fusión que existe entre arte y consumo, y pese a que en su propuesta no tome como excusa la venta de objetos que reproduzcan secciones de sus obras, en cualquier caso está aunando el placer de contemplar su arte con el hecho de adquirir un objeto de lujo. En este caso lleva a los *souvenirs* de la casa francesa a calidad de arte, desde el momento en que pueden ser contemplados en el espacio expositivo, pero

limita su adquisición a aquellos bolsillos que puedan permitirse el lujo de hacer tales consumos.

Llegados a este punto, nos preguntamos dónde está el placer de contemplar la obra. El museo de hoy juega con esa ilusión en la mente del espectador. El hecho de poder contemplar la pieza personalmente produce una experiencia en quien la contempla que resulta muy difícil de superar. El negocio del museo de cara al consumo del visitante juega con esa ilusión, con el hecho de ofrecerle al público la posibilidad de llevarse a casa un fragmento de la obra elegida, de la pieza admirada. Es el goce de lo estético materializado en un objeto que trasciende lo visualizado previamente. Frente a esa experiencia, la venta de artículos de arte a través de la red, sencillamente, no puede competir.

Y eso es algo que saben muy bien determinadas instituciones museísticas que, aunque vendan artículos a través de la página web, su apuesta fuerte viene dada en la tienda física que está en el museo. Así lo apreciamos en el caso de los dos museos neoyorquinos ya mencionados al inicio de este estudio, el MOMA y el MET. Sus tiendas venden *souvenirs* tan solicitados que su sistema de venta, como decíamos en líneas anteriores, es imitado por el resto de museos del mundo. Y si el resto de museos también cuenta con su propia tienda, tendremos que buscar el aspecto que diferencia el espacio comercial de estos dos monstruos museísticos, dicho en el mejor sentido de las palabras. Veamos las peculiaridades de cada uno de ellos.

En el caso del MOMA, gran parte de su éxito radica en la amplitud de espacio que el museo dedica a la tienda. La zona donde se ubica es muy amplia, dándole de este modo una importancia fundamental dentro de toda la estructura. En esta tienda deben darse cita objetos de todo tipo, no sólo a los ya habituales artilugios destinados a estos espacios (libros, joyas, marca páginas, libretas y objetos varios) sino que además contempla la venta de todo tipo de mobiliario para el hogar y la oficina, como si se tratara de cualquier tienda departamental, aunque eso sí, con mucho gusto y diseño. La amplia distribución con la que cuentan los artilugios del MOMA es otro de los éxitos de la tienda. En este caso, si desempeña un papel importante la difusión de su página web. Desde

ella podemos apreciar la selección de piezas para cada ocasión. Se clasifican, incluso, por eventos sociales. De este modo, si queremos regalar algo para la boda de unos amigos, tenemos un grupo de piezas del hogar con grandes dosis de diseño que se ajustan al regalo perfecto. Tienes la opción de elegir precios, pues el museo te selecciona los productos según su costo para facilitarte más la opción. No obstante, son muchos los productos que muestran diseños modernos aunque no necesariamente artísticos. Los que sí reproducen fragmentos de las obras son los numerosos posters que ofrece la tienda. Obras de diferentes calidades que presentan detalles o las reproducciones totales de las obras más famosas que contiene el museo.

El caso del MET, Museum Metropolitan of Art, es distinto. Ofrece una menor variedad de artilugios en su tienda aunque sí son más ricos, desde el punto de vista artístico, la selección de los mismos, pues los contenidos artísticos de este museo son más amplios en el tiempo y no se restringen a obras contemporáneas como ocurría en su vecino MOMA.



Bolsa de compras característica del Museum Metropolitan of Art de Nueva York.

El éxito del MET radica en una venta de objetos también excelentemente organizada, en la que todos los *souvenirs* destacan por su sabor artístico; entre ellos se venden zapatos de mujer, y también en ellos se tiende a la creación artística. Cualquiera de estas dos instituciones neoyorquinas, aseguran su éxito porque también obtienen ventas, eficazmente, a través de Internet, con unas páginas bien estructuradas que permiten la compra de estas piezas a través de la red.

Los museos que acabamos de mencionar son instituciones privadas cuya gestión agradece el apoyo de estas fuentes de ingreso. Tal vez este hecho sea el que marque la distinción de sus tiendas y las consagre como fuentes de ingreso eficaces y valiosas. Siguiendo este esquema, podríamos deducir que el resto de museos privados del mundo apuesta por lo mismo, y nada más lejos de la realidad. La infraestructura desplegada por estos museos neoyorquinos y la visión mostrada al proyectar una amplia cantidad y calidad en estos artilugios es lo que augura parte del éxito, pero eso no funcionaría sin la existencia de un tercer factor fundamental en este esquema: el público.

Si estas tiendas de museo son exitosas es porque hay un público que responde a la gran oferta de productos que ponen a la venta. Recordemos que el museo tiene sentido en el momento que hay equilibrio entre tres agentes: el continente, el contenido y el público. Cuando uno de los tres falla el museo se viene abajo. Lo mismo ocurre con la tienda. Necesita de un buen espacio que resulte atractivo, o lo que es lo mismo, un contenedor perfecto; un buen contenido, los distintos objetos que se ponen a la venta; y por último, un público, el que llega a ese espacio, contempla lo que hay y lo compra. Debe, por lo tanto, ser la tienda atrayente para el visitante desde el principio. Pero atractiva no sólo en el espacio y en la oferta de productos sino también en el precio, y ya que no todos los *souvenirs* están al alcance del bolsillo de todos los visitantes que tiene el museo, al menos sí deben ser accesibles para una gran mayoría. Para eso la institución debe hacer un análisis estratégico de los visitantes que tienen para así poder realizar un estudio de mercado más especializado y con el que obtengan me-

jores resultados. El museo debe conocer perfectamente el público al que se destinan los objetos que se vendan en su tienda.

Según una encuesta realizada por el IET (Instituto de Estudios Turísticos) a los visitantes del museo español del Prado, entre octubre del año 2004 y enero de 2005, el 26,4% de los visitantes de la exposición temporal dedicada a 'El Retrato Español', visitaron la tienda adicional que se dispuso a la salida de dicha exposición⁶. La encuesta desvela que serán los visitantes extranjeros quienes más acudan a la tienda y ellos también comprarán más artículos que los españoles. En ambos casos, lo más comprado serán regalos, por un 31% de los visitantes de la tienda, seguido de artículos de papelería, un 19,4%, y un minoritario grupo de personas, tan sólo el 15,9%, compraron publicaciones, que en este caso se referían al catálogo de la exposición temporal, también dispuesto a la venta en esta tienda adicional. La tienda de esta exposición sobre 'El Retrato Español' fue la más visitada entre todas las exposiciones temporales que ofreció el Museo del Prado en el año 2005.⁷ En la valoración general al consumo de los visitantes en las tres exposiciones que hubo en ese año (El Retrato Español, Durero y las obras maestras de la Albertina, y el Rey Planeta), destaca la compra de publicaciones que fue, en el promedio anual, lo que más se vendió dentro de estas tiendas adicionales que el museo dispone para enriquecer el disfrute del visitante. Teniendo en cuenta que la mayoría de visitantes eran de origen español, podemos concluir que entre ellos es más habitual la compra de publicaciones que el consumo de otros objetos que sí son reclamados, por ejemplo, por los visitantes estadounidenses.

⁶ Es importante recordar a este respecto que la mayoría de los museos importantes disponen tiendas provisionales que acompañan a las exposiciones itinerantes, además de mantener en activo, obviamente, la tienda general del museo que permanece abierta. En esta encuesta realizada por el Instituto de Estudios Turísticos (IET), se refiere a la visita de la tienda temporal. Estos datos podemos hallarlos en la siguiente dirección: <http://www.iet.tourspain.es/informes/documentacion/FronturFamiliarur/InformesNoPeriodicos/InformeMuseoPrado.pdf>, p. 62.

⁷ Las otras exposiciones de ese año estuvieron dedicadas a 'El Rey Planeta' y 'Durero y las obras maestras de la Albertina'. Podemos apreciar el informe completo según las estadísticas del museo en ese año en la siguiente página web: www.iet.tourspain.es/informes/.../Informe_anual_2005_museo_prado.pdf

Conclusión

Podemos poner el punto final a este pequeño estudio siendo conscientes de que el servicio que ofrece el museo mediante la apertura de una tienda, otorga al espectador la posibilidad de alargar su estancia en la institución y, de este modo, disfrutar más de la práctica museística. Esta experiencia se prolonga en el tiempo y el espacio en el momento en el que el visitante puede adquirir 'la esencia' de esa visita materializándola mediante la compra de un objeto. Un *souvenir* que llevará a su casa y lo disfrutará cada vez que lo contemple, sirviéndole ese hecho para revivir el placer estético. Recordará la visita a la exposición y, a menudo, utilizará el objeto como pretexto para deleitar su goce en la convivencia cotidiana, hablando de su visita con familiares y amigos, que tendrán su mirada en el objeto e incitarán a su dueño a que hable, una y otra vez, acerca de su experiencia estética en el museo. El deseo del hombre por obtener lo prohibido, como decía Canclini, inclina al espectador al consumo del objeto, pues ésta es la manera más fácil de dar forma a nuestra experiencia, a nuestro encuentro directo con la obra.⁸

La manera en la que los museos afrontan esta realidad, depende no sólo de sus posibilidades económicas sino también del alcance que tengan como estructura de mercado. En estos casos, el uso de unas buenas estrategias de marketing ayuda consistentemente al éxito de ventas. Claro que nada de esto es posible si el museo no cuenta con una colección atractiva para el público, una serie de piezas que reclame la visita masiva de espectadores. Saber jugar con la ilusión de quienes llegan a conocer la pieza concreta, es cuestión de todos aquellos que saben que el consumo de un

⁸ N. García Canclini, *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. p. 32. Néstor García Canclini es uno de los autores más especializados en este tipo de análisis dentro de la cultura Latinoamericana. Recomendamos varias de sus publicaciones al respecto como: "El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica", en el texto que él coordinó, titulado *El consumo cultural en México*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, 1993, pp. 15-42; *La producción simbólica. Teoría y método en sociología del arte*, Siglo XXI, México, 1979; *Cultura y Comunicación: entre lo global y lo local*, Ediciones de Periodismo y Comunicación, La Plata, 1997 y *La globalización imaginada*, Paidós, Barcelona, 1999.

objeto de arte permite a su dueño dialogar con la obra fuera del espacio museístico y, de esta manera, prolongar la experiencia estética vivida.

Bibliografía citada

- Alonso Fernández, L., *Museología y Museografía*, Tercera Edición, Ediciones del Serbal, Barcelona, 2006.
- Barón, C.: “Las tiendas más originales de los Museos. Ponte un Velázquez, Compras con arte”, febrero de 2005, en: http://www.deviajes.es/saberviajar/LAS_TIENDAS_MAS_ORIGINALES_DE_LOS_MUSEOS_1.html (último acceso 16 de noviembre de 2009).
- García Canclini, N., *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Grijalbo-CONACULTA, México, 1990.
- Instituto de Estudios Turísticos (IET), “Los visitantes del Museo del Prado entre los meses de octubre 2004 a enero 2005”, en: <http://www.iet.tourspain.es/informes/documentacion/Frontur-Familitur/InformesNoPeriodicos/InformeMuseoPrado.pdf> (último acceso 16 de noviembre de 2009).
- Instituto de Estudios Turísticos IET): “Los visitantes del Museo del Prado en el año 2005”, en: www.iet.tourspain.es/informes/.../Informe_anual_2005_museo_prado.pdf (último acceso 16 de noviembre de 2009).
- Rosas Montecón, A., “Los estudios sobre consumo cultural en México”, en: Daniel Mato (coord.): *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en ‘Cultura y Poder’*, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela, Caracas, 2002, en: www.globalcult.org.ve/pdf/RosasMantecon.pdf (último acceso agosto de 2009).



3

TECNOLOGÍA, MERCADO Y RELIGIÓN. LA MOVILIDAD DEL CONSUMO CULTURAL



DOI: <https://doi.org/10.59892/SV1202>

SATURACIÓN DE LA VIDEOESFERA. IMAGEN Y DESEO

*Gerardo de la Fuente Lora*¹

1

En su revisión sobre algunas de las primeras creaciones del videoarte, de los años sesenta y setenta la filósofa francesa Ann Marie Duguet considera que quizá podrían englobarse las estrategias creativas de artistas como Bill Viola, Thierry Kuntzel, Peter Campus, Jean Christophe Averty, entre otros, bajo el siguiente epígrafe: *la imagen se da a desear*.

Los modelos que fundan las artes de representación en Occidente son así mostrados y torcidos según procedimientos diversos y figuras estructuradas principalmente por series de oposiciones entre ver y ser visto, interior y exterior, privado y público, presencia y ausencia, dos y tres dimensiones, presente y pasado, etcétera. Ellos son revelados, de entrada, por juegos de ausencia, de disociación y de espera: privación de la imagen, inestabilidad, desdoblamiento, recubrimiento parcial, distorsión. La imagen no se da ya más frontalmente, según las reglas perceptivas habituales, en adelante se hace merecer, se hace desear.²

Un dispositivo arquetípico podría ser la instalación de Dan Graham *Two Viewing Rooms*, de 1971, en la que las personas entran a uno u otro de dos cuartos contiguos; en uno hay dos espejos

¹ Facultad de Filosofía y Letras de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

² Cfr. Anne-Marie Duguet, *Déjouer l'Image. Créations électroniques et numériques*, p. 25.

contrapuestos en los que el espectador se mira sin más; en la otra habitación un vidrio transparente, como los utilizados en los separos de interrogatorio de la policía, permite ver a los que se observan en el espejo pero, a la vez, de manera perturbadora, nosotros, a la misma altura que ellos, a su lado pero más atrás, no nos reflejamos, faltamos en la imagen especular. El rebote de luz no viene sino que atraviesa, trasciende, se va, no está. Un vacío de imagen se instala y en esa carencia el deseo hiende el escenario.

Una articulación similar se pone en juego en otras creaciones: en el marco de la puerta de la galería a la que entramos una cámara ostentosamente colocada nos toma y nos vemos ingresando a la exposición en un monitor adyacente, pero ahora mismo, sin transición, en un parpadeo imperceptible, ya no estamos en la imagen que sigue mostrando, en todo lo demás, los mismos elementos; en fin, una mujer va al baño del museo y al sentarse levanta la vista y ve una pantalla en la que aparece otra mujer sentada en un baño del mismo establecimiento: ¿estará ella, ahora mismo siendo vista en otro apartado por otra persona?

No es sólo la expectación de la imagen lo que distingue al arte en medio del transcurrir torrencial de la videosfera. A la vez que abren al deseo los artistas arman dispositivos que se autodesmontan: muestran sus cables, su esqueleto; se exhiben las cámaras y monitores; los cuartos, espejos y clavos están a disposición del público; con frecuencia incluso los bocetos y diagramas funcionales de las instalaciones forman parte de las mismas. La imagen del videoarte, observa Duguet, se da a desear deconstruyéndose, borrando su misterio, desmitificándose.

2

¿Tiene todo esto algo de especial? La imagen se da a desear, tal sería la divisa del videoarte. ¿Pero podría ser de otra manera? ¿No todo deseo es ineluctablemente deseo de imagen? ¿Puede haber alguna diferencia entre anhelar e imaginar? Ninguna, si hemos de creer a la modernidad, desde la filosofía hasta el psicoanálisis. Podríamos rastrear el tema en Spinoza o Freud, sin embargo permítanme acercarme al tópico desde otro lugar, a mi parecer más profundo y sintomático, a saber, el cine, especialmente Drácula.

El encanto de la fotografía, han observado muchos autores – Edgar Morin³, Italo Calvino⁴, Régis Debray⁵, entre otros– está asociado con la muerte. La imagen que se detiene en la placa prefigura la inmovilidad del cadáver, a la vez que brinda un vislumbre de inmortalidad a través de la pervivencia del rostro. El carácter inquietante de lo fotográfico –que Morin resume bajo el término *fotogenia*–, alcanza niveles superlativos en la cinematografía, pues la película, lo mismo que la placa, absorbe la premonición de nuestro deceso, pero adhiere a los restos una desconcertante movilidad. El cine, entonces, es el ámbito de los muertos movientes-vivientes; los que han dejado, o dejarán este mundo, y sin embargo, a diferencia de los despojos de antaño, continúan actuando. La esfera de la vida virtual, en nuestros días experimentada y desarrollada por las revoluciones de la animación digital y los estudios biocibernéticos, ya estaba seminalmente en el nacimiento de lo fílmico. El cine siempre es la escena de los insepultos, en todas sus producciones, pero se vuelve autorreflexivo precisamente cuando se ocupa de zombies, espectros, espíritus, y todas aquellas criaturas que siguen viviendo después de fenecer. Viviendo en imagen, sí, pero como subrayaría Gilles Deleuze, en *imagen-movimiento*.

¿Qué deseamos? Por sobre todas las cosas, quizá, ser, *conatus*, permanecer siendo. Acaso tenemos anhelo de cine, de seguir estando ahí cuando ya no estemos; no tiosos y metafóricamente

³ “[...] las fotografías hacen las veces de las estatuillas u objetos alrededor de los cuales se mantenía el culto a los muertos. Desempeñan, de manera atenuada, ya que el culto a los muertos está atenuado, el mismo papel de las tablillas chinas, puntos de unión en los que los seres desaparecidos están siempre dispuestos a la llamada”. Edgar Morin, *El Cine o el Hombre Imaginario*, p. 25.

⁴ “Pensándolo bien, era extraño: en las fotografías tamaño carné, en noventa de cada cien casos, uno aparece con los ojos desmesuradamente abiertos, los rasgos hinchados, una sonrisa que desentona. Al menos él siempre salía así, y ahora, al comprobar estos carnés de identidad, en cada foto en que hallaba facciones tensas, afectadas y expresiones innaturales, reconocía su misma falta de libertad frente al ojo de cristal que te transforma en objeto, su relación interesada hacia sí mismo, la neurosis, la impaciencia que prefigura la muerte en las fotografías de los vivos”, Italo Calvino, *La Jornada de un Interventor electoral*, p. 66.

⁵ “Nosotros oponemos a la descomposición por la muerte, la recomposición por la imagen”, Régis Debray, *Vie et mort de l’image*, p. 38.

como en la foto, sino estar ahí en acción y pasión, bailando bajo la lluvia o cantando amorcito corazón.

Dentro del género de los muertos vivientes, del cine sobre el cine, la figura de Drácula posee una particular importancia porque el Conde no sólo trae a pantalla la reflexión sobre la trascendencia, sino que enfoca esa meditación en torno a la supervivencia de la entidad más especial de todas, el individuo⁶: el único, el diferente, el irremplazable; el singular y la vez, en la mejor tradición de la utopía filosófica occidental, el que puede ser todas las cosas, el artista de *La República*, el hombre digno de Picco de la Mirandola, el cazador de *La Ideología Alemana* de Marx y Engels.

Debemos a Eugenio Trías el recuerdo y la recreación de la saga protagonizada por la entidad que puede ser todas las cosas⁷, desde su expulsión de la ciudad por Platón, hasta los avatares de su suerte en los albores de la modernidad. No podemos reproducir aquí ese recorrido magníficamente reseñado por el filósofo español. Recordemos únicamente que Platón expulsó de la ciudad a los artistas no estrictamente porque copiaran de la copia, sino por su habilidad, inaceptable en un modelo de sociedad estamentaria, para mimetizar-actuar todo tipo de personajes: lo único no permitido en un orden de roles rígidos y parcelados, es que alguien realice todos los papeles.

El creador, el singular capaz de serlo todo fue, pues, echado de la ciudad ideal griega. Lo volvemos a encontrar sin embargo en Picco, quien en su *Oración por la dignidad del hombre* nos dice que esa, la competencia para ser todas las cosas, es la definición misma de la dignidad humana; lo vemos, en una de sus apariciones más notables, en Hegel, quien sueña si no con serlo, por lo menos con saberlo todo. Después del lugar donde Trías deja de seguir su recorrido, hallamos al individuo todavía fuera de la ciudad, desterrado en el sitio al que lo arrojó Platón, en los bosques de Transilvania.

Nuevamente no podemos explorar aquí toda la complejidad de la narrativa draculiana, el intento del individuo por volver a la ciu-

⁶ Cfr. Gerardo de la Fuente Lora, "Martín Heidegger Autor de *Drácula*".

⁷ Cfr., Eugenio Trías, *El artista y la ciudad*.

dad, su renovada expulsión, su amor, el escarnio de la ciencia sobre él y la apuesta por su erradicación definitiva. Quedémonos con un sólo trazo de entre todos los posibles: Drácula, el que es todas las cosas, no se refleja en el espejo, no puede verse a sí mismo. Es como si Bram Stoker hubiera polemizado *ex ante* con Lacan⁸: la individualidad imposible del Conde es la subjetividad sin *fase del espejo*, el agente en el momento anterior a su unidad y protoidentidad imaginarias; una forma de subjetividad sin sujeto, una manera no psicoanalítica de ser. Se trata también de la extraordinaria intuición de Jacques Derrida cuando equipara la experiencia de sí con la memoria de la ceguera⁹. Pues si la imagen del espejo nos devuelve siempre la mirada del Otro, si son los ojos del otro los que recortan y asignan un cuerpo y, sobre todo, un rostro para nosotros, entonces acaso la única forma de auténticamente saberse, en sí y únicamente por sí, sea bajar los párpados y palparse, como los invidentes. ¿Quién soy yo ahora mismo? De entre todos los presentes, soy el único cuya cara no puedo ver, soy el que no tiene rostro, el Conde Yo mismo.

Aún otra analogía podría orientarnos para vislumbrar aunque sea un poco las implicaciones profundas de Drácula y el espejo. A decir de la teoría de la relatividad de Einstein, si viajáramos a la velocidad de la luz, nuestra imagen, como la del vampiro, no se reflejaría, pues ningún rayo podría desarrollar la velocidad suficiente para alcanzar la superficie reflejante y regresar hasta nosotros. La individualidad sin sujeto que pergeña Bram Stoker, siendo a velocidad de la luz, no serviría como entidad fundadora y fundamental de ningún orden, pues nada podría hacer las veces de su expresión o reflejo.

Pero contrariamente al relato vampiresco que abre al menos la posibilidad de pensar una individualidad irreflejable, no sujeta a ningún espejo o régimen de la representación; sobre la que no podría fundarse nada porque nada cumpliría las veces de su imagen propia; contrariamente, digo, al Drácula imposible de reflexionarse, Heidegger diagnosticó críticamente a la modernidad como la época en la que no sólo el individuo, sino todo lo existente se en-

⁸ Cfr. Jacques Lacan, "El estadio del espejo como formador de la función del yo tal como se nos revela en la experiencia psicoanalítica", p. 12 y ss.

⁹ Cfr. Jacques Derrida, *Memoires d'Aveugle: L'autoportrait et autres ruines*.

cuentra sometido al Sujeto en tanto su emanación. Vivimos, denunció el autor de *Ser y Tiempo*, la *época de la imagen del mundo* porque en ella el Sujeto es el fundamento y todo lo que es mantenido en el Ser por él en tanto su expresión y representación. Afirma Heidegger:

Cuando el mundo pasa a ser imagen, lo existente en conjunto se coloca como aquello en que se instala el hombre, lo que, en consecuencia, quiere llevar ante sí, tener ante sí y de esta suerte colocar ante sí en un sentido decisivo. Por consiguiente, imagen del mundo, entendida esencialmente, no significa una imagen del mundo, sino el mundo comprendido como imagen. La totalidad de lo existente se toma ahora de suerte que lo existente empieza a ser y sólo es si es colocado por el hombre que representa y elabora. Cuando se llega a la imagen del mundo, se realiza una decisión esencial sobre la totalidad de lo existente. El ser de lo existente se busca y encuentra en la condición de representado de lo existente.¹⁰

¿Por qué expulsar a Drácula, heredero del que Platón llamó el artista, el hombre que puede hacer todos los roles, ahora no de la ciudad ideal, sino del Londres capital del imperio? ¿Por qué echarlo si la sociedad moderna ya no es estamentaria y cualquiera podría actuar diferentes papeles a su aire? ¿Por qué, sobre todo, no sólo correrlo sino ir a erradicarlo, con todo un aparato científico, allá en el desierto, en el bosque de Transilvania, donde de no ser por Van Helsing podría haber vivido otras centurias alimentándose de ratones? ¿Por qué la saña contra ese que no puede verse en el espejo? Porque su presencia inquietante en la ciudad amenaza con deconstruir, desmontar, desfundamentar toda la época de la imagen del mundo, que es la nuestra. Porque Drácula indica que algo de lo existente, de manera inaudita, no sería representación y reflejo del Sujeto.

3

Si todo lo que es fuera en verdad la imagen del Sujeto, entonces ya no habría carencia de reflejo, sino la plenitud del ver, completud,

¹⁰ Martín Heidegger, "La época de la imagen del mundo", p, 80.

saciedad de la mirada. Una forma nueva y extraña de la ceguera: el no ver por saturación, por falta de anhelo. El individuo era el que deseaba imagen, aquel al que le faltaba su reflejo. Si pudiera verse en todas las superficies, si cualquier plano le devolviese su mirada, entonces la imagen sería el índice mismo de la muerte del deseo, su cumplimiento.

Cierto que en Freud y Lacan, el sujetamiento especular deja un resto. A diferencia del programa metafísico denunciado por Heidegger, el psicoanálisis encuentra que no todo lo existente es todavía imagen, pues aun queda un fantasma a perseguir, una carencia de reflejo por la que el deseo, si bien sometido y normado como imagen, sigue fluyendo como ansia de lo real, como querer de la auténtica imagen de sí. Las configuraciones que devuelven las superficies reflejantes, serían sólo gratificaciones provisionales, posposiciones de la identificación imposible. Aún en la modernidad, hasta hace poco al menos, deseo e imagen mantendrían su equivalencia-tensión porque cada figura mostrada únicamente significaría la promesa-premonición de la siguiente. Las subjetividades con fase del espejo, los hombres modernos que podemos peinarlos en los aparadores del cine, retendríamos aún un poco, al menos, de Dráculas, y todavía amaríamos lo cinematográfico y sentiríamos el vértigo de la trascendencia ante la posibilidad de la existencia de los muertos vivos. Preservaríamos, a pesar de todo, el temor y el temblor ante el enigma de la fotografía y el film.

Sin embargo ¿qué indica el dispositivo del videoarte por el que, de pronto, la imagen necesita “darse a desear”? ¿Es que acaso ya no anhelamos la imagen y es por ello que la incisión artística, su efecto desconcertante, consiste precisamente en forzarnos a experimentar ese antiguo querer? ¿Es que nuestra subjetividad ya no es la de la fase del espejo? ¿Habremos alcanzado imperceptiblemente la plenitud de la imagen?

A esa sospecha apuntan, por contraposición, no sólo las producciones del videoarte contemporáneo sino directamente las reflexiones de algunos filósofos notables. En tal sentido se orientan, por ejemplo, las observaciones de Jean Baudrillard quien encuentra en la obra de Andy Warhol la realización, por vez primera, del programa social más amplio del vaciamiento del carácter deseante de la imagen:

Warhol es el primero que nos introduce en el fetichismo moderno, en el fetichismo transestético, el de una imagen sin cualidad, de una presencia sin deseo.¹¹

Por cierto que Jean Baudrillard coincide con Ann Marie Duquet en el sentido de que quienes actualmente trabajan artísticamente (o científicamente) el video, buscan, contrariamente a la postura simbolizada por el padre del *pop-art*, crear dispositivos que asignen nuevamente deseo a la imagen:

Warhol parte de cualquier imagen para eliminar su imaginario y convertirla en un puro producto visual. Los que manipulan la imagen video, la imagen científica, la imagen de síntesis, hacen exactamente lo contrario. Se sirven del material bruto y de la máquina para rehacer el arte. Warhol, en cambio, es una máquina. Él es la auténtica metamorfosis maquinaica.¹²

Incluso en su brillante examen acerca de los atentados del 11 de septiembre en Nueva York, Baudrillard asocia la presencia y la caída de las torres del World Trade Center con el final de la cultura del espejo, del imaginario-especular, a favor de la duplicación codificada directa, sin mediación deseante:

Las torres, ellas, no tienen ya fachada, carecen de rostro. Al mismo tiempo que la retórica de la verticalidad desaparece la retórica del espejo. Con esos monolitos perfectamente equilibrados y ciegos, no queda más que una suerte de caja negra, de serie cerrada sobre el doble, como si la arquitectura, a la imagen del sistema, no procediera más que del clonaje y de un código inmutable.¹³

Por su parte Régis Debray encuentra la disociación final entre imagen y deseo en la tendencia de la sociedad contemporánea a

¹¹ Jean Baudrillard, *El crimen perfecto*, p. 106.

¹² *Ídem*.

¹³ Jean Baudrillard, *Power Inferno*, p. 12.

creer en la imagen, a considerarla no misteriosa, no atravesada por enigmas o fantasmas, a concebirla plena, llena, completa:

Nosotros somos la primera civilización que puede creerse autorizada por sus aparatos *para creer a sus ojos*. La primera en haber colocado en pie de igualdad a la visibilidad, la realidad y la verdad. Todas las otras civilizaciones, y la nuestra hasta ayer, estimaban que la imagen impedía ver.¹⁴

Si la imagen no obstaculiza la mirada es porque ya nada le falta. Ya no es el habitáculo y vehículo del deseo. Gilles Lipovetsky, en su momento, describió nuestro tiempo como el del narcisismo cumplido¹⁵. El psicoanálisis habría pasado de ser la deconstrucción crítica de la modernidad, a convertirse en garantía de la profundidad infinita del Yo, espacio inagotable prometido al ensimismamiento. El Narciso mítico, el de antaño, todavía estaba amenazado por el espejo con el que podría fundirse y desaparecer. Para nosotros, en cambio, la imagen no encierra ningún abismo. Todo lo que ha de verse está a la vista.

¿Cómo es la nueva subjetividad sin fase del espejo, que ya no es la de Drácula, previa al reflejo, sino una nueva, en la que la reflexión ha alcanzado lo real mismo? Sobre todo ¿es esa la experiencia de sí la que querríamos vivir si nos fuese permitido elegir?

IV

Si quisiéramos que la imagen volviera a poblarse de anhelo, entonces tendríamos que partir de hacer un esfuerzo para no verlo todo, para evitar que todo pudiera reflejarse, imaginarse.

Espacios libres de imagen, oxígeno en la videosfera.

Con el videoarte, que la imagen, una vez más, se dé a desear.

Bibliografía citada

Baudrillard, Jean, *El crimen perfecto*, [traducción de Joaquín Jordá] Anagrama, Barcelona, 1996.

¹⁴ Régis Debray, *ob. cit.*, p. 499.

¹⁵ Cfr. Gilles Lipovetsky, *L'Ere du vide : Essais sur l'individualisme contemporain*.

- Baudrillard, Jean, *Power Inferno*, Galilée, París, 2002.
- Calvino, Italo, *La Jornada de un Interventor electoral*, 2ª edición, [traducción de Francesc Miravittles], Bruguera, España, 1984.
- De la Fuente Lora, Gerardo, “Martín Heidegger Autor de *Drácula*”, en: *Casa del Tiempo*, Universidad Autónoma Metropolitana, Vol. 1, Época II, No. 11-12 (diciembre 1999-enero 2000).
- Debray, Régis, *Vie et mort de l'image*, Gallimard, París, 1992.
- Derrida, Jacques, *Memoires d'Aveugle: L'autoportrait et autres ruines*, Musées Nationaux, París, 1990.
- Duguet, Anne-Marie, *Déjouer l'Image. Créations électroniques et numériques*, Éditions Jacqueline Cambon, Francia, 2002.
- Heidegger, Martín, “La época de la imagen del mundo”, en: *Sendas Perdidas*, 3ª edición, [traducción de José Rovira Armengol], Losada, Buenos Aires, 1979.
- Lacan, Jacques, “El estadio del espejo como formador de la función del yo tal como se nos revela en la experiencia psicoanalítica”, en: *Escritos I*, 8ª. edición, Siglo XXI, México, 1980.
- Lipovetsky, Gilles, *L'Ere du vide: Essais sur l'individualisme contemporain*, Folio, París, 1989.
- Morin, Edgar, *El Cine o el Hombre Imaginario*, [traducción de Ramón Gil Novales], Paidós, México, 2001.
- Trías, Eugenio, *El artista y la ciudad*, Anagrama, Barcelona, 1975.

EL NUEVO HOLLYWOOD Y EL CONSUMO CINEMATOGRAFICO

*Alberto J. L. Carrillo Canán*¹
*May Zindel*²

Insistimos: la sucesión temporal es el dominio del poeta, así como el espacio es el dominio del pintor ...Reunir dos o más puntos alejados en el tiempo en una y la misma pintura... significa una invasión del pintor en los dominios del poeta que el buen gusto nunca va a aprobar... Contarle sucesivamente al lector varias partes o cosas que en la naturaleza tenemos que contemplar necesariamente de un vistazo [...] significa una invasión del poeta en los dominios del pintor, con lo que el poeta desperdicia mucha imaginación sin ninguna utilidad.

Lessing, Laocoonte, XVIII.

En este texto queremos provocar a la concepción estándar del medio intelectual acerca de Hollywood. Ocurre que las teorías del cine en su mayor parte se concentran en el tiempo dado que, según la concepción dominante, de lo que se trata en el cine es de “contar historias por medio de imágenes”. La importancia tradicional del guión cinematográfico parece confirmar esa concepción, y en los hechos la poética del cine ha estado fuertemente orientada por criterios literarios. No obstante, las tecnologías digitales, ampliamente explotadas por la industria hollywoodense parecen cuestionar tales concepciones al conducir a un nue-

¹ Facultad de Filosofía y Letras de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México, e-mail: cs0010121@siu.buap.mx

² Facultad de Filosofía y Letras de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México, e-mail: zindel007@hotmail.com

vo tipo de género cinematográfico que reduce el cine a efectos visuales espectaculares y llamativos en los cuales la trama pierde importancia, se vuelve irrelevante. En esas secuencias el tiempo pierde importancia en tanto dimensión de un *evento significativo* y se torna en la dimensión de un *evento meramente espectacular*. Los eventos cinematográficos ya no tienen significado, a diferencia de lo que ocurría en el cine dedicado a contar historias, sino que únicamente son llamativos porque son espectaculares. El procesamiento digital de la imagen fomenta este giro de lo *significativo* a lo *meramente espectacular*, pero lo importante es que con este giro, la imagen misma, la generación de meras imágenes, emerge como la naturaleza verdadera del cine. Como lo hace notar Lessing en su *Laocoonte*, la imagen como tal se ubica en dimensión de la simultaneidad, de la sincronía, es decir fuera de toda secuencia temporal. En otras palabras, al descartar las secuencias significativas, el carácter progresivamente espectacular de las imágenes cinemáticas tiende a aplanar el tiempo cinematográfico. Podríamos denominar este fenómeno *la compresión digital del tiempo cinematográfico*, una compresión que fomenta en el cine un *aplanamiento significativo*. Esto es algo que replantea el problema de la poética cinematográfica, la cuestión del tipo de capacidades estéticas del cine y su modo de operar. Es un problema que nos recuerda directamente la revolución del abstraccionismo en el caso de la pintura en las primeras décadas del siglo XX. Según formuló Greenberg, lo que la pintura abstracta vino a mostrar, es justamente que la pintura es plana, es decir, que cualquier intento de ser figurativa implica nada menos que buscar darle profundidad y, con ello, desconocer la naturaleza del medio pictórico. En realidad, si lo que se busca es profundidad, perspectiva, entonces hay que recurrir a la escultura o a la arquitectura, pero no a la pintura. De manera análoga al caso de la pintura, ¿podríamos preguntar si el tiempo cinematográfico es esencialmente plano y que cualquier intento de contar historias en o a través del cine es un error acerca de la naturaleza del medio cinematográfico en tanto medio productor de imágenes? ¿Implica esto que el cine es fundamentalmente espectacular y que podría ser considerado como un nuevo género? El propósito de este trabajo es abordar tales cuestiones.

Lessing, la pintura, la narratología y la poética del cine digital

En su obra *Laocoont*, Lessing apuntó la diferencia radical entre la pintura y la literatura con base en sus estructuras temporales. La pintura es un arte que implica la sincronía o la simultaneidad de sus elementos, mientras que la literatura es un arte que descansa en la diacronía o en la sucesión temporal.³ Según Lessing los medios de la pintura son “figuras y colores en el espacio”,⁴ los de la poesía “sonidos articulados en el tiempo”.⁵ Por ello, “...los signos ordenados de manera yuxtapuesta [los de la pintura] únicamente pueden expresar objetos, o las partes de estos, que existen de manera yuxtapuesta; signos que se siguen unos a otros [los de la poesía] únicamente pueden expresar objetos, o sus partes, que siguen unos a otros.”⁶ Obviamente Lessing está planteando el problema de que existen diferentes capacidades expresivas o significativas de los códigos de acuerdo con la estructura de los mismos. Por su parte, Chatman caracteriza al cine básicamente como “presentativo[,] no asertivo”⁷ y podríamos decir que Lessing caracteriza a la poesía como *no presentativa*, por lo que, a diferencia de cuando el pintor pinta un cuerpo, cuando el poeta se aventura a una –real o supuesta– descripción, “... lo coexistente [sincronía] del cuerpo entra en colisión con lo consecutivo [diacronía] del discurso...”⁸ Realmente no hay traducción posible de la imagen a las palabras y viceversa. Y el problema no es, ni mucho menos, que el poeta sea incapaz de una “descripción” bella, sino que, “[l]a belleza corporal surge de un efecto coordinado de múltiples partes que se pueden contemplar de un vistazo [*auf einmal übersehen lassen*] Por

³ En realidad Lessing se refiere explícitamente no a la diacronía y a la sincronía sino a la “sucesión temporal [*Zeitfolge*]” y al “vistazo” [*auf einmal übersehen*], a “lo consecutivo del habla” o a las “partes yuxtapuestas [*Teile nebeneinander*], pero la equivalencia temporal es evidente. Para la teoría de Lessing véanse especialmente las secciones X, XVI–XVIII y XX de su obra *Laocoonte*.

⁴ Gotthold Ephraim Lessing, *Laokoon*, en: *Werke in sechs Bänden*, p. XVI.

⁵ *Ídem*.

⁶ *Ídem*.

⁷ Leo Braudy & Marshall Cohen, *Film Theory and Film Criticism*, p. 449.

⁸ Gotthold Ephraim Lessing, *ob. cit.*, p. XVII.

lo tanto, [la belleza corporal, visual] exige que las partes estén yuxtapuestas; y dado que las partes yuxtapuestas son el verdadero objeto de la pintura, ella, y solamente ella, puede imitar la belleza corporal.⁹ Consecuentemente, cuando el poeta trata de expresar con sus meras palabras la belleza corporal –visual–, cuando trata, nos dice Lessing, de lograr “una pintura *sin pintura*”,¹⁰ es decir, con mera verborrea sobre la belleza, el resultado es, por lo menos absurdo. Lessing dice: “En el caso del poeta no veo nada, y percibo con aburrimiento, con molestia,¹¹ la inutilidad de mis mejores esfuerzos por ver algo.”¹² Es justamente a esta inutilidad a la que se refiere la tesis de Lessing (– citada en el epígrafe a este trabajo –) de que cuando el poeta se aventura en los dominios del pintor, la invasión es inútil: en el mejor de los casos solamente lleva al aburrimiento, en el peor produce incluso frustración o enojo. Jamás podrá *presentar* (Chatman) la *belleza* visual (Lessing).¹³ Y lo inverso también es válido: presentar imágenes nunca puede equivaler realmente a un acto descriptivo, ni tampoco puede reproducir la armonía acústica ni la belleza de la expresión verbal.

La importante observación poetológica de Lessing acerca de las diferentes capacidades expresivas de los diferentes medios, que equivale a negar la traducibilidad de los mensajes de un medio a

⁹ *Ibidem*, p. XX.

¹⁰ *Ídem*.

¹¹ En el original alemán de Lessing aparece solamente la palabra *Verdruß*, que quiere decir aburrimiento, amargura, disgusto, enfado, incomodidad, molestia, pesadumbre, sinsabor.

¹² Gotthold Ephraim Lessing, *ob. cit.*, p. XX.

¹³ En un pasaje muy bello del *Laocoonte* (inicio de la sección XX) Lessing se refiere a Homero como “el modelo de todos los modelos”, para señalar que Homero jamás confundió la esencia de su arte, que, según Lessing, jamás habría caído en el error de como poeta invadir los dominios del pintor: “Homero dice: Nereo era bello; Aquiles era bello; Helena era de belleza divina. Pero en ninguna parte se rebaja a una prolija descripción de estas bellezas, si bien el poema en su totalidad se basa en la belleza de Helena.” Homero se limita, nos dice Lessing, a darnos un mero indicio de la –literalmente– inenarrable belleza de Helena cuando refiere que al ser presentada ante el consejo de los ancianos troyanos, estos, los ancianos presumiblemente más allá del bien y el mal, quedaron perturbados por su belleza.

otro medio, tuvo consecuencias devastadoras para la tesis tradicional *ut pictura poesis* y la idea relacionada con ella de la literatura como “pintar con palabras”. Por primera vez se hizo claro que no hay una poética general sino que la poética de un arte depende de su medio. Como hoy en día lo dice Chatman, “[c]ada medio tiene sus propiedades únicas, para bien o para mal...”¹⁴ No obstante, en el caso del cine, el elemento temporal del mismo ha conducido a que se le considere como un tipo de narrativa. El cine se ha entendido principalmente como “contar historias con imágenes”. Dejando de lado ahora a Lessing, quien obviamente no conoció la “imagen en movimiento”, podemos recordar la tesis de Chatman según la cual “...el cine no describe...”¹⁵ simplemente porque “... la descripción implica, necesariamente, detener el tiempo de la historia...”¹⁶, lo cual en el cine es simple y llanamente imposible. Al filmar y editar una película se podrá invertir el tiempo de la historia, cortarlo para reordenarlo de múltiples maneras, pero jamás detenerlo, ya que eso contravendría la esencia del cine como “imagen en movimiento”. Aún cuando se tenga, por ejemplo, un close-up muy prolongado, el espectador no está recibiendo ninguna descripción (progresiva) sino únicamente una *presentación* (de golpe, para “un vistazo”) pues según Scott Lash: “Una película como *Arma Letal 4* ...es susceptible de ser vista no a través de la ‘mirada’ *concentrada* [gaze] sino a través del ‘vistazo’ [glance] bajo condiciones de *distracción*.¹⁷ Tanto el “vistazo” en tanto *forma de la percepción* como la “distracción”¹⁸ en tanto *estructura de la conciencia* son, ciertamente, lo contrario de la recepción discursiva a través de la concentración y del “argumento legitimador”.¹⁹ Y no es solamente que en el cine no se esté recibiendo ninguna descripción –más allá de que un narrador o una inserción de texto sigan acompa-

¹⁴ Leo Braudy & Marshall Cohen, *ob. cit.*, p. 460.

¹⁵ *Ibidem*, p. 450.

¹⁶ *Ídem*.

¹⁷ Scott Lash, *Critique of Information*, p. 69.

¹⁸ *Ibidem*, p. 69, II.

¹⁹ *Ibidem*, p. 74.

ñando a las secuencias cinematográficas—. La situación es todavía menos apropiada para la substitución de una narrativa mediante las secuencias de imágenes. Por un lado está la “sobre-especificación’ visual”²⁰ de toda imagen respecto de la narrativa (Chatman), lo que lleva a que el espectador no sepa realmente en qué centrar su atención cuando le es presentada una imagen largamente con la pretensión de hacer algo análogo a una declaración. Por otro lado tenemos también la velocidad de las secuencias, de tal manera que si *comparamos* el cine con la narrativa, (en el caso del cine digital) el cine, propiamente hablando y utilizando una expresión de Lash, *nunca* ha dejado “tiempo para la reflexión”.²¹ En el cine no se puede detener la función ni regresar la película para reflexionar, a diferencia de la interrupción o la repetición de la lectura con ese objetivo. Suponiendo ahora que se tenga esa posibilidad en lo que hoy en día se ha dado en llamar “cine en casa”, lo cierto es que una novela requiere generalmente mucho más tiempo de lectura que el tiempo en el que transcurre la película más larga. Se trata de que el “tiempo del discurso”—el tiempo en el que se cuenta lo que ocurre en el “tiempo de la historia”²² en una novela—es siempre mucho más largo que el tiempo de la película más larga. En otras palabras, el tiempo cinematográfico no puede ser un tiempo verdaderamente narrativo ya por su mera duración. El tiempo cinematográfico en tanto *pretendido* tiempo narrativo es un tiempo extremadamente corto, comprimido. No obstante, el tiempo cinematográfico, podemos decir, se ha comprimido todavía *de otra manera* en la época del cine digital en la medida en la que depende de gráficas computacionales impresionantes y espectaculares. Ciertamente, las películas no son más cortas que antes, pero el nuevo cine digital *espectacular* no está narrando historias con imágenes sino que en él se trata fundamentalmente de las imágenes mismas. El procesamiento digital de la imagen comprime la dimensión temporal de

²⁰ Leo Braudy & Marshall Cohen, *ob. cit.*, p. 448.

²¹ Scott Lash, *ob. cit.*, p. 18.

²² Sobre la diferencia entre el “tiempo de la historia” y el “tiempo del discurso” véase el texto de Chatman que hemos venido citando: *What Novels Can Do That Films Can't (and Vice Versa)* en: Leo Braudy & Marshall Cohen, *ob. cit.*, pp. 445s.

tal género cinematográfico y lo reduce a la espectacularidad y la novedad, es decir, a un medio básicamente plano o no-narrativo.

En realidad esta problemática está en el centro de una importante polémica actual acerca de la poética de los medios. Debemos señalar aquí aunque sea muy brevemente que hasta cierto punto la situación contemporánea es la inversa a aquella con la que se confrontó Lessing. Así por ejemplo el semiólogo Roland Barthes nos dice que "...una fotografía será para nosotros un tipo de discurso, de la misma manera que un artículo periodístico..." y, en la misma tónica nos dice que "[l]as pinturas se convierten en un tipo de escritura tan pronto como son significativas..." Se trata de que el ascenso de la semiótica en el siglo XX al nivel de un cuasi paradigma temático y metódico llevó a que se buscara ver la gran multiplicidad de fenómenos significativos y expresivos desde algo parecido a la textualidad. Esto ha decantado en lo que a partir del ámbito francófono se llama ahora *narratología*, la cual implica como la particular posición poética consistente en que ahí donde se encuentra una dimensión temporal en la expresión estética, se quiere encontrar también una narrativa, como puede verse en la referencia que Chatman hace a la narratología: "Una de las observaciones más importantes provenientes de la narratología es que la narrativa misma es una *estructura profunda totalmente independiente de su medio*. En otras palabras, la narrativa es un tipo de organización *textual* y dicha organización o esquema tiene que ser actualizado: en la palabra escrita...; en la palabra hablada combinada con los movimientos de los actores,...como en el teatro y en el cine; en dibujos; en las tiras cómicas; en los movimientos dancísticos, como en el ballet narrativo y en la mímica; e incluso en la música, por lo menos en la música de programa..."²³ Como se nota de la cita, prácticamente con la excepción de la mención al "dibujo" todo lo demás son medios con una dimensión temporal. Pero basta recordar campos teóricos como el de la así llamada "retórica visual", así como las tesis citadas de Barthes, para darse cuenta de que, con frecuencia, incluso ahí donde no hay ningun-

²³ Leo Braudy & Marshall Cohen, *ob. cit.*, p. 445.

na dimensión temporal en lo absoluto, es decir, donde el objeto expresivo se presenta a sí mismo de golpe, de “un vistazo” –de manera espacial, según el criterio de Lessing–, se pretende ver un “texto”, por lo menos algo similar a un texto. Así, parafraseando al semiólogo Roman Jakobson, Elmar Holstein nos dice que, según aquel, “... el objeto para la comparación inmediata de cada arte individual es la poesía.”²⁴ Más aún, ya no se trata solamente de objetos artísticos sino que de acuerdo con Barthes, “... incluso los objetos se convertirán en discurso si significan algo.” De esta manera, si en la época de Lessing predominaba la concepción, *ut pictura poesis*, en la actualidad *ut poesis omnibus* es el grito de guerra de los semiótico narratólogos, en pleno desconocimiento de la tendencia principal de la teoría mediática, la cual, en un *revival* de Lessing, parte, justamente, de la especificidad de cada medio o, por lo menos, de tipos de medios. Podríamos afirmar incluso, que el paradigma mediático y el paradigma narratológico con sus respectivas hipótesis de partida se disputan actualmente el campo de las así llamadas humanidades.

Uno de los lugares donde en la actualidad se desarrolla la polémica acerca de si la narrativa es realmente una “estructura profunda *independiente de su medio*”, es el campo de los juegos de computadora. Ludólogos como Jasper Juul rechazan el *paradigma narratológico* y niegan que los juegos de computadora “cuenten historias”,²⁵ es decir, que su orden o estructura sea textual. Se trata del así llamado “debate entre la ludología y la narratología”²⁶ Pero lo cierto es que aparte de Lessing y de la ludología existe ya una discusión poética ejemplar y de importancia decisiva para la historia del arte, la teoría estética y la teoría del arte en general que se dio en la primera mitad del siglo XX. Se trata ni más ni menos que de la polémica alrededor de la pintura abstracta.

²⁴ Roman Jakobson, *Semiotik*. P. 267. En este contexto es particularmente significativa la tesis del semiótico Jurij Tynjanov según la cual “[l]a película da saltos de toma a toma como el verso de renglón a renglón.” (Roman Jakobson, *Semiotik*. P. 279, nota de pie de página) La poesía pues, sería el modelo para el cine.

²⁵ Jesper Juul, “Games Telling Histories? A Brief Note on Games and Narratives”.

²⁶ Ian Bogost, *Unit Operations. An Approach to Videogame Criticism*, p. 67.

El pintor abstracto Hans Hofmann es interesante en términos poéticos porque insiste con bastante claridad en el plano como medio fundamental de la pintura. Hofmann nos dice que “[e]l medio expresivo de la pintura es el plano pictórico...”,²⁷ lo que lejos de ser una trivialidad es un postulado poético central: “El espacio pictórico existe bidimensionalmente. Cuando se destruye la bidimensionalidad de una pintura, esta se descompone en partes, es decir, crea el efecto de un espacio naturalista.”²⁸ El “espacio naturalista”, propio de la pintura tradicional en tanto pintura ilusionista ha debido crear la ilusión de profundidad ya por el mero hecho de representar objetos del mundo “natural”, es decir, del espacio tridimensional, es justamente aquello que Hofmann –como toda la pintura llamada abstracta o no figurativa– está rechazando. Según Hofmann “[l]a profundidad, en un sentido...pictórico, no es creada por el arreglo de objetos *uno tras otro* hacia un punto de fuga, en el sentido de la perspectiva renacentista, sino justamente al contrario y en negación absoluta de esta doctrina...”²⁹ Hofmann rechaza pues la “profundidad” en el sentido de la pintura figurativa y nos dice que “...la profundidad como realidad plástica tiene que ser bidimensional en un sentido formal...”³⁰ De ahí que insista en “el significado total del plano pictórico en tanto entidad bidimensional”.³¹ Consideraciones de ese orden engarzan claramente con la teorización del famoso crítico Clement Greenberg acerca de la pintura abstracta.

Como apunta Greenberg, “[d]esde Giotto hasta Courbet, la tarea primordial del pintor consistió en lograr el vaciado de una ilusión de un espacio tridimensional sobre una superficie plana. Uno veía a través de esta superficie como a través de un proscenio hacia un escenario.”³² Por el contrario, “[e]l modernismo”³³ pro-

²⁷ James Yohe, *Hans Hofmann*, 42.3.

²⁸ *Ibidem*, p. 46.

²⁹ *Ídem*.

³⁰ *Ídem*.

³¹ *Ibidem*, p. 47.

³² Clement Greenberg, *Art and Culture. Critical Essays*, p. 136.

³³ Para Greenberg el “modernismo” en pintura principia con los impresionistas.

gresivamente ha hecho este escenario menos y menos profundo hasta que ahora su fondo se ha convertido en lo mismo que su telón, el que ha llegado a ser lo único sobre lo que el pintor tiene que trabajar.³⁴ Se trataría de la “abrogación de los derechos espaciales”³⁵ característica de la pintura figurativa, cuyo “...pintor tenía la obligación de crear una ilusión del mismo tipo de espacio de aquel en el cual nuestros cuerpos se mueven.”³⁶ La pintura “... ya no es el vehículo de un equivalente imaginario...”³⁷ del orden espacial de nuestros cuerpos. Se trata, pues, de que “[e]l espacio pictórico ha perdido su ‘adentro’... El espectador ya no puede escapar hacia él desde el espacio en el que él se encuentra.”³⁸ Es decir, la recuperación formal del plano pictórico *en tanto plano* acaba con la convención de la pintura tradicional, figurativa en general, del espacio pictórico como una ventana a otro espacio del mismo orden que el espacio natural.³⁹ Justamente por ello, “...la pintura abstracta ofrece...una experiencia menos imaginativa [es decir, menos narrativa: no hay *trama* que construir a partir de la imagen] que la pintura ilusionista...”⁴⁰

El propio Greenberg ofrece consideraciones formales decisivas acerca de la poética propuesta por cierta pintura abstracta que atañen a su falta de posibilidades narrativas. El concepto central aquí es el de “homogeneidad total [*all over unity*]”,⁴¹ lo cual, según veremos, es lo que nosotros, siempre siguiendo a Lessing, podríamos parafrasear como *calidad planar* o pictórica en tanto opuesta a una *calidad narrativa* o poética. De acuerdo con Greenberg, después

³⁴ Clement Greenberg, *ob. cit.*, p. 136.

³⁵ *Ídem.*

³⁶ *Ídem.*

³⁷ *Ídem.*

³⁸ *Ibidem*, pp. 136s.

³⁹ En su texto *La crisis de la pintura de caballete* (1948) Greenberg dice que pintura “[...] cincela la ilusión de un cavidad parecida a una caja en la pared detrás de ella y, al interior de esta, como una unidad, organiza similitudes tridimensionales.” (Clement Greenberg, *ob. cit.*, p. 154.

⁴⁰ *Ibidem*, p. 137.

⁴¹ *Ídem.*

de Monet surgió la tendencia a "...la pintura 'polifónica', 'descen-
 tralizada', homogénea [*all over*], la cual se basa en una superficie
 tejida mediante elementos idénticos y muy similares que se repi-
 ten sin variación notable de un extremo al otro de la pintura."⁴²
 Se trata de rechazar "la profundidad ficticia de la pintura"⁴³ cons-
 tituida mediante "formas dominantes",⁴⁴ dado que "...sin impor-
 tar que tan superficial se vuelva la pintura, mientras en ella haya
 formas suficientemente diferenciadas..."⁴⁵ se tendrá una mayor o
 menor ilusión de un espacio tridimensional. Por el contrario, la
 homogeneidad en cuestión viene a ser lo opuesto a una estructura
 narrativa, ya que Greenberg dice a continuación: "Se trata de un
 tipo de pintura que prescinde, por lo visto, de un principio, un
 medio y un final."⁴⁶ En otras palabras, se trata de una pintura que
 carece de toda posible secuencia que pudiera remitir a una espe-
 cie de narrativa.⁴⁷ Greenberg enfatiza la idea al aclarar que el térmi-
 no polifónico refiere a Schönberg, quien le da a "cada elemento,
 cada sonido de la composición... la misma importancia".⁴⁸

Aún cuando la pintura "homogénea" sea un extremo pictórico
 –todavía más allá de la pintura meramente abstracta–, justamente
 por la carencia completa de forma, aún de forma no figurativa,
 queda muy claro lo que esto significa *estructuralmente*. En efecto,
 Greenberg nos dice que "[l]a 'homogeneidad [*all over*]' puede
 responder al sentimiento de que todas las distinciones jerárquicas
 han quedado, literalmente, exhaustas..."⁴⁹ Esto es, a todas luces,
 un asunto estructural. Así, Manovich se refiere a "la red de hi-

⁴² *Ibidem*, p. 155.

⁴³ *Ídem*.

⁴⁴ *Ídem*.

⁴⁵ *Ídem*.

⁴⁶ *Ídem*.

⁴⁷ Nótese que la profundidad dada por el punto de fuga en el ámbito pictórico es estructuralmente lo más parecido a una narrativa: tiene, por ejemplo "un principio" en el primer plano y luego una sucesión de planos u objetos en "el medio", "uno tras otro" hasta el infinito de la fuga, donde quedaría "el final".

⁴⁸ Clement Greenberg, *ob. cit.*, p. 155.

⁴⁹ *Ídem*.

pervínculos (*World Wide Web* introducida en los 90) no jerárquica, ‘*plana*’.⁵⁰ Nótese que mientras Greenberg habla de la pintura, Manovich habla de la red, es decir de cosas de una *materialidad* totalmente diferentes y que, sin embargo, tienen una comunidad *estructural*. Y es que, justamente la falta de jerarquías, del tipo que sean, implica, estructuralmente, *planaridad* –justamente como en el caso *material* de la pintura “homogénea” señalada por Greenberg–. Por ello resulta natural que Manovich rechace las “...nocio- nes populares de los medios computacionales como reduciendo la totalidad de la cultura humana a una única librería gigante (lo cual implicaría la existencia de un *sistema de orden*) o a un libro gigante (lo que conllevaría una *progresión narrativa*...”⁵¹ Por ello, nos dice Manovich, “...tal vez sea más correcto pensar la cultura de los nuevos medios como una *superficie plana infinita* en la que los textos individuales no están puestos en *ningún orden particular*...”⁵² Se trata, pues, de una estructura –ya sea en la pintura en general (Lessing), en la pintura abstracta, en la “homogénea” (Greenberg) en particular o bien en la WEB– en la que “...los datos [no] están organizados *secuencial y linealmente*... sugiriendo la presencia de una *trayectoria narrativa* o retórica...”⁵³ Se trata de un tipo de estructura que “...‘*aplana*’ los datos.”⁵⁴ Significativamente, Manovich considera el aplanamiento de los datos –propio de los “medios computacionales”⁵⁵– una “...*especialización* que privilegia el espacio frente al tiempo, que *aplana el tiempo* histórico, que rechaza las grandes *narrativas*.”⁵⁶ De hecho, en términos generales, Manovich considera que la “...cultura computacional *espacializa* gradualmente *todas* las representaciones y experiencias...”⁵⁷ es decir, que

⁵⁰ Lev Manovich, *The Language of New Media*, p. 16.

⁵¹ *Ibidem*, p. 77.

⁵² *Ídem*.

⁵³ *Ídem*.

⁵⁴ *Ídem*.

⁵⁵ *Ídem*.

⁵⁶ *Ibidem*, p. 78.

⁵⁷ *Ibidem*, p. 80.

tiende a *desnarrativizarlas*. Y es justamente en este contexto que Manovich nos dice que “[e]n la medida en la que la cinematografía de Hollywood es traducida a algoritmos y procesadores de computadora, sus convenciones se convierten en el método estándar para interactuar con cualesquiera datos sujetos a *espacialización*.”⁵⁸ Es decir, la *convención* de la que se trata es, básicamente, que los datos se pongan en una superficie sin orden lineal, una superficie que no tiene el orden de la página secuencial *para leer*, sino la *superficie de una pantalla o monitor* para captar *de un vistazo*. En otras palabras, la principal convención expresiva en la “cultura computacional” es una superficie que, esencialmente carece de todo orden lineal, a pesar de que el “contenido” de la pantalla no sea fijo sino una sucesión de imágenes. Más aún, el cine se convierte en conjunto de “operaciones abstractas”⁵⁹ y “[s]iguiendo la tendencia general de la cultura computacional hacia la *espacialización* de toda experiencia cultural, esta interface cultural [la cinematografía] *espacializa* el tiempo, representándolo como una forma en un espacio 3-D...”⁶⁰ es decir, justamente, como las formas en la secuencia desnarrativizada del cine digital espectacular. De hecho Manovich agrega inmediatamente que dicha “...forma puede ser pensada como un libro, un libro con *cuadros individuales* apilados uno tras otro como páginas.”⁶¹ Obviamente, tal “libro” no es ningún texto, ninguna narrativa en un sentido estricto, sino meramente una pila de imágenes que, debido al fenómeno del montaje, esencialmente no son más que secuencias desconexas –como si fueran una pila de fotografías con temas misceláneos–. A eso queda reducido el tiempo cinematográfico. Dicho tiempo no es un principio narrativo sino, básicamente, un principio de mera *presentación*, por el simple hecho de que es imposible –y además no tendría gracia, no podría *entretener*– el que todas las imágenes aparecieran al mismo tiempo. No se trata del tiempo de la narración sino del mero tiempo de la

⁵⁸ *Ibidem*, p. 85.

⁵⁹ *Ibidem*, p. 86. Recuérdense en especial la “operación” de “composición” discutida arriba.

⁶⁰ *Ibidem*, p. 87.

⁶¹ *Ídem*.

presentación o aparición. Si a eso tiende el cine desde su origen, según los argumentos de Chatman aducidos arriba, con el cine digital espectacular de Hollywood esta tendencia se hace patente, o mejor dicho, el control total de imagen le permite a Hollywood realizar la tendencia inmanente del medio de la imagen móvil que estaba obstaculizada por la visión del cine como un tipo de libro, es decir, como algo para “contar historias”.

La discusión acerca de la pintura abstracta y la teoría de Greenberg sobre la pintura “homogénea” puede generar la impresión de que la carencia de narratividad es algo propio apenas de la pintura no figurativa. Sin embargo, la tesis original de Lessing se refiere a la pintura sin más, de hecho, a la pintura figurativa, que era la que él conocía, obviamente esa es la razón de que él hable de “formas” y “cuerpos” y de la “belleza corporal”. Por ello resulta fundamental reivindicar la noción poetológica básica de que la pintura en general, al margen de su género, en tanto medio plano, es un medio no narrativo por necesidad. Con esto en mente resulta útil referirse al teórico de la comunicación Vilém Flusser quien, precisamente, caracteriza a la imagen, como Lessing a la pintura, por ser un medio sincrónico –es decir, esencialmente atemporal–. Con la mayor claridad deseable Flusser nos dice que “[e] efecto de la estructura [del código o medio] sobre el mensaje afecta al problema de la traducción.”⁶² E inmediatamente pregunta: “¿Se puede traducir un libro a una película [Chatman niega básicamente tal cosa] o un artículo periodístico a un programa televisivo? El problema es que los mensajes *diacrónicos* usan un tipo de tiempo diferente del tiempo de los *sincrónicos*.”⁶³ Y, justamente como Lessing, Flusser es por demás explícito en señalar que la imagen en general en tanto mensaje o código es sincrónica: “Una imagen es una *superficie* cuyo significado es captado de *un vistazo*. *Sincroniza* la situación que significa como una escena.”⁶⁴ Muy por el contrario, los “códigos lineales”⁶⁵

⁶² Vilém Flusser, *Writings, Electronic Mediations*, p. 16.

⁶³ *Ídem*.

⁶⁴ Vilém Flusser, *Medienkultur*, p. 24.

⁶⁵ *Ibidem*, p. 25.

en su linealidad “...exigen una *recepción progresiva...*”,⁶⁶ es decir, están caracterizados por la “*diacronicidad*”.⁶⁷ Una conclusión básica que Flusser saca de todo esto es que los “medios *superficiales*”⁶⁸ o “códigos *superficiales*”,⁶⁹ es decir, los “[c]ódigos *imaginales*”,⁷⁰ por un lado, y los “medios *conceptuales*”⁷¹ o “códigos *lineales*”,⁷² es decir, los “[c]ódigos *conceptuales*”,⁷³ por otro, generan tipos de conciencia y de articulación de la experiencia totalmente distintos.⁷⁴ Todo “... depende de la estructura del medio.”⁷⁵ Con base en esa teoría, en la “conciencia mítica”⁷⁶ –característica de los pueblos arcaicos– queda excluida la linealidad propia del “tiempo histórico”⁷⁷: todo es experimentado en términos del “eterno retorno”⁷⁸ propio del mito. Pero ello mismo supone que todo pensamiento lineal –narrativo propiamente dicho– está excluido de dicha conciencia. Entre la “conciencia mítica” o “conciencia imaginativa”⁷⁹ y la “conciencia histórica”⁸⁰ no hay traducción posible. En realidad no es posible una verdadera traducción entre imágenes y discursos, lo que la

⁶⁶ *Ibidem*, 26.

⁶⁷ *Ídem*.

⁶⁸ Vilém Flusser, *Writings, Electronic Mediations*, p. 30.

⁶⁹ *Ibidem*, p. 39.

⁷⁰ *Ibidem*, p. 28. Flusser utiliza conscientemente en el texto original en alemán el parentesco etimológico entre “imaginar” (*Einbilden*) e “imagen” (*Bild*)

⁷¹ *Ídem*.

⁷² *Ibidem*, p. 39.

⁷³ *Ibidem*, p. 28.

⁷⁴ Flusser asocia el medio de las imágenes a la “imaginación” como algo opuesto a la “conceptualización” en tanto asociada al medio de la escritura o de los códigos lineales.

⁷⁵ Vilém Flusser, *Writings, Electronic Mediations, ob. cit.*, p. 28. Sobre esta teoría ver Alberto J. L. Carrillo Canán “El engaño y la ‘magia’ de las ‘imágenes técnicas’ según Flusser”, en: *A parte Rei*, revista electrónica de filosofía, España, número 48.

⁷⁶ Vilém Flusser, *Medienkultur*, pp. 47s.

⁷⁷ Vilém Flusser, *Writings, Electronic Mediations*, p. 24.

⁷⁸ Vilém Flusser, *Für eine Philosophie der Fotografie*, p. 8.

⁷⁹ Vilém Flusser, *Writings, Electronic Mediations*, p. 127.

⁸⁰ *Ibidem*, p. 63.

sabiduría popular formula con la idea de que “una imagen vale más que mil palabras” o, bien, lo que el teórico Chatman expresa, en el sentido inverso, con la idea ya referida arriba de que en el caso del cine “[e]l modo dominante es *presentativo* no asertivo. Una película no dice ‘esta es la situación’, simplemente la *muestra*...”⁸¹ Obviamente lo mismo es válido para una imagen tal como la de la pintura figurativa. En otras palabras, la imagen tiene ciertas limitaciones insalvables respecto del discurso y viceversa. Esa es la idea básica que está atrás de la pregunta referida arriba acerca de si es posible traducir mensajes de un código con una estructura a un código con otra estructura. Las estructuras básicas que Flusser tiene en mente son, obviamente, la superficial y la lineal (alfabética), y entre estas no hay traducción posible: o se “imagina” el mundo o se le “conceptualiza”. Como es evidente, utilizando la distinción de Lessing entre diacronía y sincronía Flusser niega la hipótesis fundamental de la narratología en el sentido de que la narrativa es una “estructura profunda” que se puede “actualizar” con independencia del medio, una estructura que es válida “a través de diferentes medios [*across media*]”.⁸² En particular, para Flusser las imágenes –como en Lessing– excluyen la narratividad, son antitéticas a ella.

Arriba hicimos referencia a Scott Lash quien vuelve a ser de importancia en el contexto poetológico que ahora nos ocupa. Recordemos aquí que Manovich considera que la “...cultura computacional *espacializa* gradualmente *todas* las representaciones y experiencias...”, es decir, que elimina de ellas las posibles o reales dimensiones *narrativas*. Lash piensa algo muy parecido con base en otra clave conceptual. El concepto importante aquí es el de “información” en el contexto de las tecnologías de comunicación rápidas. Lash considera a la “información” como un tipo de “contenido cultural” que “...tiene lugar más o menos en tiempo real...”,⁸³ es decir, podríamos postular que se trata de mensajes que se transmiten y se reciben con gran rapidez. Y lo importante aquí es que tal conte-

⁸¹ Leo Braudy & Marshall Cohen, *ob. cit.*, pp. 449s.

⁸² Ian Bogost, *ob. cit.*, p. 68.

⁸³ Scott Lash, *Critique of Information*, p. 69.

nido cultural “...no deja tiempo para la reflexión...”, según vimos arriba. Esto es la consecuencia y lo que, al mismo tiempo, caracteriza a la “inmediatez de la información”.⁸⁴ Por ello, la “información” –ciertos “contenidos culturales”– se contraponen a lo que sería una estructura narrativa en un sentido propio: “A diferencia de la narrativa, la *información* comprime el principio, el medio y el final en una *inmediatez presente* de un ‘aquí ahora’. A diferencia de la *narrativa*, del *discurso*, la información no necesita de argumentos legitimadores, no toma la forma de declaraciones proposicionales...”⁸⁵ La información excluye “la linealidad y el argumento reflexivo del discurso”.⁸⁶ Queda claro que el problema aquí, justamente como lo indica la referencia al “tiempo real”, es básicamente temporal. Así, Lash nos dice que “[r]especto del tiempo, la ruptura con la linealidad involucra aceleración.”⁸⁷ A lo que inmediatamente agrega: “En formas de vida ‘simples’ tenemos narrativas y metanarrativas. Un cierto ritmo del movimiento del tiempo es apropiado para tales narrativas y metanarrativas. Justamente el tiempo apropiado para la reflexión.”⁸⁸ Pero las nuevas “...formas de vida tecnológicas son demasiado veloces para la reflexión y demasiado veloces para la linealidad.”⁸⁹ Son, pues, superficiales o planas.

En todo lo anterior hay dos factores importantes. Uno de ellos es la asociación de las tecnologías modernas, especialmente las que tienen que ver con la electricidad y los datos digitalizados, con la desaparición o, por lo menos, el debilitamiento de la dimensión narrativa de los medios y sus mensajes, que es justamente lo que, según vimos, Manovich considera la “...*espacialización* que privilegia el espacio frente al tiempo, que *aplana* el tiempo histórico, que rechaza las grandes narrativas.”⁹⁰ El otro factor es la distinción en-

⁸⁴ *Ibidem*, p. 25.

⁸⁵ *Ibidem*, p. X.

⁸⁶ *Ibidem*, p. 25.

⁸⁷ *Ibidem*, p. 18.

⁸⁸ *Ídem*.

⁸⁹ *Ídem*.

⁹⁰ Lev Manovich, *ob. cit.*, p. 78.

tre un tiempo “apropiado”⁹¹ para las narrativas, por un lado y, por otro, la “inmediatez presente”⁹² en tanto “inmediatez de la información”. Esto último puede ser interpretado tanto como el *aplana-**miento* del tiempo –y de los “datos”⁹³– al que se refiere Manovich, como la *sincronía* o yuxtaposición a la que se refiere Lessing; una sincronía que, siguiendo a Flusser, no es otra cosa que la estructura del medio mismo o de su mensaje. Y los medios *sincrónicos* equivalen, en los términos de Flusser, a “medios *superficiales*”. Así pues, en vista de su aspecto temporal, el concepto de “información” de Lash equivale *estructuralmente* al de superficie o imagen. Nuevamente nos encontramos frente a una equivalencia o isomorfismo estructural, como el que Manovich encuentra entre la *World Wide Web* y una “superficie plana infinita”.⁹⁴ Los “contenidos culturales” “en tiempo real” que constituyen la “información” de Lash son no narrativos, son *sincrónicos* y, por tanto son planos o *superficiales*. Este es el marco conceptual en el que el cine digital entendido como un “producto de consumo de movimiento acelerado”,⁹⁵ resulta no narrativo sino superficial, plano. Resulta un medio incapaz de transmitir, usando palabras de Lash, un “significado profundo”.⁹⁶

Según vimos, destacados teóricos mediáticos siguen a Lessing en hacer distinciones temporales respecto de la naturaleza de los medios. Sin embargo, semiólogos y narratólogos tienden a desconocer o, por lo menos a minimizar las diferencias en la temporalidad de los medios. Así, resulta comprensible que McLuhan señale explícitamente que “[n]umerosos campos de investigación académica están obstaculizados por una incomprensión de cómo el espacio visual y el espacio acústico están relacionados con las nociones de *diacronía* y de *sincronía*.”⁹⁷ De acuerdo con esto, podríamos decir

⁹¹ Scott Lash, *ob. cit.*, p. 18.

⁹² *Ibidem*, p. X.

⁹³ Lev Manovich, *ob. cit.*, p. 85.

⁹⁴ *Ibidem*, p. 77.

⁹⁵ Scott Lash, *ob. cit.*, p. 72.

⁹⁶ *Ibidem*, p. 70.

⁹⁷ Marshall McLuhan, & Bruce R. Powers, *The Global Village, Transformations in World Life and Media in the 21st Century*, p. 13.

que la narratología no es nada más que el error de intentar encontrar secuencias discursivas en cualquier fenómeno de las humanidades. De manera particular, en el caso del cine en general "... la teoría fílmica privilegia la dimensión temporal de la imagen en movimiento, [pero muy por el contrario] la tecnología computacional privilegia las dimensiones espaciales."⁹⁸ Es decir, aquellas dimensiones donde utilizando la "composición" se construye un "mundo virtual"⁹⁹ basado en la espectacularidad de la "ilusión de un espacio coherente",¹⁰⁰ coherente visualmente, al margen de toda narrativa.

Conclusión. El intelectual y la poética del cine digital

Para concluir, es necesario preguntar qué es más común hoy en día: ¿leerles un cuento de buenas noches a los niños o dejarlos ver un "buen video" –con muchos "efectos"– antes de dormir? La respuesta es obviamente un problema de investigación empírica, pero la pregunta vale la pena y equivale a preguntar acerca de las relaciones de preponderancia entre los mensajes diacrónicos o narrativos y los mensajes sincrónicos o planos.¹⁰¹ Se trata de un problema muy amplio que refiere a la estética de los nuevos medios y nos remite a la experiencia del surgimiento de la pintura abstracta. Aún hoy en día frente a una pintura abstracta el público no intelectual tiende a preguntar algo así como: ¿y esto qué?, ¿qué es? Lo que quiere decir: ¿cuál es la figura?, ¿dónde está el muñequito? Es decir, el público no educado sigue sin entender el desarrollo de la pintura de acuerdo con sus posibilidades en tanto medio plano. Sigue viendo a la pintura como si fuera algo que tuviera que tener profundidad, según cierto tipo de perspectiva. Poetológicamente podemos decir que el público no educado busca ver a la pintura como algo con profundidad en el sentido de la ilusión de tres dimensiones y, con ello, la confunde con la escul-

⁹⁸ Lev Manovich, *ob. cit.*, p. 157.

⁹⁹ *Ibidem*, p. 153.

¹⁰⁰ *Ibidem*, p. 146.

¹⁰¹ Un problema que ocupa una parte importante de la obra de Flusser, quien, como ya se señaló arriba, considera que "...la escritura está siendo subordinada a la producción de imágenes..."

tura o la arquitectura. En el caso del cine digital espectacular de Hollywood el intelectual toma el lugar correspondiente al público no educado frente a la pintura abstracta. Viendo los *blockbusters* el intelectual se pregunta: ¿y esto qué?, ¿de qué se trata? Lo que quiere decir: ¿cuál es la trama?, ¿dónde está la historia? Es decir, el intelectual no entiende el cine de acuerdo con sus posibilidades de desarrollo en tanto medio basado en las imágenes y, por tanto, en tanto medio esencialmente plano. Sigue viendo al cine como si fuera algo que tuviera que tener una trama, una profundidad, en este caso no espacial sino del mensaje, de acuerdo con algún tipo de narrativa. Poetológicamente podemos decir que el intelectual busca ver al cine como algo que tuviera que tener profundidad narrativa y, en este sentido, lo confunde con un libro. En cambio, el público no intelectual toma el cine digital espectacular como lo que es: como *entretenimiento*, como algo que está ahí no para reflexionar sino para distraerse. El público no culto busca en la pintura la figura, la ilusión de profundidad espacial; el intelectual busca en el cine la historia, la profundidad temática. Ambos yerran en la comprensión de la poética del medio correspondiente. Pero en el caso de la pintura abstracta el intelectual tiene una actitud adecuada frente a la naturaleza del medio y el público no educado es quien se equivoca, mientras que el caso del cine digital es el público no intelectual el que tiene una actitud adecuada a la naturaleza del medio y quien se equivoca es el intelectual.

Por otra parte, en el caso del cine digital espectacular el público no educado y el intelectual quedan todavía más lejos el uno de otro porque en una era secularizada el público no culto que buscaba figuras en las pinturas ya no puede dar ningún significado trascendente a lo que encuentra en las nuevas imágenes en movimiento: toma a las imágenes como lo que son, como mero entretenimiento. La espectacularidad es la estética del entretenimiento. Si el intelectual tiende de por sí a buscar narrativas, “significados profundos” en todo lo que toca, el nuevo medio con su estética de la espectacularidad le resulta más incomprensible que ningún otro.

En resumidas cuentas, parece ser que con ayuda de la gráfica computacional Hollywood ha entendido la poética real del cine tal como es llevado a su pleno desarrollo imaginario por el cine

digital. Si esto es correcto, McLuhan acierta al decir que los intelectuales, es decir, gente entrenada en la escritura, tienden fuertemente a malinterpretar la naturaleza de los nuevos medios. No pueden entender su “forma de mosaico”, *no secuencial*, es decir, no pueden entender el aplanamiento estructural de los nuevos medios, y en particular han malinterpretado la naturaleza plana del cine. Si los intelectuales no buscan el entretenimiento sino el “significado profundo”, no deben mirar películas sino leer libros y dedicarse a las proposiciones y los argumentos. No deben luchar contra el carácter plano y superficial de las películas. Deben darse un respiro y gozar de lo superficial, deben entretenerse. El único refugio contra el carácter plano de los nuevos medios reside en escribir y leer novelas, tratados y artículos académicos. Si bien Homero fue el poeta de la sociedad arcaica, Shakespeare y Cervantes fueron los de la naciente modernidad, los directores de Hollywood conjuntamente con sus *teams* tecno científicos son los poetas –los *creadores*– de la sociedad postindustrial basada en la cultura computarizada y su experiencia de la temporalidad, gracias a la cual el “realismo cinematográfico”¹⁰² ya no puede significar coherencia narrativa de acuerdo con el “tiempo de la historia” (Chatman) sino únicamente coherencia de una secuencia visual espectacular con independencia de toda narrativa.

En el epígrafe a este trabajo citamos a Lessing quien considera la intromisión del pintor en el dominio del poeta como algo de mal gusto y, a la inversa, la intervención del poeta en el dominio del pintor como algo inútil. Esto último es la situación de los intelectuales tratando de intervenir con sermones educativos en el dominio de los cineastas hollywoodenses. De hecho, no es inútil sino también inapropiado ya que muestra una incomprensión profunda del medio y en verdad que es inapropiado ser intelectual y cerrarse a la comprensión. Lo cierto es que el Hollywood digital espectacular ha dejado de lado la preocupación del cineasta por *mal reproducir* algún texto, no importa el tipo, y la ha substituido por la ejecución de algoritmos matemáticos para el procesamien-

¹⁰² Lev Manovich, *ob. cit.*, p. 310.

to digital de imágenes con el objetivo de generar secuencias espectaculares y, en tanto tales, entretenidas. *Todo cine que tome en serio la narrativa no aporta nada nuevo desde el punto de vista estético: se limita a ser parasitario de algún texto y, por ello mismo está condenado a ser una expresión menor de la sensibilidad contemporánea.*¹⁰³ Por el contrario, en el paso de lo narrativo a la formalidad matemática con vistas a la plasmación de la imaginación en la secuencia meramente espectacular quedamos frente a una verdadera innovación estética, a saber, la del entretenimiento puro como expresión de la sensibilidad. Se trata de la sensibilidad liberada del arte, de la trascendencia y, por lo tanto, como una expresión más de la muerte del arte, ahora como muerte de la narrativa, que se suma a la muerte de la profundidad pictórica. *La secuencia digital espectacular* nos devuelve a la estética pura, a la estética en tanto sensibilidad al margen de todo arte. Con ello el creador cinematográfico ingresa al selecto grupo de los *estetas* contemporáneos al que ya pertenecían pintores abstractos, creadores de objetos o ambientes no narrativos y creadores de instalaciones digitales interactivas. Todos estos creadores no producen narrativas sino *esthetai* puros. La diferencia es que el cineasta digital presenta sus creaciones, sus *esthetai*, como bienes de consumo masivo, con lo que se convierte en *entretenimiento*, para bien o para mal la forma suprema de la sensibilidad contemporánea.

Bibliografía citada

Barthes, Roland, *Mythologies* (1957), Hill & Wang, New York, 1972.
 Benjamin, *Illuminationen, Ausgewählte Schriften*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt/ M, 1977.

¹⁰³ Un ejemplo limítrofe son las películas sobre *El señor de los anillos*: son atractivas porque hay una gran cantidad de secuencias indudablemente espectaculares, pero son tremendamente aburridas en sus larguísimos *close-ups* tratando de reproducir la narrativa pertinente a los conflictos y situaciones individuales o interpersonales, digamos del Señor Prodo – uno acaba abominando la cara del actor –. Cualquier joven dotado de un buen reproductor casero lo que hace es saltarse todas las aburridas secuencias de diálogos “profundos” y de conflictos individuales. En este sentido, las filmaciones de *Harry Potter* son mucho mejores ya que se atienen con mejor tino a la espectacularidad y no a diálogos ni a situaciones personales.

- Bogost, Ian, *Unit Operations. An Approach to Videogame Criticism*, MIT Press, Cambridge, 2006.
- Braudy, Leo & Cohen, Marshall, *Film Theory and Film Criticism*, Oxford University Press, 2004.
- Flusser, Vilém, *Für eine Philosophie der Fotografie*, European Photography, Göttingen, 2000.
- Flusser, Vilém, *Medienkultur*, Fischer Taschenbuch, Frankfurt / M, 2002.
- Flusser, Vilém, *Writings, Electronic Mediations*, (Trad. Eric Eisel), University of Minnesota Press, Minneapolis, 2002.
- Greenberg, Clement, *Art and Culture. Critical Essays*, Beacon Press Books, Boston, 1909.
- Jakobson, Roman, *Semiotik. Ausgewählte Texte*, Suhrkamp, Frankfurt / M, 1988.
- Juul, Jesper, "Games Telling Histories? A Brief Note on Games and Narratives", en: *Game Studies 1*, núm. 1, 2001, <http://www.gamestudies.org/0101/juul-gts/> (ultimo acceso mayo de 2008).
- Lash, Scott, *Critique of Information*, Sage Publications Ltd., London, 2002.
- Lessing, Gotthold Ephraim, *Laokoon*, en: *Werke in sechs Bänden, Schriften zur Antiken Kunstgeschichte*, Band 5, Stauffacher-Publishers Ltd., Zürich, 1965.
- Manovich, Lev, *The Language of New Media*, MIT Press, Cambridge, 2001.
- McLuhan, Marshall, *Understanding Media. The Extensions of Man*, MIT Press, Cambridge, 1998.
- McLuhan, Marshall & McLuhan, Eric, *Laws of Media. The New Science*, University of Toronto Press, Toronto, 1999.
- McLuhan, Marshall & Powers, Bruce R., *The Global Village, Transformations in World Life and Media in the 21st Century*, Oxford University Press, New York, 1989.
- Tymieniecka, Anna-Teresa, "Reality and its Simile", en *Glimpse, Phenomenology and Media*, volume 1, number 1, Publication of the Society for Phenomenology and Media Studies, San Diego, 1999.
- Yohe, James, *Hans Hofmann*, Rizzoli Internacional Publications Inc., New York, 2002.

LA ECONOMÍA DEL ARTE EN MÉXICO: REFLEXIONES ACERCA DEL COMPORTAMIENTO DE MERCADO DEL ARTE Y LA ECONOMÍA DEL ARTISTA

*Belén Valencia Roda*¹

Introducción

Nuestra visualidad depende de un momento y un lugar determinado, nuestra mirada ha cambiado en el tiempo, se ha transformado, primero fue mágica luego religiosa y hoy en día es económica.²

Arte y cultura han sido desde siempre muy estudiados desde un punto de vista histórico y estético; en cambio, solo muy recientemente y de manera escasa, lo han sido desde un punto de vista económico.

Aun hoy en día muchos cuestionan la racionalidad de conexión entre la economía y el arte. Políticos, periodistas y artistas y una gran parte del público, consideran el arte como algo que está fuera de los cálculos y razonamientos de la economía. Tienen muchas reservas sobre el análisis económico del fenómeno artístico y cultural y piden que la reflexión económica esté, por lo menos, basada en un análisis estético de la oferta y la demanda de arte. Pero el arte, al igual que la belleza, la libertad o la justicia, es un concepto abstracto y no se puede aprender directamente.

Personas incluso, involucradas en el ámbito artístico, no reflexionan en que el debate de visualidad actual, precisa apertura, piensan que el arte está peleado con lo económico y consideran esta relación como una actitud de prostitución del arte conservando la idea romántica de que el artista no debe vivir de su trabajo y que al hacerlo estaría prostituyendo el mismo, nada más alejado

¹ Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

² Ver: R. Debray, *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*.

de la realidad, hoy día, es cuando más existe la necesidad de cuestionarse y estudiar el aspecto económico del arte con la finalidad de evitar caer en estas mismas confusiones axiológicas.

Lo cierto es que el arte es una cuestión altamente subjetiva, si el que lo produce no puede describirlo detalladamente, ¿cómo podría la economía del mercado decir algo que ayude a una mejor comprensión del arte y la cultura?

En México hablar de mercado del arte o economía del arte, es un tema inusual y novedoso, puede que incluso resulte sorprendente en la medida que sea percibido como una intrusión de los especialistas en un campo que, en principio, se da por sentado que es un valor formativo de la sociedad.

Es decir es obvio que el artista, como el trabajador cualquiera dependen de una economía, debe y necesita vivir de manera decorosa, empero, ¿Es menos válida la obra de un artista por el hecho de lucrar con ella y tener una vida decorosa? ¿Es inmoral buscar formas alternas de sobrevivencia económica? ¿Qué hay de la antigua frase acerca de “prostituir el arte”? ¿Cómo puede un artista actual vivir decorosamente lucrando con su obra y trabajo sin ser etiquetado como traidor de causa? ¿En qué momento debe establecerse ese cambio de mentalidad para las nuevas generaciones? ¿Qué papel tiene la crítica en el éxito económico de una obra? ¿Cómo se valora una obra de arte y qué factores son los que se toman en cuenta?

La aplicación de los instrumentos de la economía al arte y a la cultura permite esbozar, cuestiones que pueden contribuir a un debate jugoso y al que no estamos acostumbrados. Puede incluso, que el planteamiento de alguna de estas cuestiones resulte, provocativa.

El enfoque económico de las ciencias sociales pretende establecer una *nueva forma de interdisciplinarietà*.³ Hasta ahora esta interdisciplinarietà se había concebido como una mera combinación de distintos enfoques científicos. Esto había llevado muchas veces a intercambios poco importantes, que no iban más allá del sentido común. Por el contrario, el nuevo enfoque interdisciplinario que este capítulo propone, aplica el mismo método analítico

³ Ver: Bruno Frey, *La Economía del Arte*.

a diversas disciplinas; a saber, el método que los economistas y otros estudiosos ya han utilizado para estudiar una gran variedad de problemas y cuestiones. El modelo de comportamiento humano, distingue cuidadosamente las preferencias, es decir, lo que la gente desea, de las restricciones, como son las impuestas por las instituciones sociales.

Los economistas de los países de habla alemana llevan ya mucho tiempo interesados en los aspectos económicos de las artes. Han recibido especial atención los temas de hacienda pública, en especial, el papel del estado en el financiamiento de la cultura. En general, han dado por hecho que el sector público debía subvencionar las artes, dados los efectos externos positivos, como diríamos hoy, que las artes tienen sobre el conjunto de la sociedad. Estos efectos externos se consideran también «ventajas para el no usuario», porque reciben beneficios las personas que no consumen un servicio cultural dado aunque indirectamente se benefician de la existencia del mismo.

El origen de la economía del arte como disciplina autónoma dentro de la ciencia económica moderna se puede fechar con exactitud. Inició con el libro de Baumol y Bowen publicado en 1976 titulado *Performing Arts—The Economic Dilemma*, «El dilema económico de las artes escénicas»

En México entre los pocos estudios que encontramos de este tema tan polémico y novedoso están los de Christine Frerót, 1990, *El mercado del arte en México a partir de 1950*; *El arte del mercado en arte*, de Miguel Peraza y Josu Iturbe, publicado en 1998 y *El comercio del arte*, publicado en 1993. El estudio más reciente que se puede ubicar es el de *Hablando en plata: el arte como inversión*, serie de textos compilados por de Ercilla Gómez Maqueo, sobre el comportamiento del mercado mexicano, en torno a 39 artistas plásticos consagrados.

Espero que el presente texto sirva como aportación para despertar el interés por la reflexión en torno al debate entre arte y economía y así mismo potenciar la investigación en el mismo.

Generalidades del mercado del arte

El mercado del arte principia con el advenimiento del cuadro de

caballete y el óleo, el capitalismo, la mercantilización de la obra y su objetivación.⁴

La llegada de la tabla y más tarde el lienzo materializaron un nuevo soporte y modo de exponer, pero también un modo de posibilitar el cambio de dueño del objeto de consumo que de ahí en más, fue significativo del panorama económico social moderno y también fijó la identidad de la obra de arte con el genérico “cuadro”, que llega hasta nuestros días.

En el siglo XV nacía el “cuadro”, estático, dirigido a un espectador estático, y con un formato factible de ser objeto de compraventa. Estos principios fueron la respuesta del arte a la sociedad capitalista que florecía con el Renacimiento. El formato “cuadro/pintura de caballete” era y es aún hijo de la voluntad de cotizar la obra de arte y facilitar su compraventa; privilegia el sentido material de una obra, la obra en cuanto objetivación de una idea. Un conocido economista norteamericano, plantea que las obras de arte son unos bienes extraordinarios económicamente hablando. Si los observamos desde distintos puntos de vista; son a la vez:

1. Bienes de consumo duradero y activos financieros.
2. Son bienes especulativos ya que la demanda determina la apreciación futura del precio y el precio futuro esperado determina la demanda.
3. Los cuadros son un arquetipo de lo que podría denominarse “bienes de coleccionista” y en esa medida merecen nuestra atención.
4. Son extremadamente heterogéneos, con valores que oscilan desde unos pocos dólares a millones y cuando descansan en museos se convierten en bienes públicos, en el sentido de que los servicios suministrados por su visión están al alcance de todo el mundo.

Esto no es muy difícil de probar cuando vemos los grandes ingresos que la Unión Europea obtiene mediante los activos producidos por entradas a museos y sitios culturales.

Por supuesto, la valoración que cada cual hace de una obra

⁴ Ver: John Berguer, *Modos de ver*.

es subjetiva, del mismo modo que es subjetiva la valoración de un bien cualquiera; sin embargo, del mismo modo que el mercado objetiva para los demás bienes las distintas valoraciones de los individuos a través del mecanismo de precios, el mercado del arte objetiva la situación de los pintores y sus obras a través de su cotización.

Durante siglos, la producción y la creación de imágenes tuvieron un costo social tal que limitó su uso al ritual político y religioso. De este modo la imagen misma se identificó con el poder y la gloria. Con el nacimiento de la fotografía la imagen se democratiza definitivamente y la pintura entra en crisis, cuya expresión y solución serán las vanguardias y su búsqueda de un nuevo modo de representación. El arte deja de cumplir su antigua función social como guardián moral de la sociedad. Lo educativo y “concientizador” será ahora tratado por la publicidad y los medios es decir, por un arte que requiera poca formación cultural para ser entendido y sea, en consecuencia, susceptible de ser usado como propaganda. El cine, el cartel, e incluso el cómic podían cumplir mucho mejor esa función por su naturaleza masiva.

Demanda, oferta y valoración

Analizar las fuerzas de oferta y demanda que concurren en un mercado, suele ser el punto de partida habitual de todo estudio económico. Es necesario entonces, delimitar el campo de análisis en cuanto a los siguientes aspectos:

Demanda de arte. Normalmente nos referimos a la demanda de objetos artísticos para su compra, especialmente pinturas y esculturas. Por supuesto, el número de visitas que reciben salas, galerías y museos también puede concebirse como una forma particular de demanda de arte. En general, las obras de arte son unos interesantes objetos, que los individuos demandan por varias razones.

1. En tanto que bienes de consumo:

Por el placer estético que les reportan. La base del mercado de obras de arte es algo tan sencillo como que el arte “gusta”. Las obras de arte proporcionan un placer estético a quienes las observan y en particular a sus dueños. Existen un conjunto de elementos sociales que dotan al poseedor de obras de arte de

cierto prestigio, “hablar de la concepción del arte generalizada en el público, equivale a hablar de un estilo de vida ostentoso”.⁵ Una parte del consumo de arte es sin duda consumo ostensible.⁶ Todo parece indicar que las obras de arte son bienes intensivos en formación, es decir, que para poder disfrutar con su consumo es necesario disponer de un cierto *stock* de conocimientos y formación del gusto, un cierto acervo humanista. Aquí entonces podemos citar a Kant,⁷ quien se basa en la idea del buen gusto como el “gusto educado”. Disfrutar del arte es pues un consumo “costoso”. Como por lo general los individuos valoran como un bien ser tenidos en la más alta estima por sus iguales y ser tenidos por iguales de aquellos que poseen una cultura superior, está claro que un cierto número de ellos buscará asociar su persona al consumo artístico en tanto que símbolo de haber dispuesto de una formación humanista, o simplemente, de formar parte un estrato cultural superior. Esta es quizá también una explicación de que la pintura aparezca como un bien preferente. En la mayor parte de los estudios y encuestas, un porcentaje apreciable del público declara ir a los museos “menos de lo que quisiera”. La contemplación del arte es tenida por muchos individuos como una cierta inversión en formación.

2. En tanto que bien de inversión.

Por sus expectativas de revalorización, es decir, como bien de inversión/ especulación al que los individuos asignan distintos niveles de riesgo y de ganancias esperadas.

Oferta de Arte. Conviene distinguir entre los individuos que producen obras que intentan vender en el mercado (artesanías),

⁵ Ver: John Berguer, *ob. cit.*

⁶ Cfr.: Thorstein Veblen, *Teoría de la clase ociosa.*

⁷ Es de gran interés notar que para Kant la verdadera ilustración no depende del conocimiento alcanzado, sino del modo de pensar al que el ser humano sea capaz de acceder. Un hombre poco ilustrado no es necesariamente un ignorante, pero sí alguien “corto de alcances”. Un hombre ilustrado es un hombre de pensar amplio, es decir, “puede empinarse por sobre las condiciones privadas del juicio, entre las cuales tantos otros están como atrapados, y reflexionar sobre su propio juicio desde un punto de vista universal, que sólo puede determinar colocándose en el punto de vista de otros”. (Kant, *Crítica de la facultad de juzgar*, parág. 158s).

y lo que el entramado más o menos formal que conforma lo que normalmente se da en llamar “mundo del arte” define como obra artística.⁸

Veamos, distinguir entre quién es y quién no es artista no resulta tan fácil como parece. A diferencia de las sociedades medievales o renacentistas, donde la delimitación era clara (artista era el miembro de uno de los gremios que producían arte), en las sociedades liberales actuales, cualquiera puede denominarse artista si lo desea. Así, los estudios empíricos sobre el ingreso percibido por los artistas varían considerablemente según la definición de la que partan (de hecho tienden a producir resultados inferiores cuando se acepta como artista a todo aquel que dice que lo es)

Una peculiaridad de la oferta de obras de arte es que cada obra de arte es única, es decir, en cierta medida, su poseedor es un monopolista. Por supuesto, otras obras del mismo autor o periodo pueden actuar como sustitutivos y nunca tendremos un caso típico de monopolio.⁹

Esto resulta especialmente sorprendente cuando tenemos en cuenta que uno de los centros de discusión y debate teórico en la Economía del Arte ha sido precisamente la tasa de retorno de la inversión en arte y las variaciones de la demanda ante el cambio en los tipos de interés y en la remuneración de activos alternativos. Lo interesante es señalar que el caso puede tratarse como una extensión particular de la teoría de bienes de consumo duradero, y a la inversa: que el bagaje teórico sobre este tipo de bienes puede sernos de utilidad al analizar la demanda de obras de arte.

Existen tres elementos en la demanda de obras de arte, según Veblen:¹⁰

- *El llamado “originario”* (el fundamento del consumo es el placer estético que se obtiene con la contemplación y posesión del bien). Se trata de un caso típico de los estudiados por la teoría de la demanda y no requiere un análisis específico.

⁸ Ver: Bruno Frey, *ob. cit.*

⁹ Ugarte, D., *Microeconomía del Arte y la pintura*, p. 19.

¹⁰ Ver: Thorstein Veblen, *ob. cit.*

- *El especulativo.* Suponemos la obra de arte en tanto que activo dependerá de variables como el rendimiento de activos alternativos o el tipo de interés.
- *El ostensible.* El comprador de obras de arte “compra” con ellas el prestigio social.

El perfil del comprador de obra de arte original es variado aunque en el caso de quien compra por autoría y reconocimiento se trata del coleccionista orgulloso. Se trata, sin duda del caso más interesante. Este individuo no trata de engañar a nadie, pero valora el que los demás conozcan su formación y cultura, de modo que también tendría una curva de demanda para cada nivel. Sin embargo, como finalmente compra de acuerdo con lo que realmente disfruta, los equilibrios alcanzados tendrían que darse necesariamente en uno de aquellos puntos en que nuestro orgulloso coleccionista, que sabe que las cotizaciones se relacionan positivamente con el prestigio de la obra, teme que esa reducción en la consideración de un autor afecte a la suya propia como hombre de cultura. Por tanto, a mediano plazo, tenderá a reducir su demanda.

Valoración: Autoría e innovación. Podemos enfrentarnos ya a algunas cuestiones que suelen llamar la atención del profano en el mundo del arte. La primera de ellas es la importancia de la autoría a la hora de valorar una pintura o una escultura, cuando el mercado valora un pintor y de éste una obra, atendiendo a lo que hemos agrupado bajo el nombre de “reconocimiento”. Sobre esto podríamos dar muchos ejemplos, desde los pintores victorianos que han caído en el olvido hasta los triunfadores de los salones de principios de siglo que hoy nadie recuerda y que se vieron desplazados por las vanguardias al aumentar el reconocimiento de estas. A la inversa, cabría explicar algunos mitos como la supuesta paradoja del escaso éxito en vida de Van Gogh frente a su cotización actual. El triunfo de las vanguardias habría de suponer necesariamente la revalorización de las tradiciones en las que se apoyaba. Si la vanguardia reivindica a Van Gogh o a El Greco, y la vanguardia triunfa, evidentemente la importancia en la Historia del Arte de Van

Gogh y El Greco ha de ser reconsiderada y con ella su cotización.¹¹

De hecho, si observamos el arte que más se compra, el “mobiliario”, sin duda encontraremos tintes más decorativos y una mayor propensión a la figuración y al realismo. El triunfo popular de artistas como Manuel Velázquez a quien dedicamos y en quien basamos este estudio, no desmiente, sino que hace contrastar más vivamente el hecho de que el artista para ser bueno no debe de morir de hambre y puede y debe lucrar y vivir dignamente de su trabajo y su obra.

Los pintores de todas las épocas han buscado diferenciar su producto. El motivo es sencillo, se trata de que la propia obra sea “personal”, “diferente”, es decir, de reducir el número de sustitutos con los que compite en el mercado al límite. El arte siempre ha premiado el lenguaje innovador.

Históricamente la demanda empezó a diferenciarse después de la Primera Guerra Mundial, más adelante profundizaremos en el estudio de la situación económica del arte en México, la época del ascenso de las clases medias.

Para las nuevas clases acomodadas, el coleccionismo era un símbolo de posición, sensibilidad y formación, y por tanto una forma de consumo ostensible, en una época en la que ansiaban respetabilidad y reconocimiento.

David Ricardo afirma que algunos “cuadros raros” ven determinado su valor, no por el trabajo en ellos incluido (de acuerdo con su conocida teoría del valor), sino por *la diversa riqueza e inclinaciones de quienes quieran poseerlo*. Es decir, aún reconociendo las particularidades de la oferta, no reconoce otra demanda que la del consumo.

Al querer diferenciarse a través del consumo artístico, las clases medias ascendentes diferenciaron el mercado mismo. La natural búsqueda de los más “in” dio a críticos e historiadores un papel de oráculos y una importancia que dura hasta el momento y que les permite desentenderse del gusto general (del que antes eran intérpretes) para convertirse en orientadores del “público entendido” (el que les sigue, el de “buen gusto”) Es la época del reconocimiento internacional de impresionistas y postimpresionistas, de la

¹¹ *Ibidem*, p. 28.

adoración de Picasso, la edad de oro de los marchantes y los especuladores. Con ellos el arte reconocido se separará definitivamente de la cultura de masas a la que sólo se reintegrará ya como símbolo.

Ya se ha señalado que la base del consumo de obras de arte es la utilidad que proporcionan en tanto que bienes de consumo. En primer lugar por el placer estético que reportan (esta es la base del mercado, la gente compra cuadros porque les gusta contemplarlos) Por otro lado, la pintura es un reducto del consumo ostensible. La posesión de grandes colecciones es la materialización de lo que Veblen llamaba la “hazaña”. En el análisis de la Microeconomía del Arte y la Pintura se propone:

[...] podríamos aceptar que a partir de cierto nivel, la obra del autor pasa a incluirse entre las que ofrecen cierta seguridad para la inversión (los compradores consideran que no va a devaluarse fácilmente) y la demanda se torna más inelástica frente al reconocimiento. En los niveles inferiores de “Precio-Reconocimiento”, donde el elemento predominante es la demanda por consumo, la curva es más elástica y, al partir de precios muy bajos, el reconocimiento del pintor por una institución importante puede elevar porcentualmente mucho la valoración de una obra media.¹²

La principal conclusión a la que se llega es que, para los tramos inferiores de “Precio-Reconocimiento”, cuando la obra está subvaluada en relación con el nivel de reconocimiento asociado con el artista, existe potencial de influir positivamente en el precio de la obra y, con ello, incrementar su rendimiento, fomentando el número de eventos alrededor de la obra del artista. Estas obras presentan el mayor potencial de incremento de precios y retorno en el mediano plazo.¹³

Para un determinado número de compradores, la utilidad –o la parte más significativa de ella– no está en la contemplación estética sino en la asociación pública con la inversión en cultura necesaria para el disfrute estético.

¹² *Ibidem*, p. 35.

¹³ David De Ugarte, *Microeconomía del arte y la pintura*.

Este es normalmente el precio en galería de los pintores jóvenes que no han expuesto antes. Por otro lado, podríamos corregir el índice de Bondgard¹⁴ incluyendo “rendimientos marginales decrecientes al reconocimiento”, es decir, no ha de aumentar lo mismo la compra de un cuadro del autor por un museo su cotización en el mercado cuando es el primer cuadro que cuando se trata del vigésimo que tiene en una colección importante. Igualmente, podríamos considerar la “densidad” de su aparición en la prensa especializada y el número y peso de las monografías que se le dedican. Dicho con otras palabras, a partir de ciertos niveles de reconocimiento, la obra es fundamentalmente un bien de inversión y su cotización pasa a depender fundamentalmente de otros factores como el tipo de interés (que estudiaremos más adelante).

Así se puede resumir que en la forma de la curva de reconocimiento-precio, predomina el componente *estético de la demanda*; es decir la cantidad de capital humano que se requiere para su disfrute, esto, atañería directamente a la clase, medio y niveles en que predomina el consumo ostensible y la inversión especulativa en arte.

El mercado internacional del arte

El mercado internacional del arte se distingue por una serie de características específicas determinadas por los actores que lo conforman. Como todo mercado, depende de la oferta y la demanda, de las subidas y bajadas de las cotizaciones de sus productos –las obras de arte–, frecuentemente animadas por motivos tan volubles como las últimas tendencias y las modas, aunque la estabilidad del mercado del arte no sólo está sujeta a ellas ya que otros factores, como por ejemplo las guerras, hacen lo suyo en sus mejores momentos,

¹⁴ En 1969, el economista alemán Willie Bondgard elaboró un índice del “Precio-Reconocimiento” para distintos artistas vivos que denominó KurstKompass. El índice adjudicaba un determinado número de puntos con base en ciertos criterios tales como que la obra se encontrara en un museo de primera fila, un número menor de puntos por cada obra en un museo de menor importancia y por cada mención en la prensa especializada. Después dividía el precio de una obra significativa de cada artista por el número de puntos para obtener un coeficiente “Precio-Reconocimiento”. A menor nivel de “Precio-Reconocimiento”, se interpreta que la obra estaba subvaluada y que tiene mayores posibilidades de que su valoración aumentase a corto y mediano plazo.

como ocurrió con la guerra del Golfo en 1991. La crisis de este año se sintió particularmente en el mercado del arte, ya que en los tres anteriores habíamos presenciado el momento dorado de las subastas, es decir, entre 1987 y 1990. Los atentados a las Torres Gemelas, en el 2001 y, luego, la guerra de Irak, produjeron una baja sensible del coleccionismo, la cancelación de muchos préstamos de obras de arte entre países y el incremento en el precio de los seguros.

El arte y su mercado se encuentran entre los primeros conceptos en verse negativamente afectados por una crisis, pues suelen constituir el último reducto del excedente de dinero cuando hay bonanza económica, como ocurrió en el 90 cuando las empresas japonesas invirtieron en arte grandes sumas de dinero y en las subastas establecieron pujas sin precedente para la obra de artistas impresionistas y postimpresionistas.

Ya en los 80 el mercado del arte había asistido a uno de sus momentos supremos. Los precios conseguidos en las subastas por la obra de los artistas modernos alcanzaban grandes *records*, pero algo semejante ocurría con la producción de artistas vivos tales como Jasper Johns, Basquiat o Keith Haring. En el panorama internacional se llevaban a cabo grandes exposiciones que ponían de manifiesto que la obra de arte era requerida por muchos coleccionistas, ya sea por motivos estéticos, sociales, culturales o económicos. Desde el punto de vista de su valor económico, los inversionistas veían —y lo siguen haciendo— a la obra de arte como un producto generador de plusvalía, una inversión con cierto grado de riesgo, pero capaz de ofrecer a la larga una rentabilidad mayor que otras inversiones. Mediante toda clase de estrategias, ellos mismos son los que hacen subir los precios de la obra para luego desprenderse de ella en el momento que su rentabilidad alcanza el nivel más beneficioso.

El caso de Charles Saatchi, una especie de publicista, inversionista, mecenas y curador, es ejemplar. Su colección de jóvenes artistas y su participación en la exposición de 1997 con la muestra *Sensation: Young British Artist*, en la Royal Academy de Londres, representa un modelo estratégico de campaña de promoción y venta de arte. Impulsor del grupo *Sensation*, Saatchi fue adquiriendo obra de los artistas a los que también organizó exposiciones en su

propia galería, *The Saatchi Gallery*,¹⁵ para desprenderse después de aquélla a cambio de precios millonarios, como el alcanzado por la obra de Damien Hirst *The physical impossibility of death in the mind of someone living*, que no es más que un tiburón blanco sumergido en un gran acuario lleno de formol, cuyo precio es el más alto jamás alcanzado por la venta de una obra de un artista vivo.

Pero Saatchi, no sólo ha aumentado su fortuna porque también ha difundido el arte británico fuera de sus fronteras y ha conseguido su entrada en los museos y centros de arte contemporáneo más importantes del mundo. Las prácticas de Saatchi son comunes y poco a poco, a veces en menor escala, galerías, coleccionistas e, incluso, artistas, las han utilizado muchas veces. Y es que, más que en otros, el mercado del arte se presta a la especulación gracias precisamente a la subjetividad y elasticidad de los valores del arte. Es tan elástico este ámbito, que el británico Bruce Chatwin,¹⁶ famoso por su extraordinario conocimiento del mercado del arte y su especial sensibilidad para las distintas formas de expresión artística, conocido como uno de los más grandes expertos en la materia y luego viajero, periodista y novelista, pasó en Sotheby's, la célebre casa de subastas londinense, de ser mozo de almacén a director del departamento de impresionismo, cuando a los 22 años descubrió que un Picasso expuesto en la galería era en realidad una falsificación.

De otra parte, el mercado internacional del arte involucra galerías, *dealers* o vendedores, casas de subastas, coleccionistas, críticos, periodistas culturales y artistas que suelen entender a la obra

¹⁵ Sitio web de la galería *The Saatchi Gallery*: www.saatchi-gallery.co.uk.

¹⁶ Bruce Chatwin (1940-1989). Viajero y novelista británico, nacido en Sheffield. Trabajó como mozo de almacén en la casa de subastas Sotheby. Dejó el puesto ocho años más tarde, con la vista fatigada de tanto mirar cuadros, y viajó a África para recuperarse. Impartió clases de arqueología durante una breve temporada en la Universidad de Edimburgo. Posteriormente se dedicó al periodismo y a los viajes. Su primer libro de viajes, *En Patagonia* (1977), describía, entre otras cosas, la vida de los descendientes de los colonos galeses que se establecieron en Argentina durante el siglo XIX. Sus viajes por Dahomey y Brasil dieron lugar a una novela sobre el primitivo comercio de esclavos. Bruce Chatwin. Consultado el 1 de mayo de 2008 en: <http://www.epdlp.com/escritor.php?id=3162>.

de arte como mercancía, es decir, como esa “cosa mueble que se hace objeto de trato o venta”¹⁷ y que, más allá o incluso antes de sus valores estéticos, culturales y artísticos, se somete a las leyes de la oferta y la demanda, debe encontrarse con clientes, con compradores efectivos y para lo cual implica estrategias de comercialización en el fondo semejantes y hasta idénticas a las que corresponden a otra clase de productos, incluso los más insustanciales.

En este sentido, si la obra de arte se interpreta como mercancía, el acto de venderla se inscribe en la idea de negocio que implica, como todos, un plan, un plan de negocios y un plan de mercadotecnia, éste enfocado en el cliente potencial que habrá de convertirse en efectivo. “El plan de mercadotecnia debe incluir números, datos y objetivos, pero no debe ser exclusivamente numérico, sino estratégico.”¹⁸ Se trata de un plan de acción: de lo que se va a vender, a quién se le va a vender; cada cuándo, a qué precio y cómo se hará para que ese producto o servicio llegue a su consumidor final, es decir, que alguien pague por ello.

De modo intuitivo, con metodología o sistema o sólo a partir del ensayo y error, las operaciones dentro del mercado del arte involucran la búsqueda de un “nicho” o su aprovechamiento, el posicionamiento de una firma (que hace las veces de marca) y la creación de las percepciones de éxito y de valor que harán generar la demanda.

La economía del arte mexicano: un recuento

Entre los años 40 y 70 se fueron consolidando diversas corrientes opuestas a la Escuela Mexicana¹⁹ y a sus temas, valores y tratamientos recurrentes. La oposición creció de una manera paulatina pero inevitable, en armonía con la asimilación de las tendencias extranjeras, evidentemente, europea y norteamericana. Los jóvenes artistas no se expresaron en movimientos, declaraciones, ma-

¹⁷ “Mercancía”, en: *Diccionario de la Real Academia Española*.

¹⁸ Rieva Lesonsky, *The Entrepreneur's Guide to Doing Business Online*.

¹⁹ Escuela Mexicana de Pintura y Escultura. De uso generalizado, el término se acuñó para satisfacer la necesidad analítica de historiadores y críticos de referirse a una etapa específica de la producción plástica de los artistas nacionales y extranjeros que trabajaron en México desde 1921 hasta fines de la primera mitad del siglo.

nifiestos o rupturas radicales sino que su hostilidad se tradujo en manifestaciones de diversa índole, bastante neutrales desde un punto de vista ideológico, cuyas fuentes se localizaban en Europa o los Estados Unidos. El rechazo al muralismo y en general a los modelos típicos de la pintura mexicana (indígenas, magueyes, lucha de clases, afirmación de la identidad mexicana...) no se realizó a partir de coincidencias ideológicas ni de la búsqueda de formas expresivas verdaderamente innovadoras. La nueva generación se expresó de distintos modos, a partir de grupos e individuos más o menos aislados que terminaron por desatar una confrontación entre los partidarios del arte mural y los de la pintura de caballete –considerada burguesa, por los primeros–, hecho que en alguna medida equivalía a un simple conflicto de carácter formal entre pintores figurativos y abstractos. Los abstractos, por más que presentaran obras menos comprensibles que los figurativos de la escuela Mexicana, fueron bien acogidos porque en buena medida ofrecían una suerte de liberación de la ideología al no inmiscuirse en temas como los de la lucha de clases o la pobreza o el marxismo que tanto molestaba a los norteamericanos. Hay que recordar que durante los años en que tuvo lugar la Segunda Guerra Mundial, el arte de vanguardia en EE.UU. adquirió su propia identidad. Muchos factores contribuyeron a ese hecho, pero el más importante fue el deseo de los jóvenes artistas norteamericanos de alejarse de las influencias provenientes de Europa. Incluso, dirigieron su mirada a México, al muralismo mexicano, que por cierto despertó el interés de personajes como Pollock y Abby Aldrich Rockefeller, entre muchos otros. En 1932, la señora Rockefeller convenció a su marido John D. Rockefeller, Jr., para que encargara un mural a Diego Rivera para el vestíbulo del Rockefeller Center de Nueva York, que pronto sería terminado. Rivera propuso un trabajo de 63 pies de largo con el tema de los trabajadores frente a la encrucijada simbólica de la industria, la ciencia, el socialismo y el capitalismo. El pintor consideró que podría insertar una representación del líder soviético Vladimir Lenin en una sección que representa un desfile. Escandalizados por el propagandismo de Rivera, los administradores del edificio, primero, luego los diarios y la sociedad y posteriormente el propio Rockefeller, le piden al

artista que retire esa imagen. Como Rivera se niega, tras algunos intentos de conciliación e incluso otros por transferir el mural al Museo de Arte Moderno, el 10 de febrero de 1934 un grupo de obreros lo destruye (más tarde, Rivera recrearía los frescos en el Palacio de Bellas Artes en la Ciudad de México, añadiendo un retrato de John D. Rockefeller, Jr., en un club nocturno)

El arte abstracto no tenía problemas con la ideología y, por ello, era bien recibido y fue apoyado por patrocinadores del país del norte. Muchos estudiosos, de hecho, adjudican el éxito de la Generación de la Ruptura, a ese hecho, e incluso, el de José Luis Cuevas.

Las primeras reacciones contra el realismo social, el muralismo y la Escuela Mexicana provinieron de casos aislados, pero a partir de los años sesenta fueron, como suele suceder, asimiladas por el Estado. Éste pretendió entonces encabezar la modernidad artística. Por otra parte, los caminos que Rufino Tamayo y Carlos Mérida habían abierto en los años cincuenta hacia otras formas de expresión, fueron seguidos por artistas como Lilia Carrillo, Vlady, Manuel Felguérez y Gilberto Aceves Navarro, entre otros muchos. La internacionalización del arte mexicano, sobre todo en los años cincuenta, se manifestó en la adopción de corrientes fundamentalmente europeas y estadounidenses introducidas en México por artistas, escritores, promotores y críticos, y fomentadas por la política cultural intervencionista de los Estados Unidos, sobre todo mediante los *Salones*,²⁰ como el de Esso que, al premiar, legitimaba.

Probablemente gracias a la influencia del surrealismo a partir de los años cuarenta, del expresionismo abstracto y el informalismo en los cincuenta, de la generalización del arte abstracto en los años sesenta y del geometrismo o la abstracción geométrica en los setenta (el neo geo) y hasta los ochenta, los artistas mexicanos más destacados abandonaron las preocupaciones políticas y sociales que caracterizaron a los pintores de la Escuela Mexicana.

La ruptura con los estilos oficiales respondía a las exigencias de un mercado del arte en crecimiento y a la necesaria diversificación de las expresiones destinadas a la venta; pero, también, es cierto que

²⁰ Es decir, exposiciones con obra seleccionada para ser reconocida mediante un premio.

cuestionar, afirmar o proponer la identidad cultural fue siempre un tema común. Tal cuestionamiento sobre la identidad cultural representó la persistencia de una interrogante que permanece vigente.

En esos años se produjo la ruptura con lo que José Luis Cuevas llamó “la cortina de nopal”,²¹ metáfora y alegoría a la vez que quiso evidenciar el abuso del pictorialismo, el exceso de exotismo indígena y el chovinismo del nacionalismo cultural, es decir, en general la manera de presentar una versión “turística” de México y sus indios, por otra parte exaltando valores que pasarían por panfletarios.

El formalismo, las instituciones del Estado, las políticas y los funcionarios culturales y algunos artistas reacios al cambio, sobre todo los que gozaban de más fama o mayor influencia, contribuyeron a que el proceso de liberación de los artistas en México fuera lento. No era fácil salirse del todo de esa “ruta” tan promovida por David Alfaro Siqueiros y tan conveniente a la demagogia nacional: la Revolución “institucionalizada” necesitaba de expresiones que reflejaran, que enunciaran a la vez que convalidaran, los valores del Estado. Sin embargo, los artistas jóvenes se empeñaron en incorporar a México al plano internacional del arte, convirtiéndose en sujetos y objetos de tal internacionalización. De hecho, sin temor a ir a contracorriente de la política oficial artística y concedores de las posibles consecuencias, algunos se comprometieron enérgicamente con esa empresa, como el escultor de origen alemán Mathías Goeritz.²²

El muralismo no necesitaba un mercado del arte puesto que

²¹ José Luis Cuevas, “The cactus curtain”, en *Evergreen review*, p. 115.

²² Werner Matthias Goeritz Brummer (Gdańsk, Voivodato de Pomerania, Polonia; 4 de abril de 1915, Ciudad de México, México; 4 de agosto de 1990). Escultor mexicano de origen polaco, que luego de la Segunda Guerra Mundial se estableció en México, por invitación del arquitecto Ignacio Díaz Morales (1949) Entre sus obras destaca el Museo El Eco, inaugurado en 1953 en Ciudad de México. Este museo albergaba obras importantes como *La serpiente*, una escultura que actualmente se encuentra en el Museo de arte moderno de la Ciudad de México. En el 2005, El Eco fue restaurado y hoy funciona nuevamente como museo. En 1958, en colaboración con el arquitecto Mario Pani y el pintor Jesús Reyes Ferreira, luego de un viaje con Justino Fernández a San Gimignano, Italia, en colaboración con Luis Barragán realizó su obra maestra las *Torres de Satélite*, inauguradas en marzo de 1958 como emblema de la nueva Ciudad Satélite. “Mathias Goeritz”, *Wikipedia, The Free Encyclopedia*. 13 Oct. 2007, 15:40 UTC. 23 Nov. 2007. http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Mathias_Goeritz&oldid=319637471

a diferencia de la pintura de caballete se trataba de una producción no portátil, además de que lo habitual con respecto a ella era el patrocinio. El primero requería muros y sueldos y, la segunda, galerías y clientes, claro, además de críticos y medios de difusión.

Muy exitoso en Europa, el surrealismo se introdujo a México a través de las obras de Wolfgang Paalen y de su primera esposa, Alice Rahon; de Leonora Carrington y de la española Remedios Varo. Pero México era ya, desde hacía más de medio siglo, “el lugar surrealista por excelencia”, como afirmó André Bretón²³ (a quien se le atribuye la recurrente frase de “México es surrealista”, con la que a veces se quiere explicar cualquier absurdo)

A nuestro país le era y le es propia una profunda tradición de lo fantástico, simbólico, onírico, misma que entre otros artistas había sido cultivada por José Guadalupe Posada, Julio Ruelas y, sin duda, por el arte popular. A la llegada de los surrealistas a México, pintores como María Izquierdo, Chucho Reyes, Julio Castellanos y Frida Kahlo eran, si no los herederos de esa tradición, por lo menos cómplices y simpatizantes de ella.

La gran exposición surrealista de enero de 1940, organizada por Wolfgang Paalen y César Moro en México y por André Bretón, en París, reunió a pintores europeos y mexicanos. Cuando la muestra se presentó en la recientemente inaugurada Galería de Arte Mexicano, asistieron a ella numerosos intelectuales y “personas de sociedad”. Luis Mario Schneider escribió:

Ningún acontecimiento pictórico anterior había producido una alquimia acumulada tan prodigiosa en la capital metropolitana, a partir de esa exposición comenzó a revelarse un arte mexicano alejado del compromiso nacionalista, de la pintura con una temática didáctico-revolucionaria y de la sujeción a una pintura mexicana construida con base en estereotipos.²⁴

El Surrealismo influenció a artistas jóvenes como Pedro Friedeberg, Javier Esqueda, Arnaldo Coen y algunos otros, todos nacidos entre los años treinta y cuarenta, y a pintores de la generación an-

²³ Que en 1937 viajó a México.

²⁴ Citado en Ortiz Magro, Cecilia, *Tu precio y cuánto vales, una aproximación a los valores del arte y su mercado*, p. 58.

terior, como Alberto Gironella, quien, se reunía con otros artistas como José Luis Cuevas, Héctor Javier y Enrique Echeverría en la Galería Prisse.²⁵

Con artistas como Lilia Carrillo, Pedro Coronel, Manuel Felguérez, Vicente Rojo, Gunther Gerzso, Fernando García Ponce, Kasuya Sakai, Luis López Loza y Arnaldo Coen, entre otros, después de algunas incursiones dispersas en el expresionismo abstracto y el informalismo, la abstracción –sobre todo la abstracción lírica– ganó terreno y se posicionó en el mercado, donde durante los años sesenta se desarrolló bastante bien. Los “pintores de la pintura”, como los llamó el gran escritor y crítico de arte Juan García Ponce, se sobrepusieron a la cultura oficial, los críticos y los comerciantes que mostraban poco interés en el arte no figurativo. “Por cierto, pintores como Antoni Tàpies, Antonio Saura y Joseph Guinovart, bien conocidos en México, tuvieron varios adeptos, cosa que se extendió a posteriori, tanto que, durante la década de los setenta la corriente predominante fue abstracta.”²⁶

Enrique Echeverría, Roger von Gunten y Brian Nissen, se unieron a los jóvenes de la Ruptura, incluso sin abandonar una figuración no tradicional. Hacia mediados de los años sesenta, José Luis Cuevas –dibujante y grabador figurativo– defendía a los abstractos, aunque éstos abarcaban ya modalidades de expresión que iban de las neo-expresionistas, posrománticas y geométricas, a la abstracción lírica. Gironella mezcló el *pop* con el surrealismo, mientras que los creadores del realismo mágico, mítico o fetichista, como Emilio Ortiz y Francisco Toledo, quedaron también vinculados a esa generación, o equiparados a ella, por más que durante un tiempo vivieran en París.

Los artistas de la Ruptura abrieron las puertas a una multiplicidad de opciones, entre otras a la posibilidad de vivir del arte, por lo menos hasta finales de los setenta, es decir, antes de las grandes crisis económicas nacionales.

En esos años creció el coleccionismo, surgieron varias galerías y el mercado del arte se incrementó. Pero durante los mismos años

²⁵ Teresa Del Conde, *Historia mínima del arte mexicano en el siglo XX*, p. 42.

²⁶ *Ibidem*, p. 43.

sesenta la Ruptura tuvo su contrapartida en quienes se asociaron al movimiento neohumanista “Nueva Presencia”, cuyo principal protagonista y promotor fue Arnold Belkin, canadiense de origen y vinculado originalmente al taller experimental de Siqueiros y por lo tanto al muralismo.

Por su parte, otros pintores figurativos como Francisco Corzas y Rafael Coronel, se pronunciaron a favor de otros lenguajes en cierto modo más conservadores, que nada tenían que ver con el mexicanismo ni la abstracción y sí con un neorromanticismo a la europea que causó un buen impacto y vendió muy bien porque vestía bien los espacios y no ofendía a nadie. De hecho, Corzas y Coronel fueron partícipes de contratos que representaban la adquisición anticipada de su producción completa de un año o dos.

Con la participación de artistas como Felipe Ehrenberg, Ricardo Rocha, Gabriel Macotela, Carlos Aguirre, e incluso filósofos marxistas como Alberto Híjar, la década de los setenta se caracterizó por el surgimiento de los grupos: Proceso Pentágono, Tepito Arte Acá, SUMA, el No-Grupo, el Taller de Arte e Ideología (TAI), entre otros, los cuales actuaban de modos contestatarios o se alimentaban del conceptualismo y se orientaban a crear un arte de mensaje, muchas veces suscrito a posturas reflexivas y críticas que en cierto modo daban continuidad a los reclamos del movimiento del 1968 o sencillamente al disenso juvenil. Su obra encontró eco en críticos como Juan Acha y Alberto Híjar,²⁷ y por supuesto en una generación que se interesaba en la irreverencia y en todo aquello que cuestionara al sistema, incluso al sistema del arte. Filosofía, crítica, acción simultánea, utilización de los *mass media*, fotografía, *graffiti*, propaganda y *happening* fueron en los setenta fenómenos recurrentes y, por otro lado, universales. Para entonces, la idea de Mac Luhan acerca de que “el medio es el mensaje”, era un emblema. También, el artista alemán Joseph Beuys, sin duda uno de los más influyentes artistas europeos de la segunda mitad del siglo XX, iniciador del movimiento neodada *Fluxus*.

Las premisas de los grupos fueron diversas, pero coincidían

²⁷ Fundador del Taller de Arte e Ideología, desde entonces crítico de arte.

en la idea de hacer ruido y mantener un estado de alerta ante el oficialismo, el autoritarismo exacerbado y la censura. Este hecho, más la propia naturaleza de las obras, hacía que éstas no conocieran –ni necesitaran– un mercado. ¿Quién iba a comprar una instalación o un letrero en la pared o un conjunto de fotocopias? Performances, instalaciones, obras con materiales “pobres” y temas críticos difícilmente hallarían acomodo en los consumos, como no fuera en los intelectuales y sensibles. Por eso una gran parte de los artistas pertenecientes a los grupos desarrollaba una obra individual, paralela, a veces con gran éxito de mercado y de crítica, o se dedicaba a la enseñanza formal de alguna disciplina artística en escuelas públicas y privadas de enseñanza media y superior.

Los grupos desaparecieron en la década siguiente. Los certámenes nacionales de artistas jóvenes, las bienales y concursos patrocinados por diversas instituciones públicas y privadas, contribuyeron durante esos años y la década siguiente al desarrollo de un buen número de creadores plásticos, muchos de los cuales fueron acogidos por prestigiadas galerías, incluso con representación internacional. Estos son los casos de Irma Palacios, Francisco y Alberto Castro Leñero, Arturo Rivera y Rafael Cauduro, entre otros. Los precios de los Castro Leñero, Rivera y Cauduro y, sobre todo de éste, hasta ese momento parecían reservados a los grandes maestros o, si acaso, a la obra de otros artistas muertos. A partir de los años 50 y hasta mediados de los 60 del siglo XX, el coleccionismo favoreció el desarrollo de las artes plásticas,²⁸ sobre todo las que involucraban artistas y obras que se inscribían a las tendencias, corrientes y movimientos de moda que, por razones de mercado (intereses mercantiles) y otras relacionadas con afanes de supremacía cultural, provinieron de los centros de poder económico, en particular de la Europa y los Estados Unidos de la posguerra. Poco a poco se fue instaurando en Nueva York el centro desde el cual se regían los destinos del arte, desde sus valoraciones hasta sus precios, pasando por el establecimiento de vigencias estéticas que conjugaban un tanto la mitificación del ar-

²⁸ Ver: Christine Frerót, *El mercado del arte en México a partir de 1950*.

tista y del arte, los intereses económicos, los afanes suprematistas y una cierta dosis de credibilidad acerca del sentido del arte. El crecimiento económico de la sociedad y en particular el auge de la industria contribuyeron también a la creación de museos y galerías, al surgimiento y relativa proliferación de críticos, *dealers* y periodistas culturales, todo lo cual favoreció el desarrollo de las artes, su difusión y consumo. Nuestro país anteriormente, había sostenido un modelo de crecimiento basado en la sustitución de importaciones, a partir de la segunda mitad del siglo XX, tiempo en indiscutiblemente se caracterizó por una gran desigualdad social, sin embargo, experimentó una importante expansión económica y estabilidad de precios. El mercado externo representaba entonces una demanda fundamentalmente interesada en nuestro petróleo y en algunos productos más, como los agrícolas.

A pesar de todo, y más en los años 60, las galerías y el coleccionismo tuvieron cierto auge; los *salones* oficiales, diversos premios y concursos, y las galerías privadas constituyeron espacios favorables al desarrollo de los artistas. Entonces muchos de ellos sobrevivían ya gracias a su incorporación al ámbito docente como profesores de teoría o talleristas y, otros, gracias a puestos de mediano y bajo ingreso. Por la intención de estar en la vanguardia, muchos artistas producían obras de naturaleza irreverente o sencillamente con temas, formas y contenidos que difícilmente serían bien recibidas en el mercado. Ese fue el caso de los grupos de los años setenta como Tepito Arte Acá, Proceso Pentágono y Suma, y de muchos artistas. Becas, patrocinios, subsidios y premios ayudaban a la realización de esa clase de trabajos, así como el autofinanciamiento a partir de ingresos obtenidos mediante labores ajenas a la producción artística.

Para los años 70, el desempleo era inminente, el gobierno asumió el papel de un Estado expansivo, pero el aumento del déficit fiscal y el descuido en el manejo de la cuenta corriente se reflejaron en las presiones inflacionarias que se expresaron en la devaluación de 1976, fecha que determinó el fin del “desarrollo estabilizador”.

La mala administración pública, la deuda externa y la caída de los precios internacionales del petróleo produjeron otra devaluación, en 1982. La salida de capitales aumentó en las fechas cercanas a la transición gubernamental y López Portillo decidió devaluar el peso

y nacionalizar la banca, provocando con ello la irritación de todas las clases sociales, unas por la disminución de su poder adquisitivo y otras por verse afectadas en sus grandes negocios. Por supuesto, crisis económica, fuga de capitales e irritación social afectaron a todas las esferas de consumo, pero más a las relacionadas con productos que no eran de primera necesidad, como las obras de arte.

A mediados de los 80 se efectuó un cambio de modelo económico. Se hicieron ajustes a las finanzas públicas, se renegoció la deuda externa y se aplicó un programa de estabilización. Posteriormente se realizaron las gestiones que terminaron con el ingreso de México al GATT en 1986, antecedente de la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLC), en 1993. A finales de 1994 y principios de 1995, se produjo el famoso “error de diciembre” que hizo que el país experimentara la más grave crisis económica de su historia moderna, gracias a la combinación de una gran inflación y de un déficit de aproximadamente 30 000 millones de dólares. Estados Unidos de Norteamérica acudió al rescate y concertó una operación internacional en la que participaron otros países, el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial. Hubo un programa de apoyo con préstamos y créditos por un valor de 50.000 millones de dólares y el presidente Ernesto Zedillo anunció un programa de austeridad y la privatización de las principales empresas públicas. La industria maquiladora de productos de exportación siguió creciendo y a partir del 97 sus efectos repercutieron en el aumento de los índices del empleo formal. Para la mayor parte de la población la adquisición de los satisfactores primarios representaba un difícil problema, de modo que hacerse de obra artística estaba descontado.

Para 1990 una nueva camada de artistas ya proyectados al mercado internacional y altamente competitivos, surgió; entre los principales protagonistas se cuentan: Betsabé Romero, Gabriel Orozco, Daniel Lezama, Javier Marín, etc. que figuran entre los artistas más jóvenes e importantes en materia de arte internacional, junto con colectivos como, TexMex, Colectivo-3, Las comadres, etc.; los artistas de los noventa regresaron a los museos, el performance se consolidó, dejó de ser una actividad underground y pasó a ser reconocido oficialmente.

A mediados de 1990, se hizo evidente que el *arte mexicano* ya no podría estar confinado en los estrechos límites de “lo nacional”. Las costumbres de representación habían sido desbordadas y las obras producidas en los primeros años de la década no habían sido domesticadas para servir a los intereses del Estado-Nación.

“En el contexto de la globalización de los años 90, los discursos críticos y las condiciones de mercado dejaban claro que los centros hegemónicos habían entrado en crisis. Uno de los aspectos más importantes de ese cambio fue la manera en que los artistas empezaron a operar y fueron invitados a trabajar fuera de México sin la precondition (inevitable en otro momento) de una visibilidad local y la anuencia de las autoridades culturales del país. [...] Quedaba claro que la inserción en el territorio globalizado involucraría una renegociación de las genealogías periféricas, y una revisión de nuestra historia. Involucrados como estábamos en intentos de recomposición de la escena artística local desde posturas de independencia y oposición [...]”²⁹

El panorama no ha cambiado mucho desde fines de los 90 hasta lo que va del siglo XXI. La economía personal o familiar apenas puede hacerse cargo de las necesidades básicas y, por otra parte, entre los discursos del arte y la sociedad hay cada vez más distancia. Las modernas tecnologías, los actuales sistemas de captura, manipulación e impresión de imágenes, en cierto modo hacen además las veces de un factor que sitúa en desventaja al productor de imágenes únicas. Comprender, interpretar y divulgar la naturaleza de las expresiones del arte actual en una época en que muchos valores han cambiado, es un problema no sólo no resuelto sino quizá un componente que paradójicamente es y permanecerá como tal.

Por otra parte, los profesores, los alumnos, la crítica, los vendedores de arte (*marchantes* o *dealers*), los galeristas y los propios productores, requieren actualizarse y tomar nota de que no sólo

²⁹ *La era de la discrepancia. Arte y cultura visual en México 1968-1997.*

hay nuevos medios –es decir, nuevas formas y lenguajes de expresión– sino también nuevos problemas. Es importante considerar que la producción artística involucra tres conceptos: la sociedad en que se produce la obra, el sistema artístico al que pertenece y el individuo que la hace. En este sentido, en el circuito producción-distribución-consumo hay de pronto algo que en materia de comunicación denominaríamos “ruido”, o sea una suerte de interferencia que impide u obstaculiza la eficacia del mensaje, es decir que dificulta o anula la relación entre emisor y receptor.

Conclusiones

Es cierto que de 1997 a 2001 la economía del país creció un poco, pero de este último año a la fecha la recesión en el mercado estadounidense nos ha afectado negativamente, impactando a nuestra economía y sobre todo a la generación de empleo vinculada con las exportaciones hacia ese país. Hoy, ciertamente, se hacen algunos esfuerzos para que el impacto sea menor, pero de otra parte se produce un aumento de precios a nivel mundial.

Una expresión de lo anterior son las cifras que refieren el número de mexicanos que se desplaza a los Estados Unidos en busca de empleo, cifra que no ha variado positivamente a pesar de la cada vez mayor hostilidad que con respecto a aquéllos se produce en el vecino país del norte. Alrededor de 200 000 mexicanos ilegalmente cruzan cada año la frontera de Estados Unidos en busca de trabajo, mientras la necesidad de éste, en nuestro país, crece a un ritmo un poco mayor al 3% anual, es decir, muy por encima de la generación de empleo en el mismo plazo. La fuerza laboral en México representa hoy alrededor de 40 millones de personas, de las cuales aproximadamente 20 se desempeñan en el sector informal, el cual incluye a un buen número de artistas plásticos, por más que el perfil de ellos no coincida con las valoraciones y consideraciones habituales, ya que se trata más bien de trabajadores aislados que no participan en la empresa ni actúan como otros trabajadores independientes.

Una buena parte del problema lo constituye la notable desvinculación entre egresados que saben hacer una cosa y la necesidad de contratar personas que sepan hacer esa cosa. Aunque la

OCDE³⁰ y otras organizaciones han hecho recomendaciones al respecto, existe un gran rezago en materia de vinculación.

En 1991 los profesionistas desempleados representaban el 1,9 % de la población total de profesionistas, tasa inferior a la de 2,25%, correspondiente a la general de desocupación. Hoy las cifras han variado, sin que ese hecho signifique realmente más y mejores opciones para los artistas. Poco antes de los ochenta y al principio de ellos, los profesionistas encontraban menos dificultades para ingresar al mercado de trabajo. Los artistas se desempeñaban entonces en medio de condiciones mejores que en la primera década del siglo XXI han disminuido sensiblemente. La diferencia entre oferta y demanda les ha afectado considerablemente y las expectativas de que ocurran cambios favorables en el corto plazo es remota.

Para proponer soluciones en torno al mercado del arte hoy prácticamente inexistente en nuestro país y del todo inexistente en muchos estados de la República, es necesario entender esas relaciones, la naturaleza de los productos artísticos y de público.

No es difícil advertir que en general todo diagnóstico y pronóstico acerca del mercado ocupacional de artistas plásticos o visuales carece de indicadores reales, precisos, actualizados y pertinentes y están, en consecuencia, mal planteados. Por otra parte, muchos de los productos y hechos artísticos visuales más significativos en cuanto a calidad y concepción no son vendibles.

De un modo que ha devenido costumbre, por otra parte, las escuelas de arte se han opuesto o por lo menos resistido, en su mayoría, a tratar, exponer, discutir temas relacionados con la economía del artista, con el dinero, con el mercado, lo que se explica por diversos complejos, prejuicios e interpretaciones erróneas acerca de lo que un artista es o debe ser. Tal hecho se agrega al conjunto de limitantes que las circunstancias económicas del país imponen.

Hoy el arte en México vive, como en otras partes del mundo, inmerso en una serie reflexiones y confusiones, interesado en la

³⁰ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

recuperación de la pintura como gran género, al tiempo que seducido por los nuevos medios y por fusiones que mezclan fotografía o video e instalación o *performance* y pintura, por ejemplo. Aunque los precios pagados por el coleccionismo internacional de gran nivel son los más altos de la historia, las circunstancias económicas, sobre todo a partir de la segunda mitad de la década de los ochenta, se han reflejado en el cierre de varias galerías, en la disminución sensible del coleccionismo nacional y, por supuesto, en las condiciones de vida de los artistas, cuya labor se inscribe en la economía informal. El artista que quiera sobrevivir debe concentrarse en los consumidores con mayores reservas de capital humano, que son los que pueden encontrar mayor placer en un lienzo que en una proyección cinematográfica. Triunfar entre la crítica supone hacerlo entre aquellos a los que la sociedad reconoce una mayor formación o gusto artístico. El consumo especulativo, el reconocimiento de la crítica supone, en términos del análisis económico, una elevación del precio conspicuo, un signo de que, para disfrutar de esa obra, hay que correr también con los costos de una cierta formación en cultura. La valoración económica del arte tiende a fundirse, definitivamente, con su valoración documental.

En México, la incertidumbre es cosa de todos los días, mientras la obra no objetual suele ser invendible, la obra objetual suele tratar temas que por irreverentes o dramáticos interesan poco para la sala de la casa y, así, las pocas galerías del país se ven obligadas a reciclar lo que funciona, la obra dominante, la obra residual y, en todo caso, a promover eventualmente las propuestas emergentes cuando éstas se acompañan de fortuna crítica o de otra clase de factores o valores que puedan impactar los precios de la obra al tiempo en que despierten interés en el escaso público coleccionista.

En 1993 el crítico de arte, curador y conferencista belga Willie Van den Bussche escribió en un ensayo sobre la actualidad plástica en México que “la realidad de cada día y el pasado histórico están unidos en el convencimiento de que el misterio actúa como elemento unificador”. Sin embargo, en nuestro país, incierto de muchos modos, el misterio viene a ser algo cotidiano y por lo tanto deja de serlo.

Bibliografía citada

- Baumol, William J., *Unnatural Value: or Art Investment as a Floating Crap Game*, The American Economic Review, Papers and Proceedings, Nashville TN, USA. 1986.
- Berguer, J., *Modos de Ver*, Gustavo Gili, Barcelona, 2002.
- Cuevas, José Luis, "The cactus curtain", en: *Evergreen review*, no. 7, vol. 2, invierno de 1959.
- De Ugarte, David, *Microeconomía del arte y la pintura*, España, Juan Carlos Martínez Coll. EUMED.NET, en: www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/ped-du-arte.htm (último acceso 6 de julio de 2006).
- Debray, R., *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*, Paidós, Barcelona, 1998.
- Del Conde, Teresa, *Historia mínima del arte mexicano en el siglo XX*, Attame, México, 1994.
- Delgado Flores, Carlos., *El arte de comprar (y vender) Arte*, en: <http://www.dinero.com.ve/192/portada/arte.html> (último acceso 25 de septiembre de 2008).
- Diccionario de la Real Academia Española*, en Microsoft Encarta 2006, Microsoft Corporation.
- Frerót, Christine, *El mercado del arte en México a partir de 1950*, Fondo de Cultura Económica, México 1980.
- Frey, Bruno, *La Economía del Arte*, La Caixa, Colección Estudios Económicos, núm. 18, Barcelona, 2000.
- Gomes Maqueo, Ercilia, (Compilación) *Hablando En Plata: El Arte Como Inversión*, Grupo Océano, México, 2002.
- Kaiser, Miriam, "Difundir la cultura para crecer", en: *La Jornada Semanal*, Suplemento No. 389, México. Domingo 18-08-2002, en: www.jornada.unam.mx (último acceso 8 de octubre de 2006).
- _____, *El coleccionismo en México*, Conferencia en Casa Principal Instituto Veracruzano de Cultura, IVEC, Veracruz, 2000.
- Kant, Emmanuel, *Crítica de la facultad de juzgar*, Monte Ávila, Caracas, 1992.
- Kartofel, G., *Inquietudes sociales de la disciplina artística*, Conferencia en la Facultad de Artes Plásticas en las mesas de trabajo para el cambio de plan de estudios, Universidad Veracruzana, Xalapa, Veracruz, 2002.

- La era de la discrepancia. Arte y cultura visual en México 1968-1997*, Exposición Temporal, en: <http://portal.sre.gob.mx/argentina/index.php?option=displaypage&Itemid=272&op=page&SubMenu> (último acceso junio de 2008).
- Lessonsky, Rieva. *The Entrepreneur's Guide to Doing Business Online*, en: www.sntrepreneur.com (último acceso 8 de mayo de 2007).
- Ortiz Magro, Cecilia, *Tu precio y cuánto vales, una aproximación a los valores del arte y su mercado*, Tesis de Maestría en Arte, Centro Universitario de Integración Humanística (CUIH), México, 2004.
- Peraza, Miguel e Iturbe, José, *El arte del mercado en arte*, Porrúa, México, 1998.
- Stein, John Picard, *Journal of Political Economics*, University of Chicago Press, 1977, en: www.jstor.org/pss/1830343 (último acceso 5 de octubre de 2006).
- Veblen, Thorstein, *Teoría de la clase ociosa*, Vol. 6 of Colección conmemorativa 70 Aniversario 1992, Fondo de Cultura Económica, México, 2005.
- Wikipedia contributors, "Bruce Chatwin", en: *Wikipedia, The Free Encyclopedia*, en: www.epdlp.com/escritor.php?id=3162 (último acceso 1 de mayo de 2008).
- Wikipedia contributors, "Mathias Goeritz", en: *Wikipedia, The Free Encyclopedia*, en: wikipedia.org (último acceso 11 de mayo de 2008).

LA INTERCULTURALIDAD EN EL TEMPLO
DE SANTA MARÍA TONANTZINTLA EN CHOLULA.
EL CONSUMO ARTÍSTICO DE UNA OBRA DE ARTE RELIGIOSO
José Antonio Pérez Diestre¹

Introducción

Delimitación del concepto «mercado del arte»



El notable desarrollo de las Ciencias Económicas, especialmente durante la segunda mitad del siglo XX, ha fomentado la realización de estudios acerca del funcionamiento y estructura de todos los mercados. Arte y economía, o el enfoque cultural-artístico y el puramente económico de dicha actividad, son visiones complementarias de una misma realidad debido a la propia naturaleza de las obras de arte.

El mercado cultural es un resultado del consumo cultural, es «un fenómeno nada coyuntural de simbolización creciente de la producción para el consumo».² Siguiendo a Renato Ortiz, Bisbal nos explica que “los objetos son portadores de un valor socializado

¹ Facultad de Filosofía y Letras de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

² Marcelino Bisbal, “De cultura, comunicación y consumo cultural. Una misma perspectiva de análisis”, en: <http://www.ehu.es/zer/zer10/bisbal2.html>

por el consumidor, por la gente, y que ellos simbolizan identidades, comportamientos, distinciones de todo tipo”³.

Las primeras manifestaciones artísticas se remontan al principio de la historia de la humanidad, y desde los comienzos, se caracterizan por tener una doble dimensión tanto cultural como económico-financiera. La primera de ellas, responde a la satisfacción de una determinada necesidad cultural, por parte de los agentes implicados. Para los artistas, esta necesidad cultural o estética, significa el deseo de desarrollar tanto sus actitudes como sus aptitudes creativas (lo que hace que el artista no produzca para el mercado) Por otra parte, la sociedad en su conjunto y determinados agentes dentro de ella, manifiestan un deseo o necesidad cultural de consumo o disfrute de obras de arte. De este modo, la creación u oferta y el consumo o demanda de obras de arte son consecuencia de una necesidad cultural insatisfecha. Esta dimensión cultural es fundamental ya que constituye el rasgo característico, exclusivo y diferenciador de esta clase de bienes, responsable en gran medida de las propias de este mercado. Las obras de arte poseen además una dimensión económica, ya que para la satisfacción de las necesidades culturales, son necesarias las actividades económicas de producción o creación artística y de comercialización, distribución y consumo, elementos constituyentes del proceso económico en el cual el arte se encuentra relacionado, para poder acercar y dar a conocer el producto a los consumidores o demandantes. Además, al igual que en cualquier otra actividad productiva, el aspecto financiero es consustancial al económico, ya que si no hay dinero, no hay actividad económica ni de producción ni de distribución ni de consumo. La actividad de consumo por tanto, es necesaria e inherente a la propia actividad artística de producción, y es precisamente esta actividad de consumo y distribución la que genera el mercado. Por tanto, para que exista mercado para una determinada obra de arte, es necesario que haya dos partes interesadas, esto es, oferta y demanda, y que éstas se pongan de acuerdo en la transacción. Cabe destacar que el concepto de mercado que aquí se maneja incluye solamente

³ *Ídem.*

aquellos intercambios que constituyen información hecha pública en el mismo mercado, es decir aquellas de las que se tiene conocimiento, quedando excluidas todas las transacciones privadas (monetarias o no) y que también forman parte del mismo.

La tematización de los asuntos financieros en el horizonte de la economía de la cultura ha conllevado consecuencias como:

Los asuntos relativos al financiamiento tienen que interrelacionarse estrechamente con complejos problemas del quehacer cultural, como la formación de públicos, la oferta cultural, las industrias culturales, los mercados, la democratización, el consumo, los empleos culturales, el Estado y el mercado cultural, la información cultural, etcétera.

Todo análisis debe investigar a fondo las características culturales del contexto, ya que el sector cultural es producto de un proceso de diferenciación de actividades con importantes rasgos territoriales. Se puede incluir la educación, recreación, deporte, ciencia, técnica, áreas artísticas, etc., estableciendo las diferencias culturales de cada comunidad.

Reconocer que el público es una estructura heterogénea y compleja, invita a los responsables de elaborar políticas culturales a desarrollar políticas “multisectoriales, adaptadas a las zonas, los estratos económicos, educativos y generacionales”, desde una perspectiva más general, el filósofo argentino Oscar Landi (1992) nos advierte “[...] que el problema más complejo que debe resolver actualmente todo analista del mercado cultural, es el de la identificación de las mezclas internas que contienen los diferentes públicos.”⁴



⁴ Carlos Guzmán C., *Las nuevas síntesis urbanas de una ciudadanía cultural (La ciudad como objeto de consumo cultural)*, en: <http://www.edicionesimbioticas.info/Las-nuevas-sintesis-urbanas-de-una>

Arte e Interculturalidad

Todo grupo humano, en las distintas épocas y civilizaciones, ha plasmado su visión del mundo a través del arte en todas sus manifestaciones.

Nos interesa particularmente el modo en que los autores caracterizan la oposición entre tradición y modernidad. Sostienen que la cultura tradicional se estructura en torno de comunicaciones orales (y más tarde escritas) que cubren espacios comunicativos relativamente personalizados y de proximidad social, sean simétricos (al interior de relaciones de clase y estamento) o asimétricos (en relaciones sociales de dominación). La producción cultural es un atributo de la posesión de capital social. Los circuitos más importantes de comunicación cultural son «redes de distinción», al margen de los cuales la cultura cotidiana se estructura, básicamente, como una variedad de «culturas populares» o subalternas. Entre aquellos circuitos y estas expresiones culturales subalternas no existe una interacción creativa. La producción cultural se halla débilmente estructurada y profesionalizada.

Cada artista interpreta la realidad a su manera y esta forma de expresarse no niega, sino que afirma su pertenencia a una cultura.

Cada persona que produce, crea o transforma con sus manos ha sido influida por sus raíces históricas y por su propio imaginario. Es aquí donde mujeres y hombres ponen en juego la habilidad manual y lo rico de su imaginación para conseguir obras relacionadas con su individualidad, con la comunidad a la que pertenecen y destinada a satisfacer las necesidades de la misma colectividad.

México es el encuentro entre múltiples culturas que han propiciado una combinación singular de influencias de diversas partes del mundo, y es en el arte donde mejor se han sintetizado los rasgos del mestizaje e interculturalidad. Es el arte el vínculo entre las diferentes etapas del desarrollo histórico.

La interculturalidad destaca las convergencias y la interacción real. Los rasgos propios de la interculturalidad son la igualdad de los seres humanos y de todas las culturas, la defensa de esa igualdad por medio de la actitud antirracista y antidiscriminatoria, la valoración positiva de la diversidad socio-cultural y el reconocimiento del Otro como interlocutor de uno.

La obra del Templo de Santa María Tonantzintla como expresión de la interculturalidad en el arte barroco mexicano

Contexto histórico-geográfico

Frente a las cumbres, de los volcanes Popocatepetl e Iztaccíhuatl se encuentra localizado el pueblo de Cholula, lugar en el que aún se expresan las raíces prehispánicas que en sus tiempos de esplendor fue un importante centro religioso, similar a Teotihuacan.

Pero eso no es todo, Cholula es considerada la ciudad más antigua de México, porque las evidencias históricas concluyen que ha sido habitado de manera constante por más de 25 siglos.

La historia también afirma que, en 1519, Hernán Cortés se quedó absolutamente sorprendido al ver por primera vez esta fastuosa ciudad tolteca de 100 000 habitantes y casi 400 templos. Temeroso de una emboscada, el conquistador ordenó atacar el lugar, propiciando miles de muertes y originando graves daños en las imponentes construcciones, incluyendo a la pirámide de Tepanapa, considerada la mayor del mundo.



El municipio de Santa María Tonantzintla

Desde la ciudad de Cholula es posible llegar con facilidad a Tonantzintla, población cuya fundación data de la época prehispánica.

Santa María Tonantzintla se encuentra en el estado de Puebla, a unos cuantos kilómetros de la ciudad de Cholula.

Este pueblo alberga uno de los tesoros más ricos del arte barroco mexicano, la iglesia de la Inmaculada Concepción de la

Virgen María o templo de Santa María. Los espacios del templo están adornados por una delirante profusión de formas y figuras, producto de la estrecha relación entre la población y la devoción religiosa a la Virgen Madre.

Por tradición se sabe que en la época prehispánica, en un cerro del lugar, existía un adoratorio a la diosa Tonantzin, deidad protectora del maíz. En su honor se fundó Tonantzintla, que significa “el lugar de nuestra madrecita”. En la época mesoamericana se veneraba a la diosa madre Tonantzin, después de la conquista se transformó en el culto a María. Esto más que una suplantación es la continuidad de la creencia autóctona.

Los españoles adoptaron este nombre y lo asociaron con la Virgen María, de esta combinación de cosmogonías y religiones se construyó el templo que representa el mejor y más notable ejemplo de interculturalidad artística expresado en el barroco mexicano, mismo que fue declarado monumento histórico en 1933.



Templo de Santa María Tonantzintla

Antecedentes

La construcción dio inicio con el siglo XVI y se concluye en el siglo XVIII. Desde aquel tiempo formó parte muy importante del Municipio de San Andrés Cholula y el orgullo de la localidad de Tonantzintla, los mismos que pusieron en este templo a la patrona de Tonantzintla. Finalmente el templo fue nombrado como templo dedicado al culto a “Santa María Tonantzintla”.

Descripción

“Destaca la fechada de estilo talaveresco, donde el ladrillo se combina con el azulejo. Lo más sobresaliente está en el interior, toda la importancia recae en las labores de estudio policromado, creando una gran riqueza ornamental de inigualable valor que permite apreciar el barroco en México. Del espacio del sotacoro se abre la capilla de Jesús de Nazaret y el bautisterio donde se aprecian pinturas al óleo del siglo XVIII con temas religiosos.”⁵

La iconografía dominante es la que recrea el mundo cristiano, empero fueron los naturales los que modelaron las yeserías y plasmaron aspectos de la iconografía prehispánica: ángeles morenos, niños con penachos de plumas, frutos tropicales y vigorosas mazorcas de maíz.

Cabe destacar el decorado de la cúpula, que representa el cielo-paraíso; ahí mismo están San Agustín, San Ambrosio, San Jerónimo, San Gregorio y algunos evangelistas como San Mateo, San Marcos, San Lucas y San Juan, con las nueve órdenes angélicas.

La construcción y decoración de este recinto se realizó durante el último cuarto del siglo XVII y hasta finales del XVIII.



Tonantzintla y el barroco mexicano

El ethos barroco sacudió en México las formas y proporciones clásicas para contribuir a forjar así una identidad mexicana. El barro-

⁵ Sin Autor, *Templo de Santa María Tonantzintla*, en: <http://puebla.turista.com.mx/templo+de+santa+mar%eda+tonantzintla-viewarticle-5.html>. Fecha de consulta: Junio 28, 2007.

co novohispano es el redescubrimiento y la refundación de la herencia española, a partir del siglo XVII. El estilo barroco representa una experiencia de sobrevivencia cultural por parte de los grupos de raíces mesoamericanas que, al ser colonizados por la conquista española, ejercieron una suerte de “contraconquista” a través de una redefinición de la cultura dominante, enriqueciéndola y transformándola. México y el barroco comparten su historia, con la llegada de la civilización ibérico-europea y el mestizaje cultural.

La población marginal de las ciudades novohispanas, fundamentalmente prehispánica, emprendió, hacia el siglo XVII, la construcción de una nueva identidad (ante el fracaso de la tentativa de imponer pura y simplemente la cultura europea a través de la evangelización) Fueron sobre todo los miembros de las comunidades étnicas avencindados en las ciudades quienes, aprovechando su otredad, pudieron reconstruir las formas venidas de Europa. Los originarios del territorio mesoamericano habían visto derrumbarse su cosmovisión ancestral y se vieron obligados a transformar su identidad, adoptando las formas y técnicas de los conquistadores pero con un contenido propio. Como resultado, transformaron también la forma de ver el mundo de los criollos y mestizos novohispanos, forjadores todos ellos de ciertos elementos de la sociedad mexicana.



Tonantzintla, la obra artística intercultural del barroco mexicano

En este singular templo, construido a finales del siglo XVIII, está uno de los más bellos ejemplos del estilo barroco popular mexicano, llevado a su máxima expresión. Su fachada es de gran ingenuidad, pues presenta diminutas esculturas que parecen no caber

en sus nichos. En el interior sorprende la mágica profusión de yeserías policromadas en donde el artífice de raíces prehispánicas le dio rienda suelta a su imaginación. Por los muros, bóvedas y cúpula, los querubines y ángeles de claras facciones indígenas parecen derramarse entre una verdadera selva de frutas tropicales y follaje de gran colorido.

Todavía hoy, en esta zona y a casi 25 siglos de haber sido habitada por primera vez –desarrollada paralelamente a Teotihuacán–, guarda en cada rincón un pedazo de historia, un aura mística, una especie de viaje por un mundo desconocido que se aprecia y puede sentirse si el recorrido comienza en Tonantzintla. Cuando se accede a la iglesia de Santa María, tras su fachada de ladrillo y azulejo sobreviene la belleza de golpe, la sorpresa que lo ilumina todo. ¿Cómo puede ser posible tanto asombro? Allí están los ángeles de ojos grandes y abiertos, figuras antropomorfas con fisonomía nativas; los ornatos en relieve, coloridos y rebuscados; nichos con penachos de plumas; frutas tropicales, todo recargado en estuco; el llamativo retablo donde San Miguel Arcángel con la espada al aire pisa al demonio: un viaje por el universo mesoamericano que pasa siempre por los códices; el sincretismo llevado al máximo.

En ningún otro sitio en México puede entenderse mejor el amor del indio a los dioses. Lo que caracteriza a Tonantzintla es lo que se dio por llamar horror vacui (horror al vacío), una forma de saturación del espacio que ha llevado a especulaciones de todo tipo, en las que se ha relacionado a los indígenas con drogas alucinógenas. Dado que los ornamentos de Santa María están desligados de todo lo ortodoxo y de alguna manera son un adelanto del ultrabarroco, se ha hecho leyenda que tanto la proliferación del color como de los grandes ojos abiertos de los ángeles son la representación buscada por el supuesto chamán que guiaba a los indios en la construcción. Vale la pena percibir recostado –si no es época de turismo– la iglesia por dentro y sentir individualmente un viaje interior, una especie de mareo. El espectador no puede sino sentirse maravillado, pues el interior de la cúpula se abre hacia la luz: difícil encontrar mayor majestuosidad del arte indígena, ejemplo del esplendor que llegó a tener el barroco en el mundo hispánico, generoso en la riqueza para satisfacer un deseo colectivo de ofrenda.

La mayor parte de la decoración interior, se realizó durante el siglo XVIII, cuando la comunidad indígena creó una especie de disfraz o máscara cristiana para esconder la profunda identidad religiosa indígena tomando como prototipo a la Capilla del Rosario. Así pues, la profunda honestidad y estrecha relación entre la población y el culto a Tonantzin da como resultado una obra maestra, monumento único al sentimiento prehispánico.

Hasta ese momento, los retablos adquiridos no satisficieron el gusto del pueblo, pues era necesario cubrir todos los espacios disponibles; aunque los recursos económicos no permitían traer a un maestro yesero acreditado, los miembros de la comunidad confiaron en sí mismos y en el gusto de anónimos artistas y artesanos salidos de la misma población.

Algunos investigadores asumen la estrecha relación entre la decoración alegórica cristiana y el paraíso indígena o Tlalocan. Para la comunidad de Tonantzintla fue sólo cambiar de nombre a sus dioses, fue una traducción de la estricta teología cristiana a la religión y lenguaje náhuatl y una adaptación a la sensibilidad indígena.

Tonantzintla buscó su alma y la encontró, sus simbolismos le dan razón y expresan la compleja combinación del pensamiento mesoamericano y colonial que lo caracterizan.

Sus artistas son las gentes humildes del pueblo y de los distintos grupos indígenas que han sabido preservar y alimentar día a día el amor de los antepasados al color, a la armonía y a las formas.



Bibliografía citada

- Bisbal, Marcelino, “De cultura, comunicación y consumo cultural. Una misma perspectiva de análisis”, en: *Revista Zer*, No. 10, Bilbao, 2001, en: <http://www.ehu.es/zer/zer10/bisbal2.html>. (último acceso 12 de julio de 2007).
- CONACULTA-INAH Delegación Puebla. Entrevista a Sr. Ismael Tecuahuen Fiscal del templo de Santa María Tonanzintla. (julio de 2007).
- Domínguez, Patricia y Bernard, Alicia. *Desarrollo Regional a través de la Interpretación del Patrimonio Cultural*, en: www.naya.org.ar/turismo_cultural/jujuy/ponencias/patricia_dominguez.htm (último acceso 10 de julio de 2007).
- Esquivel, Gerardo. *La Iglesia de Santa María Tonanzintla, una joya poblana*, en http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=25615&tabla=articulos. (último acceso 28 de junio de 2007).
- Glockner, J. (compilador) *Mirando el paraíso*, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Puebla, Pue., 2005.
- Guzmán C. Carlos, *Las nuevas síntesis urbanas de una ciudadanía cultural (La ciudad como objeto de consumo cultural)*, Portal Ediciones Simbióticas, 2005, en: <http://www.edicionessimbioticas.info/Las-nuevas-sintesis-urbanas-de-una>. (último acceso 12 de julio de 2007).
- Martínez, Luis Alberto. *Santa María Tonanzintla*, en http://www.puebla.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=195:santa-maria-tonanzintla&catid=39:Iglesias-y-Templos&Itemid=63. (último acceso 4 de julio de 2007).
- Templo de Santa María Tonanzintla*, en <http://puebla.turista.com.mx/templo+de+santa+mar%eda+tonanzintla-viewarticle-5.html>. (último acceso 28 de junio de 2007).
- Rubial García, Antonio, *Santa María Tonanzintla: un pueblo, un templo*, Universidad Iberoamericana, México, 1991.
- Rojas, David. *Fiestas de México*, en www.folklorico.com/fiestas/puebla.html. (último acceso 28 de junio de 2007).
- Ruiz M., L., *El relato en imagen*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, 1993.
- Villalobos, Juan Manuel. *Barroco alucinógeno mexicano. Horror al vacío en una pequeña iglesia de los alrededores de Cholula*, en www.elpais.com/articulo/viajes/Barroco/alucinogeno/mexicano. (último acceso 2 de julio de 2007).

INCÓMODOS EN NUESTROS (PROPIOS) ZAPATOS¹

Teresa Bordons²



Yinka Shonibare, *Cha Cha Cha*, 1997.

¿Los escaparates se han hecho más grandes que el arte?

Adolfo Montejo Nava

Aproximaciones para una Vulgata crítica, núm. 58.

Cuando Frederick Jameson perfiló en *El postmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado* la diferencia existente entre la inminencia de revelación de una verdad última en el arte moderno y la muda superficialidad de las imágenes posmodernas, se sirvió de los zapatos. Los viejos zapatos pintados por Van Gogh, por un lado, que arrastran con ellos hasta nosotros nada menos que “El origen de la obra de arte” de Heidegger (1935/36) y las “Restituciones de la verdad en puntura” de Jacques Derrida (1978) y,

¹ Publicado en *Revista Curare*, n.º 26, junio 2006, México.

² Universidad Autónoma de Querétaro, México.

por otro, los *Zapatos de polvo de diamante* de Andy Warhol, que, por si no quedara suficientemente clara su indiferencia hacia ellos, Jameson describía como “colección aleatoria de objetos sin vida reunidos en el lienzo como un manajo de hortalizas.”³



Vincent Van Gogh, *Viejos zapatos con cordones*, 1886.



Andy Warhol, *Zapatos de polvo de diamante*, 1980.

Si seguimos sirviéndonos de los mismos zapatos, podríamos sintetizar las características ya canónicas para diferenciar o oponer modernismo y posmodernismo de modo que la interpretación a partir de un modelo de profundidad, originalidad, metáfora y en resumen, presencia de una subjetividad genial quedan atados a los viejos zapatos o botas de Van Gogh, mientras los planos zapatos de

³ Frederick Jameson, *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*, p. 28.

tación de Warhol, reproducidos y reproducibles en distintas tonalidades, anónimos y mudos en su calidad de objetos en exhibición son efectivo anuncio publicitario de la lógica que integra la producción estética en la producción de mercancías, la lógica cultural del capitalismo avanzado. Precisamente Warhol, como paradigma del pop, habría facilitado la transición desde la desmitificación del arte que propuso en sus orígenes el *readymade* hasta su remitificación con el aura de la mercancía.

El momento contemporáneo de esa fase avanzada del capitalismo sería, en términos de José Luis Brea, el umbral por el que transitamos a un tercer estado, el del *capitalismo cultural*, asistiendo a la espectacularización de las prácticas culturales paralela a la agresiva y obscena estetización de las mercancías, en el largo camino recorrido desde aquellos pasajes comerciales de la burguesía parisina del siglo XIX, a partir de cuyas mercancías en exhibición Walter Benjamin definió el espectáculo de París como fantasmagoría.



Epicentro Prada, Soho, New York.

Si el pasaje fue, en palabras de Benjamin, “templo original del capitalismo de las mercancías”,⁴ y se ha visto aumentado y replicado en los centros comerciales contemporáneos, lo que corresponde a este tercer umbral del capitalismo cultural es el templo que ofrece sus productos en la envoltura del objeto estético, en una sociedad

⁴ Susan Buck-Morss, *Dialéctica de la mirada. Walter Benjamin y el proyecto de los pasajes*, p. 99.

de “puras cosas encantadas y circulantes”, según Alba Rico.⁵ Así, el arquitecto holandés Rem Koolhaas diseña el epicentro de la firma *Prada* en Nueva York, en el edificio que anteriormente ocupaba el museo Guggenheim, cuelga vestidos y bolsos en jaulas móviles, tapiza las paredes con papeles pintados cambiantes y llena de zapatos unas gradas que servirán también para acomodar a consumidores de conciertos y conferencias. *Prada* SoHo y MoMA ofrecen, de igual manera, objetos inalcanzables, “cosas encantadas” consagradas por el espacio en que se presentan y por una firma, fetiches que se hacen asequibles en un póster de la *Noche estrellada* de Van Gogh por \$17.95 en la tienda del museo o en una réplica de una bolsa *Prada* por \$20.00 en una esquina de la ciudad, mediante una transacción que alimenta el aura de los originales, bolsa y pintura.

Desde la comparación entre el aura cálida de los vividos zapatos de Van Gogh y las auras frías, en términos de Brea, de los zapatos de polvo de diamante de Warhol, otros muchos zapatos han buscado dejar su huella en la trayectoria de las prácticas artísticas contemporáneas, como la helada réplica en aluminio de unas sandalias *Gucci* de la suiza Sylvie Fleury en la más fría posmodernidad. Si Jameson lamentaba –o quizá sólo exageraba para plantear su premisa– que los zapatos de Warhol no tuvieran nada que decir, la incomodidad de este par metálico cansa en su repetido parloteo que dejó ya muy atrás la ironía y que se muestra con el cínico desparpajo del que sabe lo que está haciendo y lo hace desde la complacencia del fetichismo virginal del escaparate.



Sylvie Fleury, *Gucci*, 1988.

⁵ Santiago Alba Rico, *Las reglas del caos. Apuntes para una antropología del mercado*, p. 32.

Habría que establecer una diferencia entre esta dudosa potencialidad crítica de un cinismo estético, o cinismo melancólico, en palabras de Mario Perniola, y otras apropiaciones, como las de Sherrie Levine, quien antes de empezar a refotografiar fotografías de artistas consagrados, compró en un bazar una caja de setenta y cinco pares de serios zapatos de cordones de talla infantil y los puso a la venta en Nueva York a precios mínimos en 1977 como *performance*. En ya ortodoxa práctica de transformación del objeto encontrado, los zapatos apropiados por Levine, comprados, vendidos y fetichizados han visto su valor de uso impregnado de la mística de la mercancía y se convierten en objeto de deseo de consumo; pero, sin embargo, en las instantáneas que se conservan de aquella venta Andrea Kroksnes ve zapatos robados a Van Gogh, y Douglas Crimp ante la visión de aquellos zapatos amontonados en una mesa confesaba que se sintió tentado a “darles vida, inventar historias en las que se convirtieran en personajes por sinécdoque”:⁶los zapatos vacíos parecen invitar a completar una narrativa, a ser reintegrados a alguien, cuestión planteada por Derrida precisamente en “Resituciones”.



Sherrie Levine, *Shoe Sale at Mercer Street Store*, New York, 1977.

⁶ Ver: Andrea Kroksnes, *Deconstructing Origin Stories. Sherrie Levine's Shoe Sale at Mercer Street and the Stories about Van Gogh's Shoes*.

El texto de Derrida se hilvana a partir de las relaciones entre el hecho, por una parte, de que en “El origen de la obra de arte” Heidegger asumiera que los famosos zapatos pintados por Van Gogh de los que trata en su texto pertenecían a una campesina, y por otra, la simbólica devolución que Meyer Schapiro hace de los zapatos en un texto de 1968, dedicado a Kurt Goldstein, huido de la Alemania nazi en 1933, argumentando que los zapatos en cuestión eran los propios zapatos de Van Gogh. Derrida va desatando en su texto una narrativa de restitución, como si Schapiro le disputara los zapatos a Heidegger, se los pasara a Van Gogh en París y finalmente a Goldstein en Nueva York como homenaje tras su larga marcha desde Alemania: “hay mucho para pagar, para devolver, para restituir, cuando no para expiar, en todo esto”, escribe Derrida.⁷



Zapatos y ropa en Auschwitz.

Y por si hubiera alguna duda, en un párrafo casi autónomo, más adelante escribe: “Un ejército de fantasmas reclama sus zapatos [...] toneladas de zapatos amontonados allí, pares mezclados y perdidos.”⁸

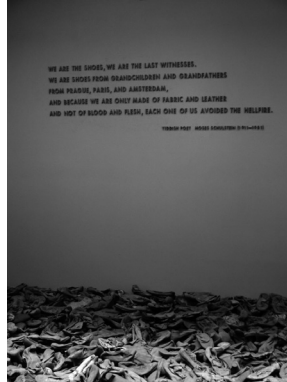
En su estudio sobre la verdad, la ficción y la posficción en la imagen contemporánea, Pedro Cruz plantea que en las primeras fotografías de los campos de concentración dadas a conocer “la muerte se revelaba como una verdad que se daba a la mirada en su invisibilidad”,⁹ en el sentido de lo inimaginable de un horror cuyo

⁷ *Ibidem*, p. 287.

⁸ *Ibidem*, p. 344.

⁹ Pedro A. Cruz Sánchez, *La muerte (in)visible. Verdad, ficción y posficción en la imagen contemporánea*, p. 120.

exceso sólo se expresa mediante la ausencia. En cambio, siguiendo su argumentación, estamos en estos momentos experimentando una fase de extenuación de la imagen: ceguera del espectador por sobreexposición.



We are the shoes, we are the witnesses...
United States Holocaust Memorial Museum, Washington D. C.

La cuestión adquiere matices delicados si nos atrevemos a insinuar la posibilidad de denuncia de un proceso de estetización del objeto del horror en la exhibición, por ejemplo, en un museo de esos “pares de zapatos mezclados y perdidos”, los cuales, sin embargo, podrían respondernos, son instrumento del recuerdo y testimonio contra el olvido.



Zapatos de Doris Mathes, (1942-1944, Auschwitz), Florida Holocaust Museum.

La cuestión, finalmente, es hasta qué punto *todo*, absolutamente todo, puede convertirse en parte del espectáculo en un proceso galopante de absorción de las prácticas artísticas por parte de las industrias del entretenimiento cultural, como un sector primordial del actual sistema económico. En la sociedad del espectáculo que Guy Debord en 1967, apenas a partir de sus primeros síntomas, auguró en todo su esplendor, puede incluso contarse como ingrediente del espectáculo la propia crítica del espectáculo; ahí estaban las denuncias de Santiago Sierra a la Bienal de Venecia de 2005, dando la bienvenida a los visitantes con una instalación llamada *Loudspeakers*, en la que cuestiona el evento como una reunión de países ricos, aportando cifras y estadísticas.¹⁰

En la Bienal anterior, 2003, el mexicano Carlos Amorales presentaba en el pabellón holandés su obra *Maquiladora*: hileras de zapatos idénticos expuestos y la posibilidad de que el visitante participara en las distintas fases de su fabricación; el espectador de la más reconocida convención de arte contemporáneo puede jugar en el primer mundo a crear zapatos de arte maquilados y mediante una experiencia estetizada acercarse a la realidad laboral del tercer mundo.



Carlos Amorales, *Flames Maquiladora*, 2001-02.

En cambio, la argentina Nicola Constantino crea zapatos de firma en silicona imitando piel humana, zapatos fetiches donde

¹⁰ Ver: Antonio Lucas, "Santiago Sierra denuncia en Venecia la hipocresía de la Bienal", en: *El Mundo*.

los haya. Como comenta Jorge Anaya López “la unión de la moda y la muerte parece tener connotaciones cónicas”,¹¹ y una vez más nos sentimos incómodos en estos zapatos que ofrecen el juego ambiguo de insinuar denuncias de explotación y comodificación del arte y el cuerpo, a la par de refinar perversamente el zapato de tacón femenino como objeto por antonomasia del fetichismo de la mercancía.

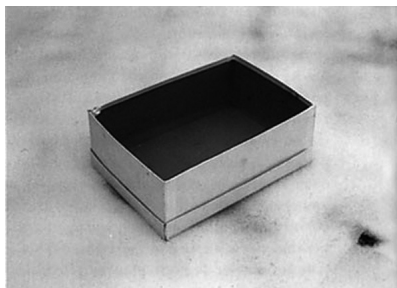


Nicola Constantino, *Peletería con piel humana*, 2000.

Y es casi inevitable caer en la tentación de mencionar precisamente aquí, por oposición, la discutida *Caja de zapatos vacía* presentada por el mexicano Gabriel Orozco en la Bienal de Venecia de 1993, que el artista justificó en términos del espacio concreto que le fue asignado y del cálculo efectuado del breve tiempo promedio que el visitante iba a dedicar a contemplar su obra. No vamos a pretender aquí ni siquiera mencionar todos los cabos de los que sería posible empezar a tirar para redondear la madeja que hilvanara todas las hebras de una discusión acerca de la teoría y las prácticas de la historia contemporánea del arte desde el siglo XX que están, en ausencia, contenidas en la caja de Orozco. A efectos de nuestros zapatos como hilo conductor a través de un planteamiento sobre el arte y los objetos de consumo, se podría decir que es un alivio, por fin, una caja sin mercancía: “un recipiente de la nada”, en las propias palabras de Gabriel Orozco o una manifestación de lo que Miguel A. Hernández ha denominado “el

¹¹ Jorge Anaya López, “Diálogo de la Muerte y la Moda”, en: *Lápiz. Revista internacional de arte*, p. 18.

procedimiento ceguera” en el arte contemporáneo. Extenuados por los excesos de nuestra cultura visual, el silencio de Orozco es reparador... aunque, quizá sólo momentáneamente, puesto que siempre quedará la caja para vender...



Gabriel Orozco, *Caja de zapatos vacía*, 1993.

Y si no, seguro la caja para citar, pues como establece Adolfo Montejo en la máxima 53 de su *Vulgata crítica*, “Se abrió la veda: se matan citas por apropiación.”¹² En la feria de arte contemporáneo de Madrid ARCO 2005, país invitado México, Diego Teo regresaba la caja de Orozco, con zapato y flecha impregnada de sarcasmo incluidos.



Diego Teo, *Zapato (artista buscando arte para ARCO)*, 2004.

¹² Adolfo Montejo Nava, “Aproximaciones para una Vulgata crítica”, en *Lápiz. Revista internacional de arte*, p. 102.

La cuestión, para irnos acercando a un final aunque no necesariamente a una conclusión, es tantear la posibilidad de una postura crítica ante la incomodidad de estos zapatos: dejando atrás la discusión acerca de la atribución de los zapatos pintados por Van Gogh a una campesina o al propio artista, el caso es que nos aprieten o no, todos estos son nuestros propios zapatos como manifestaciones del capitalismo cultural dominado por “el fetichismo del significante”, en términos de Hal Foster, en el que la mayoría de nosotros tenemos, como poco, sumergidos los pies. La franja borrosa y movediza en la que se mueven, oscilando entre el derrotismo autocomplaciente y la ironía autoconsciente, no es otra que la ocupada por la razón cínica de la posmodernidad, según Peter Sloterdijk, caracterizada por la falsa conciencia ilustrada: inmunidad del que sabe y se protege con el blindaje del cinismo para hacer frente a las contradicciones; mecanismo de autodefensa que describía Foster en *El retorno de lo real* en términos del arte de la razón cínica.

En unos momentos de estetización generalizada de las experiencias fetichizadas, quizá el reconocer la incomodidad de algunos zapatos que no son tan ajenos sea un camino para la crítica.

Bibliografía citada

- Alba Rico, Santiago, *Las reglas del caos. Apuntes para una antropología del mercado*, Anagrama, Barcelona, 1995.
- Anaya López, Jorge, “Diálogo de la Muerte y la Moda”, en: *Lápiz. Revista internacional de arte*. Noviembre 2003, n° 197, Madrid.
- Brea, José Luis, *El tercer umbral. Estatuto de las prácticas artísticas en las sociedades del capitalismo cultural*, CENDEAC, Centro de Documentación y Estudios avanzados de Arte Contemporáneo de la Comunidad de Murcia, 2003. http://joseluisbrea.net/ediciones_cc/3rU.pdf 06706 (último acceso 6 de junio de 2003).
- Brea, José Luis, *Las auras frías*, Anagrama, Barcelona, 1991.
- Buck-Morss, Susan, *Dialéctica de la mirada. Walter Benjamin y el proyecto de los pasajes*, Visor, Barcelona, 2001.
- Cruz Sánchez, Pedro A., *La muerte (in)visible. Verdad, ficción y posficción en la imagen contemporánea*, Tabularium, Murcia, 2005.
- Debord, Guy, *La sociedad del espectáculo*, Pre-Textos, Valencia, 1999.

- Derrida, Jacques, “Restituciones de la verdad en puntura”, en: *La verdad en pintura*, Paidós, Barcelona, 2001.
- Foster, Hal, *El retorno de lo real. La vanguardia a finales del siglo*, Akal, Madrid, 2001.
- Heidegger, Martín, “El origen de la obra de arte”, en: *Caminos de bosque*, Alianza, Madrid, 1995.
- Hernández-Navarro, Miguel A., “El procedimiento ceguera”, en *Teleskop.es. Revista de pensamiento y cultura*. 2003.
www.teleskop.es/hemeroteca/numero3/arte/art02 (último acceso 11 de mayo de 2003).
- Jameson, Frederick, *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*, Paidós, Barcelona, 1991.
- Kroksnes, Andrea, *Deconstructing Origin Stories. Sherrie Levine’s Shoe Sale at Mercer Street and the Stories about Van Gogh’s Shoes*, 2001, FORART. Institute for Research Within International Contemporary Art. Oslo, en:
www.forart.no/kroksnes_2/kroksnes_2.html (último acceso 12 de marzo de 2003).
- Lucas, Antonio, “Santiago Sierra denuncia en Venecia la hipocresía de la Bienal”, en: *El Mundo*, 9 de junio 2005, Madrid.
- Montejo Nava, Adolfo, “Aproximaciones para una Vulgata crítica”, en: *Lápiz. Revista internacional de arte*, febrero/marzo 2005, núm. 210/211, Madrid.
- Orozco, Gabriel, “Un problema de tiempo”, en: *Letras Libres*, Febrero 2003. México.
- Perniola, Mario, *El arte y su sombra*, Cátedra, Madrid, 2002.
- Sloterdijk, Peter, *Crítica de la razón cínica*, Siruela, Madrid, 2003.

LA CIUDAD COMO PROYECTO

*Yeney Soledad León Cuesta*¹

*La ciudad emerge como una colmena,
con sus ritmos vitales,
convidando al intercambio y la comunicación,
difundiendo impurezas y esparcimientos,
concediendo albergue.*

Lisandro Otero,
9ª. Biental de La Habana, 2006.

La ciudad en el cambio cultural

La existencia de organizaciones móviles y flexibles, tanto a nivel nacional como internacional, la primacía de los flujos de comunicación y de transporte, la dispersión de la vida productiva y social de los bordes, las estructuras diluidas, el predominio de los núcleos puntuales sobre la dilatación del hábitat y la coexistencia de actividades disímiles en espacios reducidos, han generado nuevos modelos diferentes a la ciudad clásica. Trayendo consigo una pérdida de la cohesión estética de formas y espacios, que representan sin duda el reflejo de las contradicciones sociales y económicas surgidas en la ciudad contemporánea,² la cual se presenta como escenario de conflictos, por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo.

La población urbana adopta diferentes estrategias y formas de vivir la ciudad de acuerdo con sus condiciones económicas y

¹ Instituto de Filosofía de La Habana

² Roberto Segre, *Centros y bordes en las urbes difusas*. (Internet)

socio-culturales, cada habitante tiene formas de pensar e imaginar la ciudad, y adoptan prácticas territoriales particulares. Según García Canclini, la ciudad se concibe tanto como un lugar para vivir, como un espacio imaginado. Y las representaciones simbólicas o imaginarios urbanos permiten entender cómo el ciudadano percibe y usa la ciudad, y cómo elaboran de manera colectiva ciertas maneras de entender la ciudad subjetiva, la ciudad imaginada, que termina guiando con más fuerza los usos y los afectos que la ciudad *real*.³

Argumentos tales indican que se ha producido una transformación cualitativa en la forma de relación entre los sujetos y la realidad urbana simbólica y material. Una distinta percepción del mundo, nuevos discursos con los que nos explicamos nuestro habitar; discursos generados fundamentalmente a partir de los acelerados cambios tecnológicos, económicos y culturales que se están dando en la actualidad.

Lo cual hace evidente que investigar la ciudad en nuestros días, debe suponer el cambio de un paradigma del saber que hace necesario reconstruir las bases conceptuales que han transformado nuestras maneras de ser y existir en la cultura, la cual se encuentra actualmente inmersa en una serie de variaciones que la hacen presentarse en compañía de medios de información y comunicaciones, de consumo, de mercancías, lo que conduce a la valoración de la idea de que la cultura implica ahora mucho más que buen gusto, costumbres y tradiciones de un pueblo, o la idea del arte y sus manifestaciones.⁴

Las sociedades durante siglos han variado sus modos y estilos

³ Néstor García Canclini, *Imaginarios urbanos*, p. 107.

⁴ Tales cambios son analizados desde múltiples saberes, entre ellos, por el saber estético-filosófico actual. Se debe aclarar aquí que se entiende que el saber estético tradicional, autónomo y estructurado a través de la belleza y la armonía, en su desarrollo en la modernidad, y centrado en las prácticas artísticas, ha sido descentrado en las transformaciones del saber actual, ha difuminado sus fronteras y extendido su objeto. Las causas pueden ser explicadas desde los procesos de espectacularización de la mercancía (Debord), la estetización del mundo de la vida y la experiencia (Sánchez, M. y otros) y la extensión de lo cultural a todo el tejido social (Pino A. y otros).

de vida, caracterizándose así cada una por momentos y acciones especiales que la hacen única. Nuestra sociedad (y no me refiero a un lugar específico sino en sentido global), está marcada y conducida por fenómenos económicos y por los avances de la ciencia y la tecnología, está regida por los medios de información y comunicación. Estos aspectos la convierten en “la sociedad más espectacular de la historia”; pero con tanto espectáculo y tanto flujo de información que corre de un lado a otro sin detenerse, el “viejo sujeto”, el que no logra avanzar a la misma velocidad, termina perdiéndose en un escenario que lo envuelve, en circunstancias que no es capaz de decodificar en su totalidad. Nos encontramos tan inmersos dentro de esta nueva realidad, que no notamos que nuestro alrededor está variando convulsivamente, y que por consiguiente nuestro interior también lo hace. Esta espectacular sociedad trae implícita en su vorágine, significativos cambios en el ámbito cultural, los cuales se hace indispensable estudiar ya que contienen en sí la realización de una serie de fenómenos que trabajan activamente en la producción de “un mundo y de sus habitantes”.

Es importante resaltar que un estudio sobre estos cambios culturales, debe tener entre sus premisas esenciales la transformación del capitalismo en la segunda década del siglo XX; ver este cambio como una ruptura con el modernismo o con la modernidad; cambio que impacta en las relaciones intersubjetivas, comunicativas, cotidianas, cambio masificado, globalizado; cambio que supone una distorsión definitiva de la autonomía de las esferas cultura y economía. Cambio interno de la sociedad, pero transnacionalizado.

Se debe entender el cambio cultural, visto desde la industrialización de la cultura, como la unión entre la economía, los medios y el sector cultural, fenómeno que ocasiona una espectacularización de la mercancía y una diseminación de la cultura en todos los ámbitos de la sociedad, atravesando las masas y provocándoles identidades que muchas veces ni pueden llegar a reconocer totalmente.

“La vida entera de las sociedades en las que imperan las condiciones de producción modernas se anuncia como una inmensa

acumulación de espectáculos. Todo lo directamente experimentado se ha convertido en una representación.”⁵

Autores como Fredric Jameson, Martín Barbero y otros, identifican la llegada de este nuevo tipo de sociedad, a través de definiciones tales como: posmodernidad, época tardomoderna, sociedad post-industrial, sociedad del consumo, de los media, de la información, electrónica o de alta tecnología. Teniendo entre sus principales características, el desarrollo de una producción estética que se integra en la producción de mercancías en general. Como bien explica Jameson en su ensayo *Lógica cultural del capitalismo tardío*, los artículos culturales y artísticos pasan, en esta nueva época, a formar parte de una frenética urgencia económica de producir nuevas mercancías con un aspecto cada vez más novedoso, donde lo importante es la recirculación de algunos pocos deseos convertidos en muchos, funcionando para todos y a la vez siendo tan personales.

Por tanto, conceptualizar hoy la ciudad debe partir de la claridad de tales presupuestos: porque estos cambios se reflejan en *la ciudad*, la cual ya ha dejado de interpretar un papel meramente territorial para cobrar vida y ser un espacio donde fluye agitada-mente la información, y los ciudadanos se encuentran o se des-encuentran.

La importancia de dichos problemas hace necesario asumir el tema de la ciudad en el conjunto de redes que hoy la significan: globalización, migraciones y urbanización, diversidad étnica, discriminación social y segregación urbana, concentración espacial, poblaciones flotantes en las ciudades, multiculturalismo y crisis social urbana, entre otras, que se encuentran en la actualidad atravesadas por los nuevos procesos del cambio cultural.

Hablar de la ciudad es hablar también “...de la cultura del consumo que revoluciona los modelos y estilos de vida, desde las costumbres alimenticias a las modas vestimentarias, los modos de divertirse, los modos de ascenso y los signos sociales de status, impulso que responde a la modernidad del mundo y produce el

⁵ Guy Debord, *La sociedad del espectáculo*. (Internet).

acelerado y ambiguo proceso de globalización de la economía y la cultura.⁶

Los cambios culturales, productos del desarrollo del capital, expresados hoy a través de políticas neoliberales globales, han desdentrado el espacio tradicional de la ciudad, y han hecho a partir de la reflexión sobre ellos mismos, a la ciudad, un concepto teórico, visible en la teoría estética-filosófica hoy.

El imaginario urbano –dice Certeau– está constituido para empezar por las cosas que lo deletrean. Se imponen. Están ahí, cerradas sobre sí mismas, fuerzas mudas. Tienen carácter. O mejor, son «caracteres» en el teatro urbano. Personajes secretos. [...] De tanto sustraerse a la ley del presente, estos objetos inanimados adquieren autonomía. Son actores, héroes de leyenda. Organizan en torno suyo la novela de la ciudad. La roda aguda de una casa ubicada en una esquina, un techo calado de ventanas como una catedral gótica, la elegancia de un pozo de luz en la sombra de un mísero patio: estos personajes llevan una vida propia. Dan testimonio de una historia que, a diferencia de los museos o los libros, ya no tiene lenguaje.⁷

Entender los textos insertos en la cultura urbana implica reconocer en primera instancia cómo las tramas arquitectónicas y urbanísticas han evolucionado hasta el presente y luego cómo determinan en ella los procesos socioculturales.

Siguiendo a Néstor García Canclini, todas las ciudades presentan una tensión entre lo visible y lo invisible; entre lo que se sabe y lo que se sospecha. La ciudad de este modo, se vuelve aún más densa al cargarse con fantasías heterogéneas. Visiones fantasiosas son estimuladas por el carácter demasiado vasto y complejo de lo que sucede en las grandes ciudades. Así como para alcanzar los objetivos de los viajes hay que usar atajos y desvíos, convivir con los problemas que parecen irresolubles incita a buscar rodeos del

⁶ Tomado de: Carlos Ospina Bozzi, "La ciudad vista desde Unicarta", p. 10.

⁷ Michel de Certeau, *La invención de lo cotidiano. Artes de hacer*, (Internet).

pensamiento, resolver en lo imaginario, para hacer sentir habitable un entorno hostil. Importa menos saber cómo funciona efectivamente la sociedad que imaginar algún tipo de coherencia que ayude a vivir con ella.

Nos damos cuenta de que vivimos en ciudades porque nos apropiamos de sus espacios: casas y parques, calles y viaductos. Pero no recorremos la ciudad sólo a través de medios de transporte sino también con los relatos e imágenes que confieren la trama urbana, los discursos que representan lo que ocurre, o podría acontecer en la ciudad, según lo narran las novelas, películas y canciones, la prensa, la radio y la televisión.⁸

El habitante de la urbe, comienza entonces a valerse de recursos cada vez más tecnológicamente sofisticados, que lo ayuden a interactuar con ese espacio que empieza a sentir ajeno, o peor aún, que está empezando a dejar de existir para su razón. Resulta más fácil y menos doloroso conocer la ciudad a través de los medios; se vuelve más simple e incluso provechoso, ya que el zapping te permite conocer tu ciudad y muchas más, sin requerimiento de esfuerzo. Pero aunque algunos argumenten la importancia de estas opciones para el desarrollo de una cultura general, hay autores (Barbero, Canclini, Hopenhayn) que opinan además, que hay partes de la urbe que tienden a volverse invisibles, cuando la ciudad comunicacional comienza a prevalecer sobre la ciudad transitada.

Mientras, en la ciudad se producen desafiantes procesos que ponen a prueba una y otra vez, nuestras condiciones de ciudadanos. Martin Barbero y otros autores, han denominado a uno de estos procesos como desurbanización.

En “Las transformaciones del mapa cultural: una mirada desde América Latina”, Barbero define desurbanización como el empequeñecimiento de la parte de la ciudad que usamos, con la que convivimos, de la que nos sentimos habitantes; y el crecimiento

⁸ Néstor García Canclini, *Ciudad invisible, ciudad vigilada*, (Internet).

de aquella otra ciudad a la que no pertenecemos, y que no es sólo la que indican los “mapas del miedo urbano”, sino los mapas de nuestras inseguridades interiores, de nuestras pérdidas de memoria, y por tanto de confianza.

La mayoría de las ciudades va perdiendo sus referentes culturales, se vuelven extrañas a sus propios habitantes, es a lo que Barbero llama “angustia cultural”: no reconocimiento del sujeto en la ciudad. Al reducirse progresivamente la ciudad usada por los ciudadanos, las personas restringen los espacios en que se mueve, los territorios en que se reconoce, tendiendo a desconocer la mayor parte de una ciudad que es solo atravesada por los trayectos inevitables.

Otros fenómenos que se presentan en estas nuevas formas de percibir la ciudad, son definidos como desparcialización y descentramiento.⁹ El primero de ellos significa que el espacio urbano no cuenta sino en cuanto valor asociado al precio del suelo y a su inscripción en los movimientos del flujo vehicular: la mutación de los lugares en espacios de flujos y canales, lo que equivale a una producción y un consumo sin localización alguna. Implica también la borradura de la memoria que produce una urbanización salvaje; devaluación de la memoria cultural hasta justificar su arrasamiento. Por otro lado, descentramiento apunta a un ordenamiento que privilegia a las calles, las avenidas, en su capacidad de operativizar enlaces, conexiones de flujo contra la intensidad del encuentro y la aglomeración de muchedumbres que posibilitaban los viejos espacios públicos.

“Cada vez salimos a la ciudad por obligación y no por placer.”¹⁰ Otro modo en que se transforma la ciudad, y por ende los espacios públicos, lo encuentra Canclini en el significado de lo que él mismo denomina: “ciudadanos atrincherados” y “cultura contra los riesgos”. Lo cual no es más que las nuevas estrategias de protección adoptadas por los habitantes, que modifican el paisaje urbano, los viajes por la ciudad y los hábitos y los comportamientos cotidianos.

⁹ Jesús Martín Barbero, *De la ciudad mediada a la ciudad virtual, transformaciones radicales en marcha*. (Internet).

¹⁰ Néstor García Canclini, *Aún ignoramos en qué urbe vivimos*. (Internet).

El imaginario del habitante de la urbe se vuelve al interior, rechaza la calle, fija normas cada vez más rígidas de inclusión y exclusión. El espacio público queda como espacio abandonado, síntoma de la desurbanización y del olvido de los ideales modernos de apertura, igualdad y comunidad; separación entre sectores diferentes, inconciliables, que quieren dejar de ser visibles y de ver a los otros.

La falta de delimitación de los espacios urbanos, de los lugares públicos, entre otras cosas, ha propiciado la incapacidad de la ciudad para generar vivencias espaciales sugestivas. La ciudad se presenta como espacios fragmentados, suma de elementos individuales, cada cual luchando por sobresalir.

Tenemos entonces un espacio público a medias, elitista en muchos casos, que pierde su sentido original, dando paso a un fenómeno que en la literatura referente a estos temas, se conoce como los “no lugares” o “terrenos-vagos”, que priorizan las estructuras apoyadas por los multimedia y la realidad virtual.

El término no lugar,¹¹ en la obra de autores como Hopenhayn y Barbero, es visto como la emergencia de un nuevo modo de habitar. Es el espacio en que los individuos son liberados de toda carga de identidad interpretadora, y exigidos únicamente de interacción con textos. El texto informativo lo va guiando, o el publicitario, de una punta a otra sin tener necesidad de intercambiar una palabra durante horas. Hay una sustitución de la interacción comunicativa por la textualidad informativa. El no lugar es el ámbito del presente, en su urgencia devoradora de la atención y justificadora de cualquier olvido respecto a lo demás.

Marc Augé sostiene que vivimos en una sociedad de no lugares –estaciones de metros, aeropuertos, supermercados– y que es imposible tal vez hablar de realidad sino más bien de imágenes. La imagen, al parecer, nos ha hecho presas fáciles desde que se instauró la televisión a mediados del siglo XX. La imagen nos toca a todos. Su poder de hechizo, seducción y fascinación nos conduce a situaciones en las que se someten a dura prueba las tradicionales

¹¹ Ver: Jesús Martín Barbero, *ob. cit.*

expresiones culturales y su rol en el espacio del conocimiento y de la sociedad, como parte de una superproducción de cultura cuyos límites no se pueden fijar y menos controlar, lo que contribuye, en igual medida, a añadir más confusión en el panorama de la ciudad contemporánea.

Pero en la medida en que el no lugar expresa el anonimato, puede también producir efectos de reconocimiento. Habitar el no lugar es vivir en un mundo en el que se está siempre y no se está nunca en casa. Aunque el lugar no queda de ningún modo completamente borrado, y el no lugar no se cumple nunca totalmente.

Por lo que podemos concordar en que “no es el lugar en todo caso el que congrega, sino la intensidad de sentido depositada por el grupo, y sus rituales, lo que convierte una esquina, una plaza, un descampado en territorio propio.”¹²

El concepto de “propio”, es otro que se desdibuja desde el punto de vista ciudadano. Porque un espacio público también puede ser considerado como un lugar propio. Un lugar convertido en deseos de arraigo, pertenencia, identidad y memoria colectiva, como escenarios de la argumentación comunicativa, y afirmación de una heterogeneidad socio- cultural.

Pero precisamente para llegar a este tipo de consideración se necesita un compromiso de conocimiento de este espacio urbano, entendido como espacio cultural, y generalmente lo que sucede es que el ciudadano hace caso omiso de este asunto y se dedica a transitar la ciudad a la mayor velocidad posible, y sin considerar por un instante, este espacio público como propio.

García Canclini, en su obra *Consumidores y ciudadanos*, llega a cuestionarse: ¿cómo vamos a estar felices con lo propio cuando ni siquiera se sabe qué es? Y más, considera que la oposición bien clara entre lo ajeno y lo propio, comienza a perder su definición, a partir de los cambios que arrastra la globalización.

Esta oposición esquemática, dualista, entre lo propio y lo ajeno, no parece guardar mucho sentido cuando compramos un coche

¹² *Ídem.*

Ford montando en España, con vidrios hechos en Canadá, carburador italiano, radiador austriaco, cilindros y batería ingleses y el eje de transmisión francés. Enciendo mi televisor fabricado en Japón y lo que veo es un film producido en Hollywood, dirigido por un cineasta polaco con asistentes franceses, actores y actrices de diez nacionalidades, y escenas filmadas en los cuatro países que pusieron financiamiento para hacerlo. Las grandes empresas que nos suministran alimentos y ropa, nos hacen viajar y embotellarnos en autopistas idénticas en todo el planeta, fragmentan el proceso de producción fabricando cada parte de los bienes en los países donde el costo es menor. Los objetos pierden la relación de fidelidad con los territorios originarios.¹³

La reelaboración de lo propio entonces, se encuentra atravesada por el predominio de los bienes, y los mensajes procedentes de una economía y una cultura globalizada, que se sobreponen sobre los generados en la ciudad a la que pertenece.

De acuerdo con el comunicador Martín Barbero, la globalización tiende a la des-identidad, a la deshabitación, a desingularizar a los habitantes de la ciudad global. Así como las industrias culturales –con sus nuevas tecnologías de información y comunicación, en relación directa con actividades comerciales– se han transformado en los principales agentes de mensajes, bienes y servicios del desarrollo cultural urbano, pero con una característica esencial, conectan con dos conceptos claves: la fragmentación y el desplazamiento del intercambio de experiencias por el flujo (red) de información, que ordenan las nuevas formas de socialidad.

Nuevas formas de socialidad, que se traduce en los diversos modos de comunicar y habitar, que hacen posibles e imposibles la valoración de la memoria colectiva y de los lugares propios.

El hecho de trascender fronteras nacionales –lo cual ya no es un acto necesariamente físico– podría decirse que es uno de los primeros propósitos de la globalización cultural, y puede describirse además como un movimiento de fronteras. Según Canclini

¹³ García Canclini, Néstor, *Consumidores y ciudadanos, conflictos multiculturales de la globalización*, p. 44.

puede interpretarse también como un proceso acelerado de fusión y transformación entre ellas, proceso que identificará con el concepto de hibridación. También con relación a este fenómeno se encuentran los términos de desterritorialización y desnacionalización, los cuales están asociados a los surgimientos de culturas sin memoria territorial y a nuevas formas de identidad.

La globalización de los medios y la cultura son elementos presentes en la obra de García Canclini, que en muchas ocasiones derivan en el tema de la hibridación cultural. Para el autor la cultura es un proceso de ensamblado multinacional, una articulación flexible de partes, un montaje de rasgos de cualquier ciudadano de cualquier país, religión o ideología puede leer y usar. Define además globalización como la culminación de los procesos de internacionalización y transnacionalización, pero con la manifestación de nuevos rasgos. Considera que el proceso de globalización más que sustituir culturas nacionales por la de países imperiales, se producen complejos intercambios e hibridaciones (desiguales y asimétricas) entre unos y otros.

Al ocurrir estos movimientos, la ciudad se convierte en el lugar de encuentros de grupos sociales diversos, como nativos, emigrantes y turistas, cada cual con distintos niveles de pertenencia. La urbe aparece como el crisol de la diversidad cultural y de la interculturalidad, y por tanto, de la creatividad cultural.

“La mundialización de la cultura reconfigura también el sentido de la ciudadanía: de tanto crecer hacia afuera, las metrópolis adquieren los rasgos de muchos lugares. La ciudad pasa a ser un caleidoscopio de patrones y valores culturales, lenguas y dialectos, religiones y sectas, etnias y razas. Distintos modos de ser pasan a concentrarse y convivir en el mismo lugar, convertido en síntesis del mundo.”¹⁴

Tratar de hablar de ciudad en las actuales condiciones obliga a tener en cuenta las dimensiones de cultura e identidad que en su relación con lo urbano significa, como ya hemos mencionado reconocer no solo la existencia material de quienes habitan una

¹⁴ Jesús Martín Barbero, *Reconfiguraciones comunicativas de lo público*, p. 9.

ciudad, sino asumir a ésta como un escenario de imágenes, con variados lenguajes, evocaciones y sueños.¹⁵

Se trata de encarar la ciudad no como un universo físico, o el simple marco donde acontecen hechos de relevancia económica, sino con aquello que tiene que ver con el uso y apropiación de los espacios y las vivencias que esto provoca, en el ámbito de los procesos de comunicación social. Algo que se construye día a día, a manera de encuentro, intimidades, deseos y obsesiones. Espacio de representación. Universos de socialización.¹⁶

*Elementos teóricos sobre la ciudad y el cambio cultural,
a través de la mirada de investigadores cubanos*

El hombre impulsado por el desarrollo de su actividad humana, se ha visto en la necesidad de construir comunidades, pueblos y ciudades. En el mundo existen grandes y pequeñas urbes, importantes capitales, así como pequeños pueblos nómadas. En esencia, no existen ciudades iguales, cada una presenta características que las hacen particulares: referentes al clima, costumbres, creencias, tradiciones, etc. Tampoco existe una ciudad ideal, tendría que haberse corregido en ella, problemas no solo desde el punto de vista social, sino también desde una perspectiva urbanística, arquitectónica y hasta conceptual. En estas últimas décadas, las metrópolis han cobrado una especie de vida, pero no podemos olvidar que es el hombre, el único que puede incidir en el mejoramiento, y planificación de nuestras urbes, de nuestra calidad de vida.

“La ciudad es un organismo heterogéneo y cambiante que va más allá del simple marco construido y es el resultado de un proceso complejo cuya comprensión escapa muchas veces a sus habitantes. La representación mental que esa realidad urbana elusiva y fascinante despierta, es también contradictoria y variable.”¹⁷

Cuba a pesar de contar con un proyecto sociopolítico diferente y distante de la lógica capitalista –proyecto que incluye el desarrollo

¹⁵ Ver: Roberto Dávalos, *Ciudad y cambio social en los 90*.

¹⁶ *Ídem*.

¹⁷ Ver: Coyula, Mario, “Repensar la ciudad”.

de una cultura general integral de nuestro pueblo— no está exenta de las influencias del espíritu de variaciones culturales, que propone la proyección de un modo de comportamiento único, que aspira a englobar las disímiles culturas bajo las formas de la cultura consumista capitalista. Fenómeno que si bien trae una propuesta globalizadora en cuanto a los modos culturales de consumir principalmente, también es bueno acotar que es atravesado por las diferencias, que se constituyen en el ánimo de lograr definir lo nacional con respecto a lo universal, lo ajeno de lo propio; diferencias que dicen que hay que contar con el mestizaje, con las culturas autóctonas con derecho a existir sin sentirse inferiores. Las diferencias que hacen pensar cada lugar y cada espacio, como un mundo lleno de signos y significados que para un contexto expresan algo, mientras que cambia el sentido para otro. Consideraciones que se deben tener en cuenta, si se quiere entender en su totalidad los nuevos acontecimientos culturales; porque así además, estamos dando voz también, a quienes intentan un análisis crítico sobre todos estos procesos.

La ciudad cubana, y quienes teorizan en torno a ella, pueden brindar puntos de vista que de algún modo reposan en esas diferencias, debido entre otros factores, al singular papel que le ha tocado desempeñar a nuestra pequeña nación, durante toda su existencia. Situaciones que han moldeado sobre todo nuestro modo cultural de ser, hasta llevarnos a esa mezcla maravillosa que somos hoy y que tanto disfrutamos y defendemos.

Nuestra cultura, la cubana, es una cultura de zaguán, de patio, de pequeño jardín interior; una cultura de la ventana [...] el propio clima obliga a la abertura, de los parámetros y caracteres. El cubano vive la calle, el espacio público; ni siquiera otras formas que han ido evolucionando en la ciudad y se proyectan hoy en otra dirección [...] ha impedido que aquella relación primitiva se siga dando sobre las tapias de los patios o de portal a portal [...] la ciudad es una pléyade de estilos donde lo más interesante es el eclecticismo, ese ser todo y nada, que lleva la idiosincrasia del cubano, amante de la plena libertad, sin cánones predeterminados.¹⁸

¹⁸ Eusebio Leal Spengler, *El desarrollo de la cultura, única certeza para un proyecto*

Cuestiones como éstas, referidas al espacio público, tienen una connotación muy fuerte en teorías presentadas por diferentes autores, en especial quienes reflexionan sobre el ámbito latinoamericano, como son Martin Hopenhayn, García Canclini, Barbero, y otros. Las propuestas tienen que ver con el tratamiento que se le da al espacio público, como un espacio de comunicación y multiculturalidad. Planteamientos centrales de los estudios culturales, donde la ciudad es considerada como textura de vida pública, sociabilidad y urbanidad, donde los nuevos modos de relacionarnos, integrarnos y distinguirnos en los lugares públicos, expresan la existencia de diversas matrices culturales, donde a su vez los ciudadanos participan activamente en la conformación de una cultura urbana.

Autores concuerdan en que, por su idiosincrasia, por la psicología social que se fue conformando en nuestros procesos etnogenéticos y socioculturales, el cubano es un individuo volcado hacia el espacio público. Pero, ¿qué pasa con el espacio público en la ciudad cubana? ¿Cómo se conceptualiza este elemento, de suma importancia para las teorías urbanas?

Los espacios públicos resultan significativos en el proceso de uso, y serán aceptados en la medida que se produzcan niveles adecuados de significación para la comunidad usuaria que participa de ellos. Pero además, como la presencia humana modifica los significados de dichos espacios, sus formas de uso condicionarán comportamientos que influirán en el modo de percibirlos, lo cual puede transmitirse de una generación a otra, y entrar a formar parte de las costumbres, tradiciones que van integrando la identidad cultural de un sitio.¹⁹

Reconociendo como identidad cultural, un grupo de expresiones de valores esenciales identificados por una comunidad social determinada, de historia y vivencias comunes: se comprende también como resultado de las interrelaciones múltiples y de ca-

sostenible legítimo. (Internet)

¹⁹ Eliana Cárdenas, "Uso y significado del espacio público", En: *Revista de la Facultad de Arquitectura de La Habana*, núm. 3, 1999.

rácter dialéctico entre costumbres y tradiciones de una parte, y las transformaciones generadas en cada etapa histórica en función de los requerimientos de uso de los espacios, de acuerdo con los cambios en las formas de vida.²⁰

El hombre vive en constante relación con el entorno donde tienen lugar los acontecimientos más significativos desde su niñez. La escena urbana que descubre, forma parte importante de sus vivencias. Descubrir la ciudad significa reflejar sus cualidades sensibles, su apariencia, tamaño, organización, y hasta su olor, sin olvidar que cada persona la percibe de acuerdo con su experiencia individual y los significados que evocan los diferentes elementos que la determinan.

Sin embargo, situaciones se producen que llevan a que en ocasiones, ese espacio público se vuelva hostil y extraño, tanto a la vista del ciudadano como a su propio imaginario que construye en su paso diario por la ciudad. La gente hace a la ciudad, pero la ciudad influye sobre las personas y las personas interactúan entre sí, y con el ambiente natural y construido. Lo cual puede traducirse en una cultura urbana, una cultura de la convivencia, que respete la diversidad de formas, funciones y grupos sociales. Esa diversidad, no obstante, se debe expresar en una imagen urbana, rica y variada, pero también ordenada y coherente.

La ciudad cambia ante nosotros, día a día se transforma. En los últimos años, las personas de manera informal, sin apenas control, se sienten con derecho a transformar fachadas de casas y edificios, o transfigurar esquinas y solares baldíos mediante procesos, de libre intervención en ese espacio que la ciudad conserva desde su fundación. Leyes, normas y regulaciones urbanas, dictadas con el fin de ordenar cualquier tipo de crecimiento o transformación, son continuamente burladas no sólo por el ciudadano común, sino también, aunque en menor medida, por empresas e instituciones oficiales. De ese modo, la ciudad de La Habana va desdibujando su trazado y fisonomía arquitectónica, disipando su rostro y la imagen, que la caracteriza ante los ojos de sus propios ciudadanos y de montones de visitantes de todo el mundo.

²⁰ *Ídem.*

Siempre en toda ciudad, como en todo organismo vivo, habrá algunas cosas muy hermosas y muy feas, y muchas neutras; como hay también unas que nacen y otras que maduran, envejecen y mueren, unas alcanzan su plenitud y otras comienzan a decaer. Estos procesos son naturales y por tanto inevitables, pero hay que asumirlos con dignidad, sin derrotismo [...] hay edificios y hasta zonas enteras de la ciudad cuya imagen se ha ido envileciendo por deformaciones, agregados, talas y escombros. No es solo un problema de necesidades acumuladas y de falta de recursos, es también una actitud negativa ante la vida. Por eso, junto a la cultura de salón, es tan necesaria la cultura de la calle.²¹

Por si fuera poco el hecho de tener que preocuparnos por la escasez material, que aumenta los efectos del deterioro natural por el paso del tiempo, también se debe sumar la preocupación sobre la manifestación alarmante de una subcultura marginal que se proyecta hacia la calle, “cultura del aguaje”²², con patrones de conducta cuyas manifestaciones negativas pueden comenzar por la tala de un árbol, pintarrapear una fachada o atormentar a los vecinos con una música escandalosa y embrutecedora.

A esto se le puede agregar la propagación generalizada de alteraciones sobre las construcciones existentes. Los ejemplos son varios: habitaciones que brotan como apéndices del edificio original; portales tapiados, jardines cementados e incluso construidos hasta la línea de acera; garajes hechos con cualquier tipo de materiales que se enciman sobre el peatón; ventanas truncadas por entrepisos y barbacoas, casetas en las azoteas o pinturas escandalosas que desvirtúan la arquitectura original.

El problema de estas alteraciones que siempre han existido, es que su número aumenta de una manera alarmante; y que en la misma medida en que algunas personas han conseguido elevar su poder económico ha aumentado también su capacidad para hacer un daño permanente a la ciudad.

Según Herrera Ysla, el llamado progreso y desarrollo –para

²¹ Mario Coyula, “Dándole taller al barrio”.

²² Mario Coyula, “Arquitectura y cultura ciudadana”.

otros la consabida modernidad— aún está por entrar (desde afuera) o surgir (desde el interior) de nuestras difíciles, inestables y débiles economías, la gente asume a su manera —sobre todo en nuestras regiones del hemisferio sur— el desafío del presente y del futuro y a tal efecto “toma” las decisiones que estima correctas, “organiza” individualmente su vida, se propone “mejorar” su parcela material, su hábitat, en un prodigioso intento por ganarle tiempo al tiempo.

La Habana es uno de esos casos en que el rompecabezas ha dominado sobre las voluntades y, si es cierto que su proverbial belleza ha salido indemne, no es despreciable el hecho de que coexisten tramas diversas, territorios discontinuos que limitan, en última instancia, la coherencia del ambiente. La evolución urbana ha jugado, a veces, malas pasadas, incluso en ciudades tan intactas como las cubanas, pues diferentes motivos han impedido la coherencia, articulación o legibilidad del espacio urbano, creando rupturas que se heredan como espacios informes, en muchos casos no necesariamente desprovistos de función utilitaria, pero siempre constituyentes de una zona crítica desde el punto de vista perceptual, y por tanto, no efectiva en la función comunicativa.²³

Bajo circunstancias tales, vivimos como en estado de alteración ambiental, unas veces de apariencia simpática, “surrealizante”, loca; otras algo más dramática, confusa y exasperante. Ambas nos advierten que nos movemos dentro de un universo complejo, difícil, de violentos contrastes, dinámico en más de un sentido, dominado por ocultas fuerzas del orden, y a ratos, del desorden. A una y otra nos hemos “acostumbrado”.

Sin embargo, existen razones que nos hacen pensar que aunque la ciudad nos muestre ese lado desesperante, y nos encontramos permeados de un modo u otro por la adopción de hábitos y modelos importados por parte de una elite minoritaria, la vida cotidiana en nuestra ciudad, sigue aún más próxima a las tradiciones de origen latino que a las disgregadoras influencias anglosajonas.

²³ Ver: Ángela Rojas, “Armar la ciudad”.

La estructura urbana se va definiendo de acuerdo con los requerimientos de los colectivos humanos asentados en la ciudad, los cuales van cambiando con el desarrollo y condicionan la transformación más o menos continua de esa estructura, al modificarse las funciones, sus relaciones o aparecer nuevas. Estos cambios pueden realizarse con ritmos muy diversos, ser producto de una sustitución paulatina, relativamente poco perceptible, o ser el resultado de acciones más drásticas. Pero en toda ciudad están presentes las huellas derivadas de las acciones de distintas generaciones, las cuales se superponen, entrelazan y decantan históricamente.²⁴

Y es en la confluencia de las acciones de diferentes generaciones y grupos sociales la que va conformando –y condicionando– los símbolos de identidad urbana, convirtiendo a la ciudad y a sus distintas áreas en memoria histórica necesaria para asentarse en el presente, y proyectar su futuro.

Es en el proceso de uso cuando los espacios urbanos y los componentes que los definen se tornan significativos al producirse la identificación del usuario con los rasgos pertinentes de las calles, los edificios y sus respectivas funciones, porque son contenedores de servicio, de fuentes de trabajo, de lugares de vida y de intercambios, de fiestas y conmemoraciones, de hechos que van marcando la vida de las personas.

En ese proceso de identificación ciudad–ciudadano, desempeñan un papel muy importante los llamados centros históricos, al menos en nuestro país se tiene en cuenta este detalle, y se trabaja siempre en la conservación de los mismos. No corren la misma suerte, algunas otras ciudades donde sus centros son desplazados para imponer sobre ellos al “magnánimo desarrollo”, o como sucede con más frecuencia: se crean “otros centros” que absorben toda la atención de los ciudadanos-consumidores. En estos lugares el centro ya no está encargado de simbolizar lo que contiene. La conformación de la vida social, el urbanismo y la arquitectura son justamente el gran negocio económico y político. Están enteramente concentrados en un conocimiento de los usos, en la

²⁴ Ver: Cárdenas, Eliana: “La recuperación de la ciudad como necesidad imposter-gable”.

división productiva y de consumo, en escalas de evaluación, y no en fuerzas simbólicas de unificación.

Uno de los ejemplos más representativos e importantes de conservación de centros históricos en nuestra ciudad, es el renombrado Proyecto de Restauración de la Oficina del Historiador, que como una característica fundamental presenta –utilizando palabras del propio Eusebio Leal– una preocupación no solo por la cuestión monumental, sino también por la cuestión humana.²⁵

Si se habla seriamente de transformar los centros históricos y convertirlos de nuevo en lugares vitales, seguros, donde la cultura sea la protagonista del desarrollo humano, entonces estamos hablando no solo de transformar estructuras de madera y piedra, sino también de transformar estructuras sociales [...] Proyectamos una relación nueva, una convivencia sencilla entre las personas del lugar y las que visitan, entre todos y el medio ambiente, una relación que incorpore los nuevos conceptos de género y de inclusión.²⁶

Estamos hablando de espacios urbanos antiguos, cargados de sentido, intereses e imaginación, de un contenido cultural, de valores e historia; que sus habitantes consagran para expresar en sus modos, estilos y representaciones, en su andar diario.

La escena urbana no es un campo estático y superficial, sino que está cargada de una vida que constituye lo más importante de la misma, ya que las personas son a la vez quienes reciben lo que comunica el ambiente. Es imprescindible analizar los espacios de la ciudad para conocer sus valores, que significan, así como sus aspectos positivos y negativos, para poder actuar sobre ellos.

Además se debe comprender que el valor cultural no está restringido exclusivamente a las zonas antiguas, sino que el territorio urbano como conjunto tiene o debe tener un determinado valor o

²⁵ Ver: Eusebio Leal Spengler, *ob. cit.*

²⁶ *Ídem.*

cualidad, entonces hay que mirar detalladamente lo que pasa, no solo en los centros principales, sino en toda la masa, construida o no, que constituye la ciudad. Se trata de poner la vista en toda la ciudad para descubrir y proteger lo valioso y mejorar aquello que pudiera ser menos.²⁷

Significa entonces que necesitamos dar una segunda mirada a la ciudad, con el fin de notar, de presenciar otros espacios que la constituyen, y que a la vez nos constituyen a nosotros mismos, escenas que a veces por estar tan cerca no percibimos. Autores como Mario Coyula, nos hacen ver como en nuestro caso, desde las particularidades que conforman el ser cubano, resulta interesante adentrarse en un breve análisis de la *calle* y el *barrio*, como espacios donde también se dan un conjunto de situaciones que tributan a los estudios que nos ocupan.

En varias bibliografías se retoma el tema de que un espacio público a menudo olvidado, resulta ser “la calle”; que en la trama tradicional de la ciudad ocupa entre una quinta y una cuarta parte de la superficie total, y constituye la red de canales por donde se realizan las conexiones físicas en la vida diaria, y desde donde se percibe fundamentalmente la imagen urbana.

En teorías propuestas por autores a nivel internacional, se puede percibir la preocupación por el alto nivel de movilidad de las ciudades, provocado por un intenso flujo de información y circulación vial –compuesto fundamentalmente por el flujo de personas, vehículos e informaciones– una circulación constante que apunta hacia una estructura que privilegia a las calles, las avenidas, gracias a su capacidad de enlazar, de conectar el flujo, en contra de la intensidad del encuentro y la afluencia de personas que posibilitaban los viejos espacios urbanos.

“Cuando la calle se mira solamente como una pista para circular o estacionar vehículos automotores, su peso proporcional en área dentro de la ciudad central parece excesivo. Sin embargo, la calle en esos sectores se emplea también intensamente para otros usos: vender y comprar, pasear, conversar, jugar, mirar y ser vistos.”²⁸

²⁷ Ver: Ángela Rojas, *ob. cit.*

²⁸ Ver: Mario Coyula, “El traje empieza por el ojal”.

Un ejemplo resulta ser el proyecto de la calle Aramburu. Centro Habana es el territorio más denso y menos verde de la capital, lo cual se agrava por el hacinamiento y la congestión del tránsito, pero en cambio la zona tiene una envidiable posición abriendo al mar a lo largo del Malecón, muy cerca de la Rampa y la Universidad. El proyecto de calle – parque toma la calle Aramburu y a través del diseño la transforma para volverla más amistosa al peatón, sin descartar totalmente al tránsito. Al hacerlo, reconoce y refuerza la apropiación espontánea que la población ha dado tradicionalmente a la calle en las zonas centrales. El concepto se basa en la diversidad, buscando una coexistencia entre el árbol, el peatón, la bicicleta y los vehículos automotores; y genera espacios para estar, pasear o jugar; para niños, adultos, ancianos, para la población local y los visitantes. De esa manera se aprovecha una extensa red vial, que permanecía hasta entonces subutilizada.²⁹

La calle es en definitiva el canal por donde se producen los desplazamientos de personas y mercancías, y desde ella se reconoce a la ciudad y orientan los recorridos. Reconocimiento y orientación, acciones cada vez más complejas de realizar; porque del mismo modo en que la ciudad cambia constantemente, la idea de ciudad para nosotros también tiende a cambiar. Por ello es necesario hacer altos para reflexionar y tomar distancia. Porque repensar la ciudad es mirarla con ojos de sabio y de niño, de nativo y extranjero, de preservador y de renovador, de idealista y empresario, de agente y sujeto de cambio.³⁰

De la evolución histórica de La Habana, se percibe la complejidad de su carácter y personalidad, no solo identificada con el casco histórico colonial, sino en cada uno de *los barrios* en los cuales se asientan los diferentes grupos sociales, cuyo carácter se define a partir del sistema de valores culturales que los representan.

Es cierto que una ciudad se transforma día a día, no solo por el paso de los años, sino también por el paso de nuestras manos;

²⁹ Ver: Mario Coyula, *De la habana mañana a la habana cotidiana. Sobre estrategias, talleres y calles-parques*.

³⁰ Coyula, Mario, "Repensar la ciudad", *ob. cit.*

pero es importante tener en cuenta que una ciudad también necesita rehabilitarse, repararse, recuperarse y a su vez seguir insertando en su trama obras contemporáneas de calidad que alcancen validez universal, a partir de respetar las esencias de su identidad nacional, sin dejarse imponer patrones globalizados, anónimos, ni tampoco caer en un folclorismo barato para vender, como sería en nuestro caso específico, una falsa cubanía.

La Habana, al igual que toda gran ciudad existe como unidad sólo en abstracto. Es cierto que algunos componentes y problemas tienen que ser enfocados a escala metropolitana, pero la forma de la ciudad y la vida de sus habitantes están muy ligadas a los barrios: unidades territoriales mucho más pequeñas, coherentes e identificables que tienen su propia imagen, carácter y escala, sus propias funciones y pautas de utilización del espacio público. Hay problemas que visto a escala de toda la ciudad son muy grandes, y cuando se les trata de buscar solución con esa óptica todo se vuelve complejo y costoso, lo que puede crear una sensación de impotencia y desaliento. Sin embargo, si esos problemas se fraccionan y atienden a nivel de barrio antes de que se vuelvan demasiado grandes, pueden aparecer soluciones parciales con tecnologías alternativas y participación de los vecinos.³¹

El derecho y el deber de la población a participar en el desarrollo del proyecto social que se estructura en nuestro país, abre las posibilidades a que este criterio se lleve a todos los campos de la acción social y de esta forma potenciar los criterios de la población para que la toma de decisiones tenga un referente significativo de la realidad donde se conforman los problemas que se pretenden solucionar. La participación debe convertirse en un mecanismo de autoevaluación de los pobladores, que permita entender a los técnicos como acompañantes en el camino, y a los dirigentes y líderes barriales como representantes de las inquietudes, intereses y sueños de una comunidad.

³¹ Mario Coyula, "Dándole taller al barrio".

La vida de un barrio tiene su propia expresión sociocultural bien definida que se evidencia a través de las formas concretas de actuar y comunicaciones entre sí, utilizando formas específicas del lenguaje, el cual debe ser visto, en estos casos, como una forma de cultura urbana, la cual se debe fomentar y educar para las más positivas acciones con relación a la comunidad, y por ende hacia la ciudad.

Cuando hablamos de cultura urbana, no nos referimos sólo a la interpretación pasiva del escenario visual, sino a los múltiples y continuos cambios de significados que se producen a causa de las vivencias sociales, con independencia de la voluntad de diseño implícita en un determinado espacio.³² En el proceso progresivo de urbanización contemporáneo, la ciudad constituye definitivamente la *segunda naturaleza* del hombre, no ya arbitraria y espontánea, sino acorde a sus necesidades materiales y espirituales. Comprender el carácter, el sentido, los valores positivos y negativos de este artefacto territorial, es una necesidad imperiosa de la cultura colectiva comunitaria.

En una ciudad así, no más diseñada por unos pocos iluminados, sino gestada, parida y cuidada colectivamente con esfuerzo y amor, podrá tal vez alcanzarse la tan buscada y difícil armonía que integre la unidad con la variedad, lo histórico con lo contemporáneo, lo singular con lo representativo, lo culto con lo popular, la expresión personal con la voluntad colectiva, el espíritu local con lo nacional y mundial, en fin, la tradición junto al cambio.

De este modo, han aparecido como elementos muy particulares de nuestras ciudades, *el barrio, la calle y los centros históricos*, como espacios que se potencian culturalmente, no con el fin de lucro o de promover el consumo, no como lugares que constituyen expresiones de inclusión-exclusión, sino como sitios en donde se busca llegar a una alternativa que ayude a recuperar todo lo perdido y lo que se sigue perdiendo en la ciudad.

Sobre todo es importante tener estos elementos en cuenta, porque ayudan a formar una visión mucho más real y completa

³² Ver: Roberto Segre, "La Habana, polisignificación cultural en su marco físico".

que permita descubrir a nuestra gran pequeña urbe, para dibujarla, para vivirla, “...—como quería la condesa de Merlín— inmerso en su más recóndita y entrañable intimidad.”³³

Para algunos La Habana es un impresionante patrimonio construido que debe ser preservado por razones culturales, utilitarias y sociales. Para otros, es un marco de referencias simbólicas con importancia fundamentalmente político-ideológica por su papel en la preservación de la identidad nacional y como vitrina para visitantes. Para otros, en fin, La Habana es principalmente un campo propicio para inversiones productivas, pero también una carga insostenible de problemas acumulados sin solución visible a la mano. Para todos, la ciudad es un territorio conocido que oscila entre amable y hostil, donde desarrollan su vida cotidiana.³⁴

Vida cotidiana, que en las últimas décadas comienza a verse seriamente afectada, entre otros factores, por el crecimiento desmedido e incontrolado de la población urbana. En este aspecto, La ciudad de La Habana, sufre prácticamente una especie de desbordamiento poblacional. Este es otro tema que está vigente en las principales preocupaciones de los investigadores.

El estudio de los movimientos de población o migraciones constituye una necesidad imperiosa para determinar el grado de influencia de este fenómeno sobre el crecimiento, desarrollo y funcionamiento de territorios y ciudades. Además, hay que indagar no solo en la gente que se va y que viene, sino por qué se va y por qué viene.

Cada vez son más los que abandonan el campo y deciden correr la aventura de instalarse en las ciudades. Tal incremento demográfico genera un intenso e irreversible ciclo de urbanización. Consideraciones de esta naturaleza sitúan el tema de la ciudad y la cultura urbana en el epicentro de los estudios sociales contemporáneos.

³³ Ver: Lisandro Otero, *La ciudad*.

³⁴ Mario Coyula, “Repensar la ciudad”, *ob. cit.*, p. 18.

La Habana en su condición de capital, claramente que no escapa a tales consecuencias y experimenta un fuerte movimiento creciente de desplazamiento que como se conoce agrava las limitadas ofertas de servicios y la disponibilidad actual del fondo habitacional. Estos movimientos influyen en el desarrollo de la ciudad favoreciendo a desajustes funcionales, principalmente en el transporte, la salud, la educación, comportamientos urbanos y culturales. Estos desajustes están asociados fundamentalmente al exceso de población flotante en la ciudad en correspondencia con las posibilidades reales que esta ofrece.

Además de estas consecuencias, nos encontramos ante “el colapso como espacio socialmente homogéneo o previsible, subordinado a la introducción de nuevos individuos y grupos sociales, al entrecruce de las vidas, las memorias y las historias de los hombres, lo cual repercute en las nuevas relaciones humanas y sociales, y en la construcción de nuevas identidades.”³⁵ Al quebrarse las formas habituales y conocidas que conforman la cotidianidad, ocurre un proceso de desestructuración y reestructuración de las representaciones, hábitos, expectativas, normas que articulan y dan cuerpo al desarrollo de la vida, surgen así nuevas formas de relación entre el sujeto y su contexto.

El ciudadano actual se encuentra ante una nueva percepción del tiempo y la distancia, frente a nuevas representaciones del diálogo y la comunicación, nuevas relaciones con el conocimiento, otra conceptualización de lo que significa lo bueno y lo malo, lo útil y lo inútil, lo entretenido y lo aburrido, en fin, una reestructuración de identidades.

Cuando hablamos de identidad en nuestro país, sobre todo en la actualidad, debemos comenzar a tener en cuenta para el análisis, el hecho de que habitar identidades, puede también significar, dar cuenta de la emergente diversidad de la sociedad cubana, y los desafíos que se plantean en términos simbólicos, lo cual exige una mirada a lo fronterizo, a lo híbrido del comportamiento de identidades alternas, constituidas o deterioradas durante tiempos de crisis.³⁶

³⁵ Ver: José Manuel Noceda, “Notas sobre ciudad, nomadismo e interculturalidad”.

³⁶ Ver: Alain Basail, “Habitar la identidad. La cultura y lo social invisible”, *ob. cit.*

Al acceder a la ciudad y crearse nuevas comunidades, los nuevos sujetos sociales alborotan la composición, el carácter y la diversidad del entorno urbano. Podría decirse, además, que es uno de los escenarios donde se prolongan las tensas contaminaciones entre lo local y lo global, enriquecido esto a su vez por las migraciones. Estos nuevos sujetos arrastran consigo sus costumbres, sus hábitos; son portadores de nuevas sensibilidades e improntas culturales; y estas penetran las fisuras del contexto que los asimila, instrumentando prácticas enriquecedoras.

Tenemos entonces, como puntualizaba Herrera Ysla en la 7ª. Bial de La Habana, que construir espacios nuevos, o reconstruir nuestros espacios tradicionales de comunicación, donde podamos confrontar nuestras particularidades como individuos, nuestras diferencias, reconocer nuestras otredades en carne propia, a ojos vista y no a través de pantallas.³⁷

Debemos abrir bien nuestros ojos, porque aunque a veces nos descubrimos enmarañados entre los malos conceptos y el ajetreo insaciable que implica desarrollar la vida actualmente, lo que nos hace alejarnos inconscientemente de *los otros* y de nosotros mismos, existe la continuación de ciertos entramados sociales con carácter participativo en el que fluyen los contactos directos, como parques, plazas, edificaciones, modelados en parte por redes urbanas y arquitectónicas que no han sucumbido al imperio del automóvil, la torre de apartamentos, los centros comerciales, etc. De ahí el valor de retomar con fuerza el espacio de ciudad como espacio de comunicación, porque es en definitiva lo que necesitamos con premura, comunicarnos, no a través de la tecnología, sino con el corazón.

Debemos lograrlo para entender a autores como García Canclini, cuando anuncian que es importante que la cultura sea visualizada como un proceso de fusión múltiple, no donde culturas nacionales se vean anuladas por las culturas imperiales y poderosas, sino donde se producen intercambios entre unos y otros, generando de ese modo, nuevas estructuras, objetos y prácticas. Porque se trata de admitir lo multicultural, como respeto a la diferencia.

³⁷ Tomado de: Herrera Ysla: "Comunicación en tiempos difíciles, uno más cerca del otro".

La riqueza del mundo contemporáneo radica en esas diferencias culturales, independiente de su sustrato y formación económica. Somos otros, al igual que “ellos” son otros. La otredad es condición esencial del mundo.

En el caso de nuestro país, se puede mirar desde otra óptica incluso, porque como señalara Eusebio Leal,³⁸ la presencia de diversas culturas en la conformación del ser nacional nos ayuda, porque nos hemos anticipado a una de las cuestiones principales de los tiempos actuales, nos hemos anticipado al drama de la interculturalidad; lo que nos proporciona ese modo de ver y de sentir, que tiene de todo un poquito, influencias que también se lleva la ciudad impreso en sí.

Y no es cosa nueva lo de nuestras experiencias interculturales, sería interesante recordar a Fernando Ortiz cuando expresó: “Pero pocos habrá como el cubano, donde en un espacio tan reducido, en un tiempo tan breve y en concurrencias inmigratorias tan constantes y caudalosas, se hayan cruzado razas más dispares, y donde sus abrazos amorosos hayan sido más frecuentes, más complejos, más tolerados, y más augurales de una paz universal de las sangres.”³⁹

“La ciudad cubana es la evidencia material de la identidad de nuestro pueblo, de un pensamiento desarrollado desde la colonia hasta la actualidad [...] esa identidad de ciudad –puerto, ciudad– mezcla, ciudad abierta a las influencias que con calidad de oficio y creatividad de artista transculturó su propia fisonomía y forma de ser.”⁴⁰

Bibliografía citada

- Basail, Alain, “Habitar la identidad. La cultura y lo social invisible”, en: *Anuario del Centro de Estudios Superiores de México y Centro América*, Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, México, 2004.
- Cárdenas, Eliana: “Uso y significado del espacio público”, en: *Revista de la Facultad de Arquitectura de La Habana*, núm. 3, Instituto Superior Politécnico “José Antonio Echeverría”, Ciudad de La Habana, Cuba, 1999.

³⁸ Ver: Eusebio Leal Spengler, *ob. cit.*

³⁹ Ver: Norma Suárez, *Fernando Ortiz y la cubanidad*.

⁴⁰ Felicia Chateloin, “La globalización al servicio de la integración en la conservación del patrimonio construido”.

- _____, “La recuperación de la ciudad como necesidad impostergable”, en: *Revista de la Facultad de Arquitectura de La Habana*, núm. 3, Instituto Superior Politécnico “José Antonio Echeverría”, Ciudad de La Habana, Cuba, 2000.
- Chateloin, Felicia, “La globalización al servicio de la integración en la conservación del patrimonio construido”, en: *Revista de la Facultad de Arquitectura de La Habana*, núm. 2, Instituto Superior Politécnico “José Antonio Echeverría”, Ciudad de La Habana, Cuba, 2002.
- Coyula, Mario, “Repensar la ciudad”, en: *Revista de la Facultad de Arquitectura de La Habana*, núms. 1-3, Instituto Superior Politécnico “José Antonio Echeverría”, Ciudad de La Habana, Cuba, 1996-1997.
- _____, “Dándole taller al barrio”, en: *Revista de la Facultad de Arquitectura de La Habana*, núm. 2, Instituto Superior Politécnico “José Antonio Echeverría”, Ciudad de La Habana, Cuba, 1999.
- _____, “Dándole taller al barrio”, en: *Revista de la Facultad de Arquitectura de La Habana*, núm. 2, Instituto Superior Politécnico “José Antonio Echeverría”, Ciudad de La Habana, Cuba, 1999.
- _____, “El traje empieza por el ojal”, en: *Revista de la Facultad de Arquitectura de La Habana*, núm. 2, Instituto Superior Politécnico “José Antonio Echeverría”, Ciudad de La Habana, Cuba, 2000.
- _____, “Arquitectura y cultura ciudadana”, en: *Revista de la Facultad de Arquitectura de La Habana*, núm. 1, Instituto Superior Politécnico “José Antonio Echeverría”, Ciudad de La Habana, Cuba, 2000.
- _____, *De la habana mañana a la habana cotidiana. Sobre estrategias, talleres y calles-parques*, 7^a. Bienal de La Habana, Centro de Arte Contemporáneo Wilfredo Lam, 2000–2001. Tomado del catálogo general de la 7^a Bienal de La Habana.
- Dávalos, Roberto, *Ciudad y cambio social en los 90*, IV Taller de Desarrollo urbano y participación, Dpto. de Sociología, Facultad de Filosofía e Historia, Universidad de La Habana, 1999.
- Debord, Guy: *La sociedad del espectáculo*, <http://www.sindominio.net/ash/espect.htm> (último acceso noviembre de 2008).

- De Certeau, Michel, *La invención de lo cotidiano. Artes de hacer*, Universidad Iberoamericana, México, 1980.
- García Canclini, Néstor, *Aún ignoramos en qué urbe vivimos*, en: <http://www.jornada.unam.mx/1998/nov98/981126/canclini.html> (último acceso agosto de 2000).
- _____, Néstor: *Ciudad invisible, ciudad vigilada*, <http://www.jornada.unam.mx/1997/may97/970518/sem-nestor.html> (último acceso junio de 2002).
- _____, *Imaginario urbanos*, EUDEBA, Buenos Aires, 1999.
- _____, *Consumidores y ciudadanos, conflictos multiculturales de la globalización*, Grijalbo, México, 1995.
- Herrera Ysla, “Comunicación en tiempos difíciles, uno más cerca del otro”, 7ª. Bial de La Habana, Centro de Arte Contemporáneo Wilfredo Lam, 2000–2001. Tomado del catálogo general de la 7ª Bial de La Habana.
- Leal Spengler, Eusebio, *El desarrollo de la cultura, única certeza para un proyecto sostenible legítimo*, en: <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric01a05.htm#1#1> (último acceso junio de 2005).
- Martin Barbero, Jesús, *De la ciudad mediada a la ciudad virtual, transformaciones radicales en marcha*, <http://www.innovarium.com/CulturaUrbana/VirtualJMB.html> (último acceso mayo de 2000).
- _____, *Reconfiguraciones comunicativas de lo público*, Departamento de Estudios Socioculturales, ITESO, Guadalajara, México, 2001.
- Noceda, José Manuel, “Notas sobre ciudad, nomadismo e interculturalidad”, 9ª. Bial de La Habana, Centro de Arte Contemporáneo Wilfredo Lam, 2006. Tomado del catálogo general de la 9ª Bial de La Habana.
- Ospina Bozzi, Carlos, “La ciudad vista desde Unicarta”, en: *Unicarta*, núm. 101, Revista de la Universidad de Cartagena, mayo de 2004.
- Otero, Lisandro, *La ciudad*, 9ª. Bial de La Habana, Centro de Arte Contemporáneo Wilfredo Lam, 2006. Tomado del catálogo general de la 9ª Bial de La Habana.
- Rojas, Ángela, “Armar la ciudad”, en: *Revista de la Facultad de Ar-*

- quitectura de La Habana*, núm. 1, Instituto Superior Politécnico “José Antonio Echeverría”. Ciudad de La Habana, Cuba, 2002.
- Segre, Roberto, *Centros y bordes en las urbes difusas*, en: <http://www.etsav.upc.es/personals/iphs2004/urbper/num01/art01-2.pdf> (último acceso octubre de 2007).
- _____, “La Habana, polisignificación cultural en su marco físico”, en: *Memorias del Ier. Simposio de la Cultura*, Dirección Provincial de Cultura, La Habana, 1983.
- Suárez, Norma, *Fernando Ortiz y la cubanidad*, vol. 1, Fundación Fernando Ortiz y Ediciones Unión, La Habana, 1996.

Estética, arte y consumo. Su dinámica en la cultura contemporánea, libro editado con los fondos del Cuerpo Académico de Estética y Arte de la Facultad de Filosofía y Letras de la BUAP, coordinado por José Ramón Fabelo Corzo. Se terminó de imprimir en noviembre de 2011 en los talleres de Prerensa Digital, Caravaggio no. 30, Col. Mixcoac, C. P. 03910, México D.F. Se tiraron 500 ejemplares. El cuidado de la edición estuvo a cargo de María de los Ángeles Serrano Vázquez. El diseño editorial y maquetación es de Bertha Laura Alvarez Sánchez (La Aldea, consultoría editorial y gráfica). La imagen de la portada corresponde a la obra de Andy Warhol *Campbells Tomato Soup*, 1962 (http://www.settemuse.it/pittori_scultori_americani/andy_warhol.htm)



El presente libro, editado de manera conjunta por la Facultad de Filosofía y Letras de la BUAP y el Instituto de Filosofía de La Habana, reúne algunos de los principales resultados del Proyecto de Investigación *Coordenadas epistemológicas para el análisis estético de la cultura y su relación con el consumo*, coordinado por el Grupo de Investigación sobre Estética, Cultura y Arte, perteneciente a la institución cubana, con la colaboración de los cuerpos académicos de *Estética y Arte* y *La Estética y Los Medios*, ambos asociados a la Maestría en Estética y Arte de la BUAP. Componen el libro tres partes fundamentales. La primera está referida a los problemas epistemológicos y axiológicos que supone la compleja relación actual entre estética, arte y cultura; la segunda centra su atención en el tema del consumo, abordado desde una perspectiva teórico-general y en sus ricos vínculos con la cultura y el arte; la tercera pone en evidencia la movilidad del consumo cultural a través de todo el entramado social, destacando sus nexos con diferentes facetas de la vida social.

En alusión a la emblemática obra de Marcel Duchamp, *La Fuente* es el título general de la colección de publicaciones de la Maestría en Estética y Arte de la BUAP que compendia y da a conocer los principales resultados investigativos de sus profesores, colaboradores, estudiantes y egresados.

