

00262 1
2ej.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ARTE COMO VERDAD

T E S I S
PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRO EN ARTES VISUALES.
CON ORIENTACION EN ESCULTURA
Q U E P R E S E N T A
JUAN FRANCISCO MOYAO PEREZ
MEXICO, D. F. 1992



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE

| | PAGINAS |
|---|---------|
| INTRODUCCION | 1 |
| CAPITULO 1 SOCIEDAD MODERNA Y SECULARISMO. | 6 |
| 1.1. Deshumanización de la cultura. | 6 |
| 1.2. Nihilismo. | 8 |
| 1.3. Secularización de la realidad social.... | 10 |
| 1.4. La fe en el progreso. | 12 |
| 1.5. Degeneración de la conciencia. | 14 |
| 1.6. Arte y secularismo. | 16 |
| CAPITULO 2 ARTE Y ALIENACION. | 20 |
| 2.1. Alienación, sociedad y arte. | 22 |

| | | |
|------------|--|----|
| CAPITULO 3 | COMERCIALIZACION DEL ARTE. | 31 |
| 3.1. | Antecedentes. | 31 |
| 3.2. | La transformación de la obra de arte en mercancía. | 36 |
| 3.3. | Comercialización del arte y capitalismo. | 40 |
| 3.3.1. | Efectos de la comercialización del arte. | 42 |
| 3.3.2. | La burocratización del consumo artístico. | 48 |
| 3.3.3. | Las galerías y el artista. | 54 |
| 3.3.4. | La comercialización del arte y los museos. | 57 |
| CAPITULO 4 | ARTE Y MEDIOS DE MASAS. | 64 |
| 4.1. | Los múltiples, posibilidades a futuro.... | 70 |
| 4.2. | Reproducción masiva y estandarización.... | 73 |
| 4.3. | Los medios electrónicos de comunicación masiva y el arte de masas. | 75 |
| 4.3.1. | Los medios masivos y sus detractores.... | 76 |
| 4.4. | Los niveles de calidad: Kitsch, arte y medios de masas. | 82 |
| 4.4.1. | El concepto de arte: objetualidad y valor. | 82 |
| 4.4.2. | La amenaza del kitsch como antiarte.... | 84 |
| 4.4.3. | Contra la distinción arte-kitsch..... | 87 |
| CAPITULO 5 | MUERTE DEL ARTE. | 90 |

| | | |
|--------------|---|-----|
| CAPITULO 6 | SITUACION ACTUAL DE LOS ARTISTAS. | 102 |
| 6.1. | Entre el "éxito" y el fracaso. | 102 |
| 6.2. | Alternativas del artista frente a la comercialización. | 111 |
| 6.2.1. | Responsabilidad individual. | 113 |
| 6.2.2. | El carisma: un poder sin estructura. | 115 |
| 6.2.3. | Conocimiento visionario. | 120 |
| CAPITULO 7 | CONCLUSIONES. | 126 |
| NOTAS | | 148 |
| BIBLIOGRAFIA | | 157 |

INTRODUCCION

El trabajo que se presenta a continuación es producto de la preocupación del artista plástico por comprender cabalmente la manera en que el fenómeno visual ocurre en la cultura contemporánea. Esta preocupación se encuentra vinculada a su vez, con la comprensión de los procesos a través de los cuales se desarrolla la producción artística en la actualidad. Sin embargo, el estímulo principal para emprender el análisis de la situación actual del arte, proviene de la propia práctica profesional de quien escribe estas líneas, pues ha sido a través de la propia experiencia, que muchos de los problemas aquí planteados han debido enfrentarse y resolverse de acuerdo con una convicción y un compromiso

personales con el mismo quehacer artístico.

El interés por la problemática teórica que rodea nuestra disciplina radica así, en la necesidad de corroborar los resultados obtenidos en la práctica. Respecto a lo cual, podemos decir que en mayor medida nuestro propósito se ha logrado, pues a través del estudio de los escritos sobre el tema, hemos podido dar respuesta a la mayor parte de nuestras interrogantes. Gratamente sorprendidos hemos obtenido conclusiones en el terreno de la teoría, que con anterioridad se habían alcanzado en la labor creativa. Este hecho nos alienta y acicatea a continuar con más entusiasmo, pero también con más responsabilidad en nuestra tarea de producción plástica, pues creemos que los logros obtenidos nos plantean nuevos objetivos a alcanzar.

Las razones por las cuales hemos elegido los diversos temas a tratar, tienen origen en la dinámica misma del trabajo de investigación, cuya selección y organización obedeció al orden que el mismo trabajo nos impuso. Este orden responde a una secuencia lógica en la que el marco histórico-social determina y explica la situación en la que ocurre la producción artística contemporánea. Cada uno de los temas desarrollados constituye una aproximación a los diversos aspectos que condicionan y norman la conducta del ser humano de nuestro tiempo. Ello responde al hecho de que sólo la comprensión integral de la realidad en la que transcurre la praxis del

artista moderno, puede proporcionarnos la demarcación de las líneas a seguir dentro del campo de la creación estética.

Es por ello que los dos primeros capítulos se ocupan de explicar las causas y consecuencias de la creciente deshumanización que experimenta la sociedad moderna, y de su influencia sobre la cultura y el arte actuales. Encontramos por ejemplo, que fenómenos como el nihilismo y la alienación constituyen elementos distintivos del mundo contemporáneo y que su comprensión es de importancia fundamental para el reconocimiento de nuestra realidad. La discusión de estos temas nos llevó a plantearnos en el siguiente capítulo, la cuestión de la comercialización del arte y sus efectos, tanto sobre la obra de arte como del quehacer artístico. Creemos que es esta sección del trabajo, la que constituye su parte medular, pues en ella se plantea la hipótesis principal, en torno a la cual giran los problemas y explicaciones planteados en los demás capítulos.

El cuarto capítulo se refiere a la relación que guarda el arte con los medios de comunicación masiva. La importancia de este tema es la de dilucidar la manera mediante la cual el espectador de nuestros días asimila los mensajes visuales, los símbolos y códigos transmitidos por los medios de masas. Pues éstos proyectan una cantidad de información cada vez mayor, utilizando para ello la más moderna tecnología del video y la informática. Nuestro interés primordial radica

en establecer criterios que nos permitan reconocer los efectos que tiene sobre la imagen, el desgaste constante de los códigos de percepción ocasionado por su precipitado consumo a través de los medios, hecho que ocurre en tiempos cada vez más cortos.

El quinto capítulo se encuentra destinado a hacer una breve recapitulación de los principales problemas que han sido señalados por diversos estudiosos como las causas de la llamada "muerte del arte". En él se lleva a cabo su discusión y análisis a fin de esclarecer los verdaderos motivos del deterioro del arte y de el temor por su posible desaparición. El siguiente capítulo es consecuencia de todos los anteriores, ya que en él se analiza la situación actual de los artistas. En este espacio hemos querido pormenorizar los problemas que enfrenta, de manera particular, el individuo que ejerce la profesión artística en nuestra sociedad. Este tema constituye el punto de partida de nuestras preocupaciones y en el hemos intentado plantear los argumentos que a nuestro juicio explican cuáles son los problemas y las alternativas que enfrenta el artista contemporáneo.

Finalmente, el capítulo bajo el nombre de conclusiones, pretende ofrecer un panorama completo de los fenómenos que en los capítulos precedentes fueron desarrollados y analizados, y que caracterizan y conforman a la sociedad moderna. Sin embargo, este capítulo no es sólo una re-exposición

de los temas ya tratados, sino que busca plantear algunas cuestiones que faciliten la obtención de una nueva perspectiva para el futuro del arte.

A guisa de nota añadiremos que hemos elegido un sistema de citación, que refiere las citas o notas por medio de una numeración corrida que corresponde a cada capítulo por separado, y cuyo índice se encuentra en una sección especial al final del trabajo. Hemos preferido darle esta ubicación a fin de aligerar la lectura, pues nuestro propósito ha sido el de presentar de una manera simple pero bien documentada, un tema por demás polémico.

CAPITULO 1

SOCIEDAD MODERNA Y SECULARISMO.

1.1. Deshumanización de la cultura.

En la actualidad vivimos lo que parece ser el declive de la cultura moderna. Esta da la impresión de haber caído en el dominio de lo precario, debido a que los valores que la sostenían en el pasado ya no parecen absolutos.(1) Las causas de este deterioro deben buscarse en las determinaciones que imponen los fenómenos que caracterizan a la modernidad, y cuyo origen se encuentra en tremenda aceleración del progreso científico y tecnológico propio del sistema de producción capitalista. Una de sus consecuencias ha sido, que nuestra sociedad se encuentre bajo el dominio de una tecnología sin alma, que parece condenar al hombre a su

autodestrucción.

Por otra parte, el imperativo de consumo y producción de "cosas nuevas", dictado por las necesidades de expansión y permanencia del sistema económico, ha convertido al mundo en un lugar solitario y recluso: haciéndonos olvidar que el hombre no vive sólo de pan, sino también de ideal y fe.(2) Esta aseveración es una de esas verdades primarias que algunos consideran como totalmente pasadas, y que sin embargo, son la base de todo valor moral.

Así pues, si consideramos que, según el sociólogo Emile Durheim, "sólo las metas colectivas tienen un valor auténticamente moral", podremos percatarnos de que su ausencia revela el desmoronamiento de la realidad común de la sociedad.(3) Mismo que es resultado de la infiltración del racionalismo en todos los ámbitos de la vida moderna. Por lo que se puede afirmar que este proceso de racionalización de la realidad, tributario del desarrollo de la ciencia y la tecnología, ha reducido a escombros el aspecto divino, mítico y sacramental de nuestra sociedad,(4) debido a que la prevaleciente concepción científica del mundo, pasa por alto muchas de las necesidades vitales para la cultura y para el desarrollo creativo de la realidad, al negarse a reconocer la realidad de cualquier experiencia que no pueda ser probada científicamente.

Al respecto es importante mencionar, que Heidegger

encuentra en la revolución tecnológica, la causa principal del proceso de deshumanización que caracteriza a la modernidad. Para este autor, la crisis del humanismo que enfrentamos en la actualidad, se manifiesta en el eclipse de los ideales humanistas de la cultura, en favor de una formación del hombre centrada en la ciencia y en las facultades productivas dirigidas racionalmente.(5) Así pues, se ha dicho con justicia que en estas condiciones, la ciencia y la tecnología anulan a la Naturaleza, anulan a Dios y anulan al hombre.

1.2. Nihilismo.

"Dios ha muerto..." escribió Nietzsche, y esto es cierto en la medida en que el saber ya no tiene necesidad de llegar a las causas últimas, en que el hombre ya no necesita creerse con un alma inmortal. Dios muere, porque se le debe negar en nombre del mismo imperativo de verdad que siempre se presentó como su ley, y con lo cual, pierde también sentido el imperativo de la verdad. Así, Dios muere, porque ha dejado de ser la sólida clave de bóveda, de una construcción intelectual y moral capaz de dar un sentido a la búsqueda metafísica del hombre.(6)

Para Nietzsche, la muerte de Dios constituye la "desvalorización de los valores supremos", y su consecuencia es el hundimiento de la moral europea, suceso que deviene en la aparición del nihilismo consumado en la sociedad moderna.

(7) Nietzsche, quien comprendió mejor que nadie el fenómeno de la decadencia, y consideró que el nihilismo era uno de sus rasgos esenciales, anunció el apogeo de éste: "Toda nuestra cultura europea se orienta, desde hace tiempo, en medio de una torturada tensión que aumenta década tras década, hacia algo muy parecido a la catástrofe: incansablemente, violentamente, precipitadamente...". La nuestra "es una época de gran decadencia y desintegración internas". El nihilismo radical, dijo, "significa la convicción de que la existencia es absolutamente insoportable".(8)

En el plano conceptual, el nihilismo encuentra su expresión en lo que Nietzsche llamó "el eterno retorno". Este filósofo consideró que la existencia "tal cual es", sin tener un sentido, ni una finalidad, vuelve ineluctablemente a "la nada"; creyó en el eterno retorno de los mismos eventos a intervalos gigantes. Y debido a que esta hipótesis niega las causas finales y llega a la concepción de "el absurdo", representa para Nietzsche, "la hipótesis más científica posible", en consideración a que, "si la existencia tuviera una causa final, ya la habría alcanzado".(9)

Lo cierto es que el nihilismo al proclamar que no hay verdad, ni hay absoluto, se convierte en la lógica de la decadencia. Por ello, en nuestra sociedad moderna el individuo no se siente atado a ninguna forma social por un lazo perdurable e incontestable; el individuo goza entonces,

de la libertad de aislarse y cuestionar no sólo su fe en Dios, su fe en la ciencia o su fe en cualquier ideología, sino su fe en todo.(10)

1.3. Secularización de la realidad social.

La situación actual puede describirse por lo tanto, como una crisis de fe, en la cual, los seres humanos han perdido su confianza, como dijimos, no sólo en la religión sino también en la ideología política y aun en la ciencia. Esta crisis de fe representa a nuestro modo de ver, uno de los problemas más graves que enfrenta la civilización contemporánea, puesto que una de sus consecuencias es la incapacidad de una gran mayoría de individuos para entregarse a un ideal, una causa o un objetivo. Es así que hoy en día, las nuevas generaciones se preguntan con insistencia y angustia ¿puedo consagrar mi vida a algo? Por ello, cada vez mayor cantidad de gente joven marcha despreocupadamente hacia el arroyo de la calle, hacia la descomposición y la nada.(11)

Vemos pues, que aun cuando Freud rechazó la religión, considerándola simplemente como "un espejismo neurótico", y siempre creyó que el mundo del mito y de lo mágico eran errores que había que rechazar y sustituir por el mundo de la ciencia; hoy podemos percatarnos de que estos valores, estas ilusiones, han sido positivas, han funcionado como

un apoyo en la vida, y han proporcionado cohesión, vitalidad y creatividad a las civilizaciones, y que ahí donde han desaparecido, ha habido una pérdida de equilibrio, y un sentimiento de inseguridad.(12)

Podemos reconocer entonces, que la desintegración de las grandes religiones ha dejado un profundo vacío en la vida del hombre moderno, ya que éstas dan o pueden dar un sentido a la existencia y a la muerte, incluso una explicación del mundo.(13) Sin embargo, en la actualidad los valores espirituales han ido desapareciendo a medida que los valores materiales han ganado terreno, y la consecuencia principal de ello ha sido, la grave alteración de los impulsos y motivaciones psicológicas que sufre la sociedad de hoy.(14) En este sentido encontramos que, durante el siglo XX la ciencia ha tenido poco que decir sobre los valores espirituales. Porqué no obstante que ahora atribuimos más valor al poder tecnológico que a la sabiduría sagrada, el racionalismo científico aún no ha podido proporcionarnos una mitología global y válida para la sociedad industrial; no nos aporta un intermediario del poder divino, una unión cósmica o un sentimiento de pertenecer a un designio superior.(15)

Es así, que aun cuando se ha dicho en favor de la ciencia moderna que es capaz de liberar al ser humano de prejuicios y supersticiones, vemos que paradójicamente se ha convertido en la magia moderna, al regular la vida cotidiana

del hombre moderno a través de la técnica, debido a que el individuo común es cada vez más dependiente de la producción intelectual y material de la sociedad como un todo.

1.4. La fe en el progreso.

Por otra parte, encontramos que el desarrollo de la ciencia moderna ha enarbolado como uno de sus principios fundamentales, el ideal de progreso. Así, la aparición de la "fe en el progreso", constituye el punto clave de la secularización de la sociedad contemporánea,(16) debido a que su estrecha relación con el racionalismo llevó al hombre del siglo pasado a identificar al progreso de la ciencia con el progreso social, y con el carácter perfectible del ser humano. Esta situación llegó hasta el grado de identificar las enseñanzas evolutivas de Herbert Spencer en la esfera sociológica, con las ideas de progreso como ideas de evolución; y en el caso de la selección natural de Darwin, con las ideas capitalistas de la libre competencia.(17)

Ahora bien, el resultado de estas circunstancias, fue la liberación del desarrollo del progreso técnico de toda traba religiosa, filosófica, estética y moral. Desde entonces el ideal del progreso ha venido afirmándose, cada vez más como un valor en sí mismo, que encuentra su valor final únicamente, en la creación de condiciones en las que siempre pueda existir un nuevo progreso.(18)

Se puede decir que la sociedad contemporánea enfrenta la secularización extrema de la fe, al considerar a "lo nuevo", como su valor fundamental. Este hecho convierte al progreso en "casi una fatalidad", y en lo que Gianni Vattimo llama "rutina". "Lo nuevo" en la ciencia, en la técnica y en la industria, se transforma en la mera supervivencia de estas esferas de actividad.(19) Así por ejemplo, en el campo de la economía, los razonamientos se dan en términos de "tasa de desarrollo" y no de satisfacción de necesidades vitales básicas.(20)

De este modo, la "rutinización" del progreso científico, tecnológico e industrial representa para Vattimo, la "disolución del progreso mismo", es decir, que el progreso al verse privado del "hacia adonde", de una finalidad situada "más allá de sí mismo", llega a convertirse en "la disolución del concepto mismo de progreso".(21) Es así que a partir de un cierto punto, el progreso científico y tecnológico puede resultar contraproducente y convertirse en una forma de alienación. Ello se debe a que el clima de mercado preva- leciente en nuestra sociedad, con sus constantes exigencias de "cosas nuevas", inhibe la creación de valores auténticos y permanentes. De esta manera, surge una "falsa vida" que por desgracia, parece lo más "natural" del mundo, a expensas de una vida con mayor peso y validéz.(22)

1.5. Degeneración de la conciencia.

Es un hecho que al invadir la vida, la técnica y sus mitos, invaden también la cultura. En la actualidad, cultura y arte han sido afectados profundamente por el impacto del racionalismo y la secularización. Hoy presenciamos las perturbadoras consecuencias, tanto intelectuales como morales, de lo que el crítico Irwing Howe ha calificado como "el declive de lo nuevo".(23) Situación en donde una cultura producida y consumida a escala de masas, se ha convertido en una mercancía vendida en serie, casi siempre a precio fijo, y renovada periódicamente. Por lo que la obra espiritual tiende a perder su carácter eterno, o por lo menos de larga duración. Así la cultura se halla sometida en adelante, a la ley industrial de la obsolescencia acelerada, donde un estilo elimina al otro.(24)

Nuestra sociedad contemporánea sufre a consecuencia de estos sucesos, lo que puede calificarse, según Suzy Gablik, como "degeneración de la conciencia".(25) esta acontece en la medida en que los valores prevalentes en la sociedad actual, no son aquellos que buscan el bien común, ni tienen tampoco fundamento alguno en las virtudes morales. Al respecto es importante mencionar la función que desempeña o debiera desempeñar, lo que ha dado en llamarse "conciencia moral" de una sociedad. Esta es según el antropólogo Leslie White: "...proteger a la colectividad de las exigencias del indivi-

duo, y a la vez, servir sus propios intereses, por ello debe influir o regir la conducta "buena" y oponerse a la "mala". De esta manera podemos entender que tanto la función de las ideologías trascendentales, como de las tradiciones culturales y de los sistemas de valores, tienen su razón de ser no sólo en la inherente necesidad del hombre de darle un sentido trascendente a su existencia, sino también en una necesidad de equilibrio social, por lo que la determinación de lo que es el bien y el mal para una sociedad, es cultural e histórica antes que individual y psicológica.(26)

En base a estos argumentos, advertimos que una sociedad que no cuenta con un mecanismo social que regule de manera eficaz la conducta humana, se enfrenta a graves riesgos. En los cuales es necesario reflexionar en la actualidad, y que ya Nietzsche anunciaba como las consecuencias lógicas del nihilismo, en la forma de lo que él llamó: "una larga y fecunda sucesión de rupturas, de destrucciones, de decadencias, de trastornos".(27) Así, la modernidad ha renunciado a los valores esenciales que buscan el bienestar de la humanidad, en nombre del progreso la libertad y la autosuficiencia individuales. Podemos decir que una de las consecuencias negativas de este individualismo exacerbado, es el haber perdido el sentimiento de seguridad que brindaba la tradición, cuyas normas tenían como finalidad decidir, como dijimos antes, lo que está bien y lo que está mal, además de generar un sistema de relaciones estable y duradero que el individuo

podía utilizar para situarse en el orden social, y para marcar unas obligaciones y responsabilidades sociales.(28)

Por ello, la búsqueda de una ilusoria "libertad absoluta" para cada individuo, tiene como efecto que éste adopte una actitud negativa hacia la sociedad al aislar sus propios intereses de los de la colectividad.(29) De esta manera es posible afirmar, que quizá la verdadera crisis de la modernidad radica en la carencia de un sistema de creencias que encamine nuestras acciones por encima de los intereses personales.

1.6. Arte y secularismo.

En estas condiciones la función que cumplía el arte en las sociedades del pasado se ha transformado, al transformarse los valores que normaban su praxis. El arte se ha convertido en nuestra sociedad, en la antítesis de la tradición, en donde cada nuevo estilo se considera como un nuevo comienzo.(30) Para el arte y la ciencia de la actualidad, las creencias tradicionales se asocian con el atraso y la inmovilidad. En la cultura de la modernidad el arte ha perdido su carácter ético y espiritual en favor de las exigencias comerciales impuestas por el sistema socio-económico. Su práctica transcurre ahora en un mundo que nos está ya ni estructurado por una autoridad moral, ni vinculado entre sí por una tradición. Es así que el arte se ha desacralizado,

ha perdido su función de "portador de significados" al olvidar su carga mítica, que lo convertía en un medio adecuado para interpretar la realidad.

El hecho de que el progreso científico no haya sido acompañado por un progreso equivalente en los niveles éticos, tuvo entre otras consecuencias según Herbert Read, el haber destruido no sólo el misterio de lo sagrado, sino también y al mismo tiempo, el haber destruido el misterio de "lo bello". Y cita a Burckhardt, quién lo concibe así: "...desde el comienzo de los tiempos, artistas y poetas se hallan en grandiosa y solemne relación con la religión y la cultura ...ellos son los únicos capaces de interpretar y dar forma imperecedera al misterio de lo bello... A no dudarlo, la belleza sólo puede sentirse a través de manifestaciones artísticas como la arquitectura y la música: sin las artes no sabríamos de la existencia de la belleza". Más aún, nos dice Read, "sin las artes no sabríamos de la existencia de la verdad, pues ella se hace visible, aprehensible y aceptable solamente en la obra de arte"(31)

Por otra parte, la sustitución de los valores trascendentales pertenecientes a los mitos, por valores utilitarios al servicio de la propaganda del consumo de masa, son parte de las limitaciones que el secularismo moderno impone a nuestra sociedad y al arte. Porque aun cuando "el paso de los valores colectivos al individualismo ocurrió durante

el Renacimiento", nos dice Read, "este no trajo consigo un cambio fundamental en la naturaleza del arte; sólo alteró las condiciones en que trabajaban los artistas, liberándolos de disciplinas e inhibiciones, y permitiéndoles una aparente libertad de acción. Esta sólo fue aparente, porque al final, el artista descubrió que no había hecho nada más que cambiar un tipo de dependencia por otro, podía en adelante ser libre de expresarse, pero sólo bajo la condición de que el Yo expresado fuese una mercancía vendible: una forma de servidumbre que aún persiste, y que ha demostrado ser no menos vil que la servidumbre espiritual de la época anterior.(32)

Se puede decir por tanto, que en buena medida ésta situación ha conducido al arte a caer en la mera autoexpresión (sin valores que lo guíen y condicionen) y a asumir que su única prerrogativa lógica y natural, es la libertad de expresión del artista. La coexistencia de valores contradictorios en nuestra sociedad, ha influido de manera decisiva en la transformación del concepto de arte. El hacer a un lado la convicción de que éste debe tener límites bien marcados, nos ha hecho perder de vista cualquier concepción válida de lo que es una obra de arte. Pues sí bien es cierto que el artista moderno ha ganado libertad de expresión, al no contar con criterios que normen y califiquen la práctica del arte (habiendo hecho a un lado el dogmatismo que le imponían los estilos), podemos decir que hoy se enfrenta a un callejón sin salida en el que la tendencia de pluralidad

prevaleciente, nos obliga a considerar "casi cualquier cosa" como arte.(33)

Así pues, de acuerdo con estos planteamientos, consideramos que el origen de la crisis actual del arte se encuentra principalmente en la falta de valores que lo sustenten, y que en ello radica su pérdida de autoridad moral y su falta de credibilidad. Es por eso que en la sociedad contemporánea, el arte provoca desconfianza y parece haber alcanzado sus límites. Las innovaciones no se creen ya posibles, ni deseables y el "perturbar las costumbres" se ha convertido en una rutina más. Hoy nos encontramos, como dijimos antes, frente al "declive de lo nuevo, tanto en el arte como en la sociedad, por lo qué, cada vez se nos hace más difícil creer en la posibilidad y bondad de un nuevo progreso estilístico y de un nuevo salto nuevo salto hacia la forma radical.(34)

CAPITULO 2

ARTE Y ALIENACION.

La actual concepción del arte que califica de "arte" todo lo que figura como tal, puede según Arnold Hauser, significar tanto "el fin del arte", como el principio de una idea completamente nueva de lo artístico.(1) Respecto a la primera de estas posibilidades, debemos mencionar que hace ya 150 años que Hegel anunciaba la "muerte del arte". Es posible que esto haya sucedido ya, porque lo que hoy llamamos arte, es algo muy distinto de lo que tradicionalmente fue. El arte actual es un arte orientado a otros fines, está provisto de un nuevo sentido y posiblemente de una nueva función. Para analizar este punto es importante destacar que, a diferencia del arte moderno, el arte tradicional

no tenía conciencia de sí mismo, ni estaba institucionalizado. Era la expresión de una cultura aceptada y comprendida por una sociedad que vivía en su conjunto como totalidad. Se hallaba mezclado con el saber, la religión y la vida social. Estaba estrechamente ligado al culto, y su función era la de exaltar el fondo sagrado que le daba sentido y unidad a la vida colectiva.(2)

Por otra parte en la época moderna, cuando la sociedad se encuentra dividida en clases antagónicas y la cultura escindida en instituciones diversas, encontramos que el arte ha perdido sus rasgos característicos. Pues a medida que la totalidad social ha ido desintegrandose, el arte ha ido alcanzando su autonomía, no constituye más el "alma" de la sociedad, y se niega a ponerse al servicio de otra causa que no sea la suya.(3) Es por esta razón, como hemos dicho antes, que en la actualidad nadie cree ya en la obra de arte como portadora de un mensaje válido, o como precursora de un futuro prometedor. Muchos artistas se desesperan ante el arte y preven su fin, porque tanto el consumo, como la producción de los objetos que figuran como arte, son formas alienadas de la realidad, puesto que se encuentran alejadas de la verdadera cultura dominadora de la praxis y manipuladas por los gerentes de la economía. Esto sucede en buena medida porque, en realidad el consumidor no elige cuando decide la adquisición de uno u otro producto; es la economía la que elige por él y lo determina al igual

que al productor. La demanda se convierte así, en un artefacto y no representa ya la expresión de una necesidad espontánea.(4)

La actual crisis del arte se hace evidente en la rigidez, insuficiencia y esterilidad, tanto del consumo, como de la producción. Según Hauser, en estas circunstancias, hasta los movimientos que se oponen al arte "manipulado", están sujetos a la manipulación y transcurren en circunstancias artificialmente creadas. Es por ello, que en la modernidad el arte se ha despersonalizado y se halla sometido al anatema de la alienación que la sociedad tecnológica lanza sobre el hombre.

2.1. Alienación, sociedad y arte.

Para hablar del efecto que la alienación ha tenido sobre el arte en la sociedad moderna, es preciso definir y analizar brevemente el concepto mismo de alienación. Marx lo define filosóficamente así: para él la alienación del hombre comienza cuando éste se separa de la naturaleza con el trabajo y la producción. Con su trabajo, "el hombre adquiere una doble esencia, no sólo intelectualmente, en el plano de la conciencia, sino realmente a través del trabajo, y por ello se contempla a sí mismo en un mundo hecho por él...".(5) Así pues, a medida que el ser humano desarrolla su capacidad de dominar y transformar la naturaleza y el medio que le rodea, se enfrenta a sí mismo como alguien

ajeno a su propio trabajo, se ve rodeado por objetos que aunque son el producto de su propia actividad, tienden a escapar a su control y a cobrar un poder propio.(6)

Marx sitúa el origen de la alienación en la economía, al hacerlo, la aplica a toda la extensión de la experiencia humana, ya que considera que la economía gobierna las relaciones entre los hombres y de éstos con la naturaleza. Para él, la alienación revela las contradicciones existentes en un determinado nivel de desarrollo social; por ello existe una relación entre alienación y propiedad privada, y entre alienación y división antagónica del trabajo. La alienación abarca todos los niveles de la realidad social: económico (producción material), científico e ideológico (producción intelectual y espiritual) y político (producción y reproducción de las relaciones sociales de dominación), y por supuesto a la interacción entre esos tres niveles de lo social.(7)

La alienación del hombre frente a los objetos creados por el mismo, es aún más grave en la sociedad capitalista avanzada, donde la emancipación de los productos como mercancías respecto al productor, en cuanto portador de una producción despersonalizada, así como la creciente división del trabajo y su consecuente especialización, dan como resultado que el hombre se fragmente a medida que trabaja. Mientras más ingenioso se vuelve el proceso de trabajo, menos inteligente es el trabajo que se requiere y por lo tanto, la alienación del hombre respecto a la totalidad, se vuelve más

agüda.(8) Al respecto las palabras de Adam Smith en La riqueza de las naciones, describen con exactitud las consecuencias de la alienación del hombre frente a su trabajo en la sociedad capitalista: "La uniformidad de su vida estacionaria (la del obrero parcial) corrompe también naturalmente, la intrepidez de su espíritu... destruye incluso la energía de su cuerpo y le incapacita para emplear sus fuerzas de un modo enérgico y tenaz, como no sea en el detalle para para él que se le ha educado. Su pericia para una ocupación concreta parece haber sido adquirida a costa de sus dotes intelectuales, sociales y guerreras. Y sin embargo, es este el estado en que tiene que caer el trabajador pobre, es decir, la gran masa del pueblo, en toda sociedad industrial y civilizada".(9)

Podemos decir entonces, que la organización de la producción industrial de nuestra sociedad, al haber destruido todas las relaciones directas entre el productor y el consumidor, y canalizar todos los productos hacia un mercado anónimo creó en el trabajador la sensación de distanciamiento frente a su trabajo. Esto se debe entre otras cosas a que, a diferencia del antiguo artesano que trabajaba para un cliente particular, el moderno asalariado "productor de mercancías", trabaja para un comprador desconocido y sus productos desaparecen en el torrente de la competencia comercial.

En la actualidad la transformación de todos los bienes

de la tierra en mercancías, la creciente división social del trabajo, la escisión de cada tarea y el anonimato de las fuerzas económicas, han contribuido a destruir el carácter directo de las relaciones humanas y conducido al hombre a una creciente alienación, es decir, a un alejamiento cada vez mayor de la realidad social y de sí mismo. Erich Fromm definió acertadamente la alienación que sufre nuestro mundo moderno, de la siguiente manera: "Por alienación se entiende un modo de experiencia en el cual la persona se siente extraña a sí misma; diríase enajenada de sí misma. Ya no se siente centro de su mundo, dueña de sus actos: se ha convertido en esclava de sus actos -y de sus consecuencias-, los obedece y hasta a veces, los reverencia. El individuo alienado está tan desconectado de sí mismo como de los demás. Siente su propia persona y la de los otros del mismo modo como siente las cosas: con sus sentidos y su sentido común, pero sin relacionarse productivamente consigo mismo y el mundo exterior".(10)

Es claro que existe la posibilidad de alienación donde quiera que la evolución política y social haga sentir angustia y desesperación, desarraigo e inseguridad, aislamiento y apatía. Sin embargo, nunca antes en la historia del mundo occidental hubo tan completo divorcio entre el hombre y la naturaleza, el hombre y sus semejantes, el hombre y su individualidad. Esta es una de las consecuencias previstas por Marx, del sistema de producción que llamamos capitalismo.

Sistema, en palabras de Marx, "...que no sólo se adueña de la órbita de la economía, sino de todas las demás esferas de la sociedad, echando en todas partes los cimientos para ese desarrollo de las especialidades, para la parcelación del hombre...".(11) Aunque como ahora sabemos, no es el capitalismo el único responsable, también son las características y metas de nuestra civilización tecnológica los factores determinantes, puesto que el fin del capitalismo en ciertos países no significó el fin de la alienación.(12)

Por estas razones la vida del siglo XX está marcada por una creciente desintegración, donde además de que la mano de obra está separada del trabajo, y este a su vez se encuentra subdividido; también la ciencia se halla separada del arte, la filosofía de la religión, y ésta última, dividida en fragmentos que se oponen unos a otros; asimismo la educación se encuentra dividida en innumerables secciones, los sentidos separados de la inteligencia, la vida separada de la muerte, y el ser humano separado de los demás seres humanos.(13)

Pero el origen del problema de la fragmentación de la realidad social actual es aún mayor. Se relaciona íntimamente con la enorme mecanización y con la especialización del mundo moderno, con el creciente poderío de las máquinas anónimas y con el hecho de que la mayoría de las personas se ven obligadas a trabajar en tareas que no constituyen

más que una parte mínima de un proceso mayor, y cuya finalidad y funcionamiento no alcanzan a comprender. En estas condiciones el hombre se convierte en pequeño accesorio de un gran aparato. "...hasta el punto en que la fábrica podría ser definida como una máquina cuyas piezas son hombres".(14) Al expandirse la producción su personalidad se reduce, así de manera paradójica, el ser humano es borrado cada vez más por sus propios conocimientos especializados.

Podemos decir que quizá una de las peores consecuencias de la alienación actual sea que, "la propia inteligencia pueda erigirse en profesión especial", como lo aseveraba Ferguson en fecha tan temprana como 1757.(15) Esta es la razón por la que bajo el capitalismo, "la cultura se convierte, según Thompson, en un instrumento susceptible de vivir separado del trabajador y enfrentado con él".(16) Es por ello que en este mundo moderno cada vez más cosificador y casi exclusivamente pragmático, el arte contemporáneo tiende a la mistificación. Mistificar significa en este caso: falsear, deformar, falsificar. Esta tendencia es por encima de todo resultado de la alienación.(17) Nuestra moderna sociedad industrializada es tan ajena a sus habitantes, su realidad social tan discutible y su trivialidad tan grande, que algunos artistas contemporáneos en su deseo de simplificar esta realidad insoportablemente compleja, de reducirla a sus elementos esenciales, y del deseo de presentar a los seres humanos unidos por relaciones humanas y no por rela

ciones materiales, se han visto obligados a recurrir a medios que los han conducido a la mistificación del arte.(18)

Esta mistificación constituye en nuestra sociedad, una manera de huir de las decisiones sociales. Las condiciones y conflictos sociales efectivos de nuestra época, son traspuestos a través de este arte alienado, a una irrealdad intemporal, a un "estado eterno", mítico e inmutable. La naturaleza específica del momento hitórico se convierte, falsificandola, en una idea del "ser". El mundo socialmente condicionado es presentado de esta manera, como un mundo cósmicamente incondicionado.(19) Por lo que la mistificación de la función del arte contribuye a la (de)formación de las estructuras mentales, ayudando a mantener al individuo, en una situación de pasividad y dependencia; creando distancias, categorías, normas y valores manipulados por el sistema. (20)

Al respecto conviene recordar que Arnold Hauser(21) afirma que en la actualidad toda forma de arte va unida a la vivencia de alienación, por lo cual el fenómeno de la alienación forma parte de la materia prima de la creación artística. Así pues, en la medida en que el arte contemporáneo se encuentra sujeto y determinado por esas fuerzas sociales, irracionales e individualmente arbitrarias que caracterizan nuestra realidad, nos damos cuenta de que aun cuando el artista contemporáneo se preocupe porque sus obras no

se conviertan en manifestaciones inanimadas y amaneradas de la alienación, el riesgo de que esto suceda es muy grande.(22)

Vemos pues que, debido a que el arte contemporáneo ha roto su significativa e impresindible unión con la sociedad, no existe en la actualidad un "estilo" artístico surgido espontáneamente de la realidad económica y social de nuestro modo de vida. Según Herbert Read, estas circunstancias han provocado que: "la pintura y la escultura hayan descendido a un nivel de loca incoherencia, en tanto que la arquitectura ha quedado reducida a una "funcionalidad económica".(23) No obstante lo cual, se siguen escribiendo muchas historias del arte moderno, análisis eruditos que estudian todas las cadencias de estilos y formas, quedándose inevitablemente cortas a la hora de aportar una respuesta aceptable de porqué en la sociedad moderna, el arte ha sufrido esa pérdida de autoridad y credibilidad tan rotunda.

Por último podríamos referir que esto sucede, porque la alienación del arte moderno tiene como efecto que éste prescinda cada vez más del contenido y aumente el acento sobre la forma, anteponiéndola como si fuera lo esencial y lo único que merece atención. El fenómeno del formalismo en el arte es consecuencia de nuestra ideología capitalista, en la que el valor máximo es el valor al dinero y a la propiedad. bajo estas circunstancias, los artistas se han visto

obligados a sustituir los valores sociales por valores estrictamente estéticos, formales.(24)

La finalidad puramente "estética" del arte representa una oposición total entre el arte y la vida, y exime al arte de su labor moral. Así, la obra de arte desprovista de toda experiencia y exenta de comunicación, ha perdido su función esencial. Nunca antes se concibió una sociedad sin arte o un arte sin significación social.(25) Sin embargo, la separación actual entre arte y sociedad no tocará a su fin, hasta que se produzca un cambio de valores en ésta última. Un cambio que no ha de ser resultado de una valoración subjetiva, sino de un cambio objetivo de las relaciones sociales.(26)

CAPITULO 3

COMERCIALIZACION DEL ARTE.

El tema que nos atañe en este capítulo es la comercialización del arte, su origen y consecuencias. Nuestra intención es establecer la relación que guarda este fenómeno con la posible muerte del arte, así como el detectar los efectos que dicha mercantilización ha tenido sobre la obra de arte, y sobre la práctica del artista contemporáneo.

Para tal efecto, a continuación expondremos algunos de los elementos que a juicio de Arnold Hauser conforman la historia del comercio artístico.

3.1. ANTECEDENTES.

Según este autor, la mercantilización del arte tiene

su origen en la sociedad griega.(1) pues no es hasta entonces que se puede hablar de un mercado artístico en sentido estricto, esto es, de un libre tráfico de mercancías artísticas con una oferta constante y su correspondiente demanda, de precios fluctuantes y dinero al contado. La época que crea los primeros centros culturales, establece también el mercado artístico como mediación entre producción y recepción. Para ello fue determinante el eclecticismo presente en la espiritualidad de aquella época, en la cual las formas artísticas y culturales eran arrancadas de su nexo orgánico y colocadas en contextos artificiales.

La conexión fortuita de todo lo históricamente presente, decisiva para la fundación y desarrollo de los museos, actúa entonces como impulso para la formación y diferenciación de nuevas direcciones artísticas. El resultado es la coexistencia de tantos principios estilísticos como nunca antes. Asimismo, el incluir bajo un mismo techo los productos estilísticos más diferentes, habituaron la vista no sólo a tolerar conjuntamente una variedad de direcciones artísticas, sino también a considerarla como prueba de una floreciente producción de arte.(2)

Por ello es que la industria del arte organizada al modo capitalista, la extraordinaria actividad copista en los talleres de escultura y el comercio ampliado, efectuado principalmente con copias, son síntomas pero al mismo tiempo

también causas, de un eclecticismo cada vez más agudizado. Por otra parte, el interés del público también condujo a la extensión y ramificación del comercio artístico, el cual por su parte, actuó de una manera estimulante en la sensibilidad artística mediante el rico material que daba a conocer y difundía.(3)

El comercio artístico se detuvo a finales de la Antigüedad cuando terminó transitoriamente su economía monetaria. A comienzos de la Edad Media éste se paraliza por completo, y no es sino hasta después de un largo período de atomización de la economía y de su limitación para cubrir las necesidades de los distintos principados y cortes señoriales, que se presenta un nuevo cambio de propiedad de obras de arte. Este se da primero mediante regalos ocasionales o también por simples robos y secuestros de un lugar a otro, y sólo esporádicamente por medio de encargos y compras. Se inicia así una nueva fase del comercio artístico casi ininterrumpido.(4)

Entre los siglos XII y XV empero, la adquisición comercial de obras de arte basada en la oferta y la demanda es aún poco frecuente. Las necesidades se cubren por regla general mediante el trabajo de artistas en servicio permanente o la ejecución de encargos exactamente especificados. Aun cuando a principios del Renacimiento, ya hay ejemplos aislados de colección sistemática de objetos artísticos.

el comercio artístico autónomo, separado de las relaciones personales de los productores es casi desconocido. Este no comienza a desplegarse hasta el Renacimiento tardío, con la creciente demanda de obras de la Antiquedad y el vivo interés por las creaciones de los maestros famosos de la actualidad.(5) Por entonces surgen comerciantes que encargan cuadros para la especulación, es decir, para volverlos a vender obteniendo con ello un beneficio.(6)

El comercio artístico en los Países Bajos en el siglo XV ya no se limitó a la actividad ocasional de agentes aislados, sino que representó la industria regular de una clase profesional especial. La mayoría de la gente que por entonces compra cuadros en Holanda, y no lo hace como aficionados artísticos, ni como especuladores, los adquiere para invertir su dinero en un valor constante. Al respecto resulta interesante mencionar, que una de las consecuencias de este mercado abierto de imágenes pintadas es, según J.A. Ramírez, que éste termina propiciando una separación entre el artista y el comprador eventual, dándose todas las premisas objetivas para una desacralización de la imagen.(7)

Ahora bien, debido a la creciente producción, a la reducción del patronazgo como institución y a la disminución del número de mecenas influyentes y con gran capital, el comercio artístico se desplaza cada vez más hacia las relaciones con clientes extranjeros. Y aunque el tráfico comer-

cial entre los maestros reconocidos y los fundadores, aficionados y coleccionistas importantes era principalmente directo. los comerciantes en arte cumplían ya una tarea importante al menos en la introducción de talentos jóvenes, todavía desconocidos en la vida artística, y en el fortalecimiento del vínculo entre artistas y coleccionistas.(8)

Sin embargo, la aparición del comerciante artístico y la expansión del mercado de arte no significaron todavía el fin del "modo antiguo", principesco, de adquisición de obras de arte por medio del saqueo. Por ejemplo, la Guerra de los Treinta años implicó, entre otras cosas, el saqueo de la colección de Rodolfo en Praga y de la biblioteca del Palatinado en Heidelberg. Así, esta forma disimulada de robo fue durante mucho tiempo el modelo del cambio de propiedad de numerosas obras de arte.(9) No obstante, la parte más grande y valiosa de las obras que todavía cambiaron de manos en el siglo XVII, no llegó nunca al mercado abierto.

Por otra parte, con el fin de las guerras religiosas surgieron formas sociales más favorables a la continuación del comercio artístico normal. Para entonces la nobleza en general, fue sustituida por la burguesía como portadores de la cultura, y el comercio artístico recibe un nuevo impulso debido al desplazamiento de las riquezas inherente a estos procesos. En este momento, el cambio de propiedad en el terreno del arte deviene en una oferta variable y

una demanda apropiada, dándose ahora el comerciante libre, que corre su propio riesgo en el comercio, y el comprador sin privilegios, que gana influencia según su poder de adquisición. En un sentido más riguroso que antes, la obra de arte se convierte así en una mercancía, que en principio cualquiera puede comprar y disponer de ella.(10)

3.2. La transformación de la obra de arte en mercancía.

Una vez expuestos a grandes rasgos los elementos que delinean la historia del comercio artístico, a continuación analizaremos el papel que éste desempeñó durante el Renacimiento, debido a que es entonces cuando el arte, al convertirse en mercancía "libre", sufre transformaciones radicales cuyas consecuencias repercuten hasta nuestros días.

Se ha señalado que la característica general del Renacimiento fue la transformación de los sentimientos, y que la resultante a su vez fue, la adopción de una actitud esencialmente pagana, sin embargo, aclara Read, este hecho no sucedió de manera autónoma, no significó la libre y desinteresada difusión de una doctrina o idea, sino más bien la expresión directa de los procesos económicos. En este movimiento, las transformaciones ideológicas sólo registran un desplazamiento en la posesión del poder económico. Durante los siglos XIV y XV, la Iglesia cometió el error fatal de relajar las reglas contra la usura; es decir, permitió el

desarrollo de un sistema que separaba la riqueza de la producción por el hecho de hacer dinero, el cual, hasta entonces sólo había servido como medio de intercambio, y que éste se convirtiera en una mercancía.(11) Este parece ser el factor esencial de un complicado proceso histórico en el que también la guerra y la tecnología jugaron un importante papel. De ésta transformación surgieron hombres y corporaciones ricos, con sus propios derechos y como resultado de sus esfuerzos; estas fuerzas entraron en conflicto con la Iglesia.(12)

Estos acontecimientos representaron un cambio de conducta y temperamento, que afectó al arte de un modo definitivo. Fue hasta entonces que el artista pudo por fin expresar su sensibilidad, a diferencia de la etapa feudal en la que el individuo no consiguió expresar su propia personalidad. Uno de los fenómenos que caracterizaron este cambio fue, el nacimiento del retrato.(13) Así durante el Renacimiento, el concepto de arte como "expresión" de una subjetividad (la del artista), encuentra quizá, según Galard, su primera formulación, cuando Marsilio Ficino opone a la preminencia tradicional del tema, la importancia nueva de la forma personal e individual, de la manera del artista.(14)

Pero aún falta mucho, faltan dos siglos, para que la autonomía del arte sea reconocida por el público e incluso reivindicada por los artistas. Entretanto el ascenso social que las Academias ofrecen a pintores, arquitectos y esculto-

res, sólo los otorga la dignidad propia de los funcionarios superiores. Su actividad es útil a la política del príncipe, a la del monarca, como lo ha sido a la del Papa; sirve al Estado o a la Iglesia como lo hacen también las actividades del militar, el diplomático, el sacristán.(15) Sin embargo, el Renacimiento, además de significar el origen de la formación de nuestros conceptos de arte y de artista, se caracteriza más bien, como el punto de partida de un movimiento a muy largo plazo: la constitución de los mercados de obras.

Al respecto nos dice Galard, que cuando las pinturas y las esculturas eran productos anónimos, la determinación de un precio se efectuaba cómodamente según el número de horas de trabajo y el costo de los materiales empleados. Cuando por el contrario, la personalidad de un Miguel Anjel es lo esencial de la obra, ésta se somete a la ley de la oferta y la demanda, a los principios de la comercialización y de la especulación. Así, enfatiza Galard, el esquema de la fetichización no se aplica en ninguna parte con tanto rigor como en el dominio del arte: en el momento mismo en que una obra acaba de "personalizarse" adquiere su forma de mercancía, toma un valor del cambio.(16)

Ahora bien, el arte en el sentido que en nuestros días le damos, no es concebible más que en el término de este devenir económico, por dos razones concretas. En primer lugar, porque para poderse formar el mito de la actividad

artística autónoma era preciso que el mercado se interpusiera entre la producción de la obra y su "consumo". Desde entonces, el artista ignora quién será su público, quién adquirirá su trabajo, y qué se hará de él. Es así que, frente a este usuario desconocido, o mejor: lejos de él, el artista puede creerse "libre", crea su obra con toda "independencia", en un recogido aislamiento. La actividad artística se desembaraza de esta manera, de la preocupación hacia su propia utilización; se construye un mundo aparte, caracterizado por su espléndida inutilidad, su gratuidad.(17)

Aun cuando en la Holanda del siglo XVII, los marchantes del arte ahondan la distancia entre artista y público. No encontramos todavía al "artista", porque los contratos le daban al marchante el derecho de imponer sus temas al pintor. El momento decisivo es, por el contrario, cuando el fin de los "encargos" libera al arte del servicio a cualquier otra causa que no sea él mismo. Es entonces que la determinación de la función de la obra de arte depende de la reflexión y decisión del artista, y forma parte de la propia creación artística.(18)

En segundo lugar, un mercado artístico exige una reunión visible de las mercancías, un lugar único donde se efectúe cómodamente la comparación. Los salones del siglo XVII realizan esta yuxtaposición de los cuadros, cuya consecuencia es precisamente la formación de la idea de "obra". Así la institución de los museos es consecuencia directa de los

salones. Y es en el museo donde el cuadro, el jarrón, la estatua se transforma en obras. Esta yuxtaposición despoja a cada objeto de su propia función, hace desaparecer el entorno cultural originario que lo ha suscitado; hace valer, en su lugar, ese elemento común que sin una confrontación en un mismo lugar, no habría sido percibido nunca: el elemento estético, el medio artístico, el mundo de las Obras.(19)

3.3. Comercialización del arte y capitalismo.

La determinación que las condiciones económicas del régimen de producción capitalista han tenido sobre la mercantilización del arte en la sociedad moderna, es de fundamental importancia en más de un sentido, debido a que sus leyes se han impuesto también al quehacer artístico. El capitalismo a manera de rey Midas, quién convertía en oro todo lo que tocaba, convirtió al arte en mercancía y al artista en productor de mercancías.(20)

Sánchez Vázquez describe el proceso mediante el cual el arte se sujeta a las leyes de la sociedad burguesa así: "En la sociedad capitalista en la que, la producción no sólo extiende su dominio sobre la naturaleza, sino también sobre los propios hombres. La producción ya no está al servicio del hombre, sino que el hombre está al servicio de la producción. Y en cuanto el hombre ya no es fin, sino medio (transformación de la fuerza de trabajo en mercancía), la

la producción se vuelve contra el hombre. Al crecer la esfera de la producción material, todo queda sujeto a sus férreas leyes, incluso el arte (transformación de la obra artística en mercancía)".(21)

Esto sucede, según Marx, porque la forma de mercancía que adopta el producto del trabajo, o bien la forma de valor que reviste la mercancía, constituye la célula económica de la sociedad burguesa.(22)

Ahora bien, siguiendo a Marx podemos decir que la transformación más importante que experimenta cualquier producto del trabajo en el sistema capitalista, es el divorcio entre su valor de uso y su valor de cambio, adquiriendo preponderancia el valor de cambio sobre el valor de uso. Este hecho tiene como consecuencia que este valor de cambio "se cristalice" en la forma de dinero, hasta convertirse en la materialización del trabajo humano en general.(23) Esta mercancía general que es el dinero, se transforma bajo el capitalismo en la "medida de valores", es la representación del valor de las mercancías, es decir, de la cantidad de trabajo humano contenido en ellas.(24) Así pues, el resultado final de la circulación de mercancías en la sociedad burguesa es el dinero. Dinero que a través de determinados procesos ha de convertirse en capital.

Por otro lado, la dinámica del desarrollo de la producción capitalista exige un incremento continuo del capital

invertido en una empresa industrial; y sujeta a todos los capitalistas individuales a las leyes inmanentes de la producción capitalista, como leyes coactivas exteriores. La concurrencia obliga al capitalista a ampliar continuamente su capital para conservarlo, y sólo puede ampliarlo con la acumulación progresiva.(26) Esta tendencia se traduce a la fórmula: de la acumulación y la producción por la producción, que caracteriza la "misión histórica" de la época burguesa.(27)

3.3.1. Efectos de la comercialización del arte.

Es así que, con el aumento, antes inimaginable, de la producción y de la productividad, con la extensión dinámica de su orden a todas las partes del planeta y a todas las zonas de la experiencia humana, el capitalismo disolvió el viejo mundo en lo que Fischer llama: "una nube de moléculas revoloteantes", destruyó todas las relaciones directas entre el productor y el consumidor, y canalizó todos los productos hacia un mercado anónimo, donde éstos debían venderse o comprarse.(28)

Por ello, el comercio artístico padece el mal fundamental de toda la economía capitalista: transforma la obra de arte, cuyo significado consistía antes en un "valor de uso" que resultaba en el placer, la satisfacción y la felicidad que proporcionaba al observador, en el substrato de

un valor de cambio. Esto significa que la obra de arte, no se juzga ya por su calidad estética o por el rango artístico de su autor, sino por la coyuntura y el valor de curso del respectivo artista, estilo o género en el mercado artístico.(29) Encontramos entonces que la economía de tráfico desarrollada con los mercados, que en comparación con la economía destinada a cubrir las necesidades, aumenta de modo descomunal, se caracteriza por la paradoja de que en vez de vender, como es costumbre, para poder comprar algo necesario al vendedor, ahora se compra para volver a vender lo adquirido. De esta suerte, las obras de arte pasan en el mercado artístico por una serie de manos antes de que lleguen a propiedad de compradores que piensan conservarlas y quedárselas finalmente para sí.(30)

Por otra parte, el comercio artístico, al igual que otras formas de mediación desempeña también un papel ambivalente en su función de mediación, puesto que, como vehículo del tráfico de productos vincula a círculos cada vez más amplios de la sociedad con el arte y crea clientes cada vez más comprometidos, pero se interpone al mismo tiempo como elemento distanciador entre los sujetos productores y receptores (fenómeno de alienación), y contribuye a la cosificación de las creaciones artísticas, facilitando su transformación en artículos de comercio, en mercancías despersonalizadas, vendibles y comprables sin más. Gracias a la publicidad de los comerciantes, las obras de arte pasan

con más frecuencia y facilidad a propiedad de nuevos aficionados, sin embargo, nos dice Hauser, la relación es más superficial y corta que bajo las condiciones de una relación personal directa entre cliente (fuera éste patrono o mecenas) y artista.(31)

Otro efecto que el progreso del mercado artístico ha traído consigo es el hecho de que los "nuevos valores" creados se rigen principalmente por la "rareza" de los objetos vendibles. En toda clase de colección, la rareza compete con la calidad y a menudo desplaza a ésta como norma de precios. Así por ejemplo, las obras de un pintor del que sólo se conocen pocos cuadros, tienen no sólo un mayor valor de mercado, sino que con frecuencia también disfrutan de mayor prestigio que las de un maestro más grande, pero más fecundo o incautado en menor medida por los coleccionistas o museos.(32) Este hecho constituye a nuestro juicio, otra forma más de fetichización de la obra artística, la mayoría de las veces promovida y manipulada por quienes han de obtener un beneficio.

Por otro lado, como el número de obras auténticas de los viejos maestros no aumenta o lo hace muy poco, debido sólo a nuevos descubrimientos y atribuciones, éstas constituyen por lo general objetos de inversión más seguros que los productos de los artistas contemporáneos. La regla es, casi seguramente, que los maestros viejos aumenten de valor,

por ello, el rápido incremento de precio de las obras de contemporáneos más o menos directos, como los impresionistas, postimpresionistas y muchos de los vanguardistas actuales, hay que atribuirlo, por lo general, a la mera búsqueda de inversión del capital libremente disponible.(33) En tales casos la demanda condiciona evidentemente los criterios del gusto, y no son en absoluto los valores artísticos emanados independientemente del mercado, los que en este caso deciden la formación de precios.

Es así que el comercio artístico se desarrolla junto con la extensión y predominio final de las colecciones como forma de consumo de arte, y del paulatino desplazamiento del protector y mecenas por los compradores que ocasionalmente eligen directamente entre las obras del taller del artista. Como vimos anteriormente, el mecenas, el patrón constante, el comprador directo y el fundador son fenómenos relacionados con las condiciones feudales y patriarcales de la Antigüedad y de la Edad Media.

Por el contrario, el coleccionista moderno que adquiere obras de éste o aquél artista según se presente la ocasión, es representante del capital financiero disponible, de un lado, y de los artistas que trabajan en "libertad" y disponen libremente de sus productos por otro.(34) No obstante, el papel desempeñado por éste se ha convertido en una forma nueva y efectiva de mediación entre el artista y el público.

debido a que éste ha conseguido imponer sus puntos de vista, al elegir las obras de su preferencia. Hecho que ha dado como resultado, que el consumo artístico se cosifique al hacerse más dependiente de formalismos y tecnicismos.(35)

Por otra parte, conviene recordar que una de las consecuencias más importantes que trajo consigo la extensión de las leyes capitalistas al campo del trabajo artístico, fue la especialización de los pintores en determinados géneros que se despliega desde finales del Renacimiento. Esto se debe a que los comerciantes en arte exigen siempre de sus proveedores el tipo de obra más vendible. De esta suerte se produce también en el terreno del arte, la división mecánica del trabajo conocida en la producción industrial.

Según Arnold Hauser, también en este concepto el comercio artístico cumple una función ambivalente, pues aunque estandariza la producción, al mismo tiempo, estabiliza la demanda; fija la creación artística a unos tipos estables, pero regula a cambio la circulación, de otro modo anárquica, de las mercancías estereotipadas. En este sentido, el comerciante media entre producción y consumo al informar a los artistas sobre los deseos del público.(36) sin embargo, este género de mediación motiva al mismo tiempo la alienación del artista respecto al público. Así los clientes se acostumbran a comprar lo que encuentran asequible, y a considerar a la obra de arte, en cuanto producto también impersonalmente

condicionado, como cualquier otro tipo de mercancía. A su vez, el artista se habitúa gustoso a trabajar para compradores extraños, personalmente indiferentes para él, para gente de la que únicamente sabe que está dispuesta a comprar unas veces ésta y otras aquélla clase de obras. El artista se aliena de esta manera ante sus clientes, en la misma medida que éstos se alienan del arte contemporáneo.(37)

De esta forma, señala Hauser, el comercio artístico también es contradictorio en su influencia sobre la determinación de los precios que logra el artista, pues cabe que aumente la venta en el mercado artístico, pero los precios pueden hundirse debido a una mayor oferta. Una vez que el público se ha acostumbrado a comprar al comerciante en lugar de hacerlo al productor de obras, el comerciante se convierte en el verdadero patrono del artista, dictando los precios siempre que puede.(38)

Es por ello que según este autor, la formación de precios en el mercado artístico tiene que ver más con la moda, la rareza, el prestigio, la inversión y la ostentación que con la calidad, decisiva en la recepción artística. Esta es una circunstancia que depende del comerciante y de su manipulación del público, y no del artista y su mundo. De esta manera, el comerciante no sólo administra el público al definir las direcciones del gusto, al crear modas, al canalizar la disposición receptora de los consumidores en

determinados canales, sino también al tomar el papel de mecenas y cliente en relación con los artistas.(39)

3.3.2. La burocratización del consumo artístico.

Bajo las circunstancias descritas, hoy en día, los coleccionistas ambiciosos y los compradores institucionales, son quienes buscan las obras de los artistas más cotizados como buenas inversiones, y en consecuencia, un artista que tiene éxito acostumbra percibir ingresos considerables por su trabajo. La prosperidad de los mercados de subastas de arte, que hasta en una sola tarde pueden recaudar más de 20 millones de dólares, demuestra que las compensaciones de los coleccionistas no son exclusivamente estáticas.(40) Es de esta manera, que el arte de nuestra época constituye más que una revolución de estilos, una oleada de "expectativas crecientes" debida a la intensificación de la demanda.

Podemos decir de acuerdo con Gablik, que en la actualidad en el mundo del arte, el comercio artístico se alza como una megaestructura burocrática impersonal cada vez más funesta, que se ha institucionalizado demasiado, y de forma peligrosa, y cuya consecuencia inmediata ha sido que el mundo del arte se encuentre dividido en este momento, entre los que dirigen y los que son dirigidos. Por ello, nuestra cultura se ve cada vez más "administrada", transmitida y controlada mediante técnicas de gestión, relaciones

públicas, y comercialización profesional.(42)

Ahora bien, esta situación ha conducido a los artistas a depender cada vez más del complicado mecanismo burocrático que organiza y administra el consumo del arte en nuestra cultura. Como hemos visto, este instrumento no se conforma con organizar y administrar, también condiciona de antemano la energía y las ambiciones de aquellos cuyo bienestar promueve, fomenta la adaptación y la aceptación de los valores predominantes en nuestra sociedad, y de esta manera, convierte el rechazo y la oposición antes propios de la actitud del artista, en aceptación y confabulación.(43)

Resulta así, que mientras más nos acercamos a la época actual en la historia del arte, nos percatamos de que el artista ha ido adoptando paulatinamente una personalidad burocrática y organizada, que vive sometida a un sistema de poder cultural y económico debido a las recompensas, en dinero y en prestigio, que recibe a cambio de esta sumisión. Y de que por otro lado, el resultado de esta moral comercial ha sido, la promoción de obras mediocres mediante la comercialización en masa y la publicidad agresiva.(44)

Al respecto consideramos de suma importancia traer a colación el hecho de que en la actualidad la noción de éxito en una profesión, incluida la del arte, depende ante todo de la asimilación de los valores de la organización. Esta manera de pensar ha llegado a tal punto, que en el

verano de 1981, se celebró en la universidad de Maryland, E.U.A. "un taller de supervivencia", en el que según nos dice Gablik, se planteó como requisito para alcanzar el éxito en el gran mundo del arte institucionalizado, el contar con una formación en la administración de empresas, dejando muy claro que los principios y las prácticas de la gerencia institucional procuran el modelo psicológico adecuado, incluso para los artistas.(45) En este sentido debemos tener presente que las burocracias institucionalizadas, en este caso el comercio artístico, tienen como misión primordial la producción y la venta de bienes y servicios a cambio de unas ganancias. Son ante todo instituciones de venta y comercialización, y además, lo que es más negativo para el arte, anulan todo valor ajeno a la eficacia de estas operaciones. Bajo su dominio, el individuo diferenciado y creativo se convierte en una pieza más del mecanismo.(46)

Ahora bien, siguiendo a Herbert Marcuse, podríamos agregar que la maquinaria productiva, como él llama al sistema de producción, al convertirse en un mecanismo totalitario, llega a determinar no sólo las ocupaciones y actitudes sociales, sino también las necesidades y aspiraciones individuales. El sistema de recompensas económicas propio de la sociedad contemporánea, ha provocado el paso del individualismo vigoroso al conformismo burocrático. De esta forma, la noción de producir algo, ya sea arte o bienes de consumo, a cambio

de una ganancia, es una norma básica en nuestra sociedad capitalista.(47) En el caso de los artistas, esta tendencia los ha llevado a trastocar los papeles que tradicionalmente prevalecían en su práctica, al buscar que hoy sea el arte el que sirva a su profesión, en lugar de considerarse a si mismos como servidores del arte. En este sentido, la humildad creativa ya no está más de moda, por lo que conven-
dría preguntarse: ¿cómo se ha producido semejante cambio en nuestra manera de pensar?

Así pues el ideal de antes, ahora sólo sirve de marco a nuestra ambición de "hacer una fortuna gracias a la venta de las obras". A esto se resume hoy el éxito de un artista. Llegados a este punto, lo más desalentador resulta ser, que en nuestra cultura totalmente secularizada la vocación artística, entendida como el ideal del artista que renuncia a las ambiciones del mundo para dedicarse a unos valores imposibles de alcanzar en una sociedad mercantil, ya no tiene demasiado atractivo entre los jóvenes que piensan dedicarse al arte, debido a que la lógica del éxito exige virtualmente otro tipo de comportamiento.(48) Así por ejemplo, nos refiere Suzi Gablik, que cuando en una entrevista al artista "pop" Robert Indiana se le preguntó qué importancia tenía formar parte de la institución del arte, éste respondió inocentemente: "tiene una importancia enorme si se quiere triunfar. Todo en la vida parece girar en torno a las perso-

nas que conoces, al momento en que las conoces y al sitio donde estas...". Por lo tanto, es obvio que si se quiere colmar ciertas ambiciones, no se pueden tratar con escepticismo las reglas del juego.(49)

Es por eso que los intereses institucionales y burocráticos se han convertido en el objetivo fundamental de los artistas. Todos esperan para obtener su "consagración" triunfar en Nueva York, aunque esto suponga vivir del aire hasta conseguir los dos emblemas del éxito en aquella ciudad: un taller y un galerista. Según Gablik, los últimos cálculos realizados sobre el número de artistas que había en Nueva York hasta 1987, empezaban con una cifra de 30,000 y llegaban incluso a los 90,000. Un galerista del Soho, Ivan Karp, ha comentado que entrevista a unos cien artistas por semana, entre los cuales considera que un noventa por ciento son verdaderos profesionales; todos ellos buscan galerías para exponer y vender sus obras.

Esto no había ocurrido nunca; esta estandarización, de la que también habla Hauser, es un ejemplo de lo que Erich Fromm ha llamado "la legitimación por consenso"; es decir, que al compartir la mayoría de la gente ciertas actitudes y sentimientos, la validez de éstos queda establecida. Sin embargo, la individualidad pierde su libertad si se ejerce en masa. Este esquema social en el que todo el mundo se esfuerza por conseguir lo que desea la mayoría, representa

actualmente la realidad de la mayoría de los artistas.

La gente en general parece aceptar que así es como son las cosas. Es por eso que cuando en una cultura dada, muchos individuos comparten una cierta concepción social de la realidad, le prestan una apariencia de realidad natural. Sus efectos moldean a tal grado el carácter y la mente de todos, que los artistas supuestamente radicales, son en esta situación más un espejo del consumismo que un desafío a esta cultura. Ello sucede porque hoy en día, todo el mundo tiene intereses idénticos, y esto impide que surja una oposición efectiva contra el sistema.(50)

Tal vez la explicación a esta actitud del artista contemporáneo se encuentre en que, su deseo frustrado de encontrar un sentido a las cosas, se hubiese visto compensado con la ambición de poder y con lo que podríamos llamar el "deseo de dinero". De tal suerte que, una vez que el artista se ha integrado al engranaje burocrático, queda encadenado a su actividad de "productor". Se convierte en un funcionario más del mecanismo y se encarga de que este siga funcionando.

En nuestros días el arte se ha convertido en una profesión "mundana", y la postura intelectual que se niega a seguir la corriente y a jugar ateniéndose a las reglas, pasa por ser una actitud neurótica y estéril. A estas alturas, la postura iconoclasta del artista, su condición de desterrado de la sociedad, que defiende un modo de vida distinto

al establecido, de héroe religioso, espiritual o moral, cuyo propósito es crear una vida que tenga sentido para los demás, ha quedado reducida al mismo orden mecánico y a la misma rigidez burocrática que gobierna a las demás profesiones de nuestra sociedad.(51)

3.3.3. Las galerías y el artista.

Las palabras del desaparecido artista "pop" Andy Warhol, al referirse al papel que desempeñan las galerías en el mundo del arte moderno, nos dan la pauta para comprender su función. Según Warhol "para triunfar como artista, hay que exponer en una buena galería por la misma razón que, por ejemplo, Dior nunca vendió sus modelos originales en un mostrador de Woolworth's. Una buena galería busca al artista, lo promociona y cuida que su trabajo se exponga de manera correcta y para gente adecuada. Por bueno que sea uno, si no está bien promocionado, nunca será famoso y recordado".(53)

El resultado es, que cada vez se cuenta más con una élite gerencial de galeristas y conservadores de museos. Estos, no sólo son el mejor medio de promoción del arte, más importantes incluso que los críticos, sino que ejercen un control absoluto a la hora de decidir que arte debe promoverse. De esta manera, nos dice Gablik, los individuos existen ahora para provecho de la organización, en lugar de

ocurrir lo contrario. Es por eso que los galeristas si lo desean pueden ignorar las peticiones de los artistas, por que saben que en este momento, salvo contadas excepciones, los artistas les necesitan más de lo que ellos necesitan a los artistas. Por supuesto, siempre se darán casos que no encajen en esta situación, pero sigue siendo una tendencia básica, cuyo alcance no deja de sorprender.(54)

En nuestro mundo contemporáneo encontramos que la responsabilidad moral individual se ve sustituida por el "imperativo de la organización", que tiene su origen en la idea de que todo aquello que favorece al individuo procede única y exclusivamente de la organización moderna. Ahora bien, en el caso del mundo del arte, la estructura burocrática de poder se convierte en una entidad casi animada de vida de la que todo se espera. La moralidad personal se ve de esta forma sustituida por las normas y procedimientos burocráticos que caracterizan a la individualidad institucionalizada de la modernidad. Los valores tradicionales de individualidad, indispensabilidad y espontaneidad dejan paso a otros valores basados en la obediencia, la especialización, la planificación y el paternalismo. La meta es formar parte del poderoso mecanismo, buscar su protección y sentirse seguro mediante una relación de simbiosis con este poder.(55)

Esta situación resulta grave en el caso de los artistas debido a que estos valores son contrarios a la naturaleza

de la creatividad. Sin embargo, para sobrevivir en este nuevo orden, todos deben ajustarse a las exigencias de la organización moderna. Es así que actualmente se tiene la convicción de que el artista individual no puede actuar sin la ayuda y el consejo de algún galerista. Esta idea puede parecer incongruente en una sociedad que proclama constantemente el valor de la libertad y la independencia del artista. En este caso, el "imperativo de la organización" determina que lo mejor es aquello que han destacado los medios de comunicación y de propaganda de los galeristas con su manipulación de gustos.(56)

Al respecto los comentarios de un galerista del Soho, Ivan Karp, citados por Gablik, expresan perfectamente este cambio de prioridades: "...desempeño una función activa con mis artistas... Les veo con frecuencia y voy a sus estudios. Les ayudo a clasificar sus obras. Les doy mi opinión y mi parecer. No tienen por qué escucharme, pero sólo expondré las obras que me gusten..."(57) Como Karp la mayoría de los galeristas, si no todos, han comprendido y aprendido a explotar esta situación en la que poco puede hacerse ya al margen de sus organizaciones. El artista individual tiene cada vez menos importancia en estas nuevas condiciones, y su influencia individual también disminuye al convertirse en una entidad intercambiable para los galeristas. De la misma manera que a muchos científicos actuales, a los ejecu-

tivos se les suele juzgar no por la moralidad de sus fines, sino por la eficacia de sus medios.(58)

No obstante, al analizar todas estas características del medio artístico, podemos darnos cuenta de que la estima que el artista consiga por medio de una galería influyente que compite por él en el mercado, siempre será equívoca y falsa. Pues siempre surgirán dudas acerca de la importancia que el éxito pueda tener, cuando el mérito llega a través de bloques de poder que ante todo buscan satisfacer su propio interés.(59)

3.3.4. La comercialización del arte y los museos.

Los cambios ocurridos a raíz de la comercialización del arte no se limitan al sector privado de los galeristas; también se ha alterado la función de los museos.

Según Suzy Gablik, al mismo tiempo que aumentan los gastos de funcionamiento, las subvenciones del gobierno y los fondos disminuyen, muchos museos han pedido apoyo a las instituciones financieras. En la última década, muchas instituciones importantes, sobre todo las compañías de petróleo, han adquirido una gran ascendencia sobre los museos de Estados Unidos. En Nueva York, por ejemplo, casi todas las exposiciones importantes se realizan con dinero de instituciones.(60) Esto sucede por que subvencionar el arte proporciona a los responsables de las instituciones, una oportu-

nidad para realzar su imagen pública. Es por ello que, a las instituciones inevitablemente les interesa patrocinar el tipo de exposición que, debido a su interés popular y extraordinario, rinden mayores dividendos en términos de relaciones públicas. La influencia de la institución se hace sentir en la organización de la exposición y sobre todo en su promoción.

Así pues, con frecuencia las exposiciones se convierten en "mercancia" y el público en "mercado". Por ejemplo, cuando el museo Metropolitano organizó la exposición de Tutankhamón, surgió paralelamente un comercio de todo tipo de artículos a gran escala, de manera que durante meses, "Kink Tut" (el rey Tut) se convirtió en una marca registrada. El crítico neoyorquino Carter Ratcliff comentaba entonces en Art in America que, "para que el caso de saturación Tut reúna todos los requisitos de un fenómeno cultural a gran escala, tiene que haber un vínculo entre el consumo en masa de una experiencia, y el consumo de artículos producidos en serie": se persuadió metódicamente al público de que comprase camisetitas Tut, toallas, pañuelos de seda, discos de rock-and-roll, alfileres de corbata, bolsas y calendarios.

A medida que el arte se convierte en un artículo asequible, va perdiendo su carácter de tesoro inapreciable. He aquí una de las paradojas de nuestra sociedad. Al tiempo que se multiplican los lazos de unión entre los negocios

y el arte, la atmósfera de los museos cambia de categoría y de carácter; bajo el nuevo estilo cultural, el éxito de una exposición se mide utilizando los parámetros de Hollywood, es decir, por los comentarios de los medios de comunicación y por su éxito de taquilla; el número de asistentes se convierte en la medida de todo.(61)

La comercialización del arte ha transformado los museos en templos de consumo, fiesta, bacanal. Cada uno tiene su respectiva tienda, donde se pone a la disposición de los visitantes un arcaico de objetos que reproducen los originales y los corrompen; tarjetas postales, dibujos para niños, rompecabezas, afiches, sacapuntas, enciclopedias, libros ilustrados, tenedores, lápices. El turista de Madrid puede estar seguro de haber asistido al Museo del Prado si adquirió su reproducción amplificada de Velázquez o Picasso; al lado de la tienda, una o más cafeterías, cocineros de elevadísima alcurnia son contratados para saciar el apetito, a la vez feroz y delicado, del gastrónomo cultivado; The Tate Gallery de Londres, por ejemplo, es famosa por su vinatería, y el Brooklyn Museum de Nueva York por su cuadrilátero de restaurantes y aparadores.

Pero esta situación va más lejos todavía, el Metropolitan Museum de Nueva York renta sus salones para celebraciones, los matrimonios o las celebraciones se actúan ante un telón de Monet o Leonardo da Vinci y los trabajadores

y guardias hacen las veces de meseros y cantineros; hay bodas también, entre la alta burguesía de Atlanta o Chicago, que se efectúan en el High Museum of Art o en el Art Institute, respectivamente. La idea del museo como escaparate comercial es auténtica, legítimamente norteamericana, en ninguna otra parte se ha echado a andar con tal destreza.

En la actualidad, un arquitecto a quien se le encomienda la creación de un museo, debe tener en mente: cocinas con sus comedores, laboratorios, oficinas, salas de conferencias, cines, tableros de teatro, baños, estudios, tiendas, etc. El arte arquitectónico moderno se las ingenia para embellecer espacios, extraer balcones, elevar muros; los santuarios que resultan son, en sí mismos, obras artísticas, así por ejemplo, el centro Georges Pompidou en París es "una refinera" (de hecho, así lo apodan los franceses), donde las tuberías, de varios estilos, colores y tamaños se conectan y desconectan, acercan y alejan, generando al interior una zona fría, adaptable, donde caben las exposiciones. En suma, el edificio cuenta más que el arte que alberga y es tanta la estimulación sensitiva que recibimos, adentro y afuera, de televisiones, películas, boutiques, que las pinturas y esculturas pasan, no a un segundo plano, sino a un tercero o cuarto. Si en el pasado el espacio para los cuadros era, en proporción al espacio social, de 10 a 1, hoy esa ecuación se ha invertido. Importa más el turismo, el dinero, el consu-

mo, la socialización del museo, su exhibición como bastión de sofisticados gustos, como deportivo de la cultura.(62)

Nuestra noción del museo se ha afectado y distorsionado desde que las instituciones y su deseo de mejorar su reputación cruzaron por su camino. Hoy la élite gerencial está a la cabeza en todos los campos, tiene tanto poder que ha reestructurado nuestras expectativas y ha reordenado nuestras prioridades; a medida que la organización y la administración se adentran en el orden social, disminuye la diferencia entre lo que el artista define como sus objetivos personales, y lo que los directivos intentan lograr en sus compañías.(63) Bajo el aparente altruismo de patrocinar exposiciones en los museos, y programas culturales o conciertos en la televisión, una compañía de petróleo o de tabaco con problemas de imagen, ha visto que, al asociar su nombre al de actividades de gran prestigio social, mejora la reputación de la compañía. Gablik nos refiere que, un representante de relaciones públicas de la Mobil, por ejemplo, ha descrito la compensación que recibe su compañía a cambio de su contribución, deducible de impuestos, a la cultura, como una "garantía para su buen nombre".(64)

El artista Hans Haacke ha publicado artículos, ha concedido entrevistas y ha creado obras de arte con el fin de revelar las razones por las que las instituciones apoyan el arte. Haacke suele utilizar su arte para provocar una

actitud crítica ante esta situación; una de sus obras consistió en reunir una serie de afirmaciones (extraídas de publicaciones empresariales) hechas por directores de instituciones y por políticos, en las que se describía lo beneficioso que resultaba para los negocios, patrocinar las artes. Este artista reprodujo dichas declaraciones en placas de aluminio y adoptó un estilo que imitaba las técnicas de publicidad de las instituciones; por ejemplo, una de las declaraciones la había hecho David Rockefeller, como Presidente del Chase Manhattan Bank, y Vice-presidente del Museo de Arte Moderno, en su discurso ante la National Industrial Conference Board. Decía lo siguiente: "...desde un punto de vista económico, esta relación con las artes, puede suponer unos beneficios directos y concretos. Puede proporcionarle a una compañía publicidad y propaganda a gran escala, una reputación genial cara al público, y una imagen mejor; puede fomentar una mejora de las relaciones con el cliente, una mayor aceptación de los productos de la compañía, y el reconocimiento de su calidad; la promoción de las artes puede subir la moral de los empleados y atraer a personal competente".(65)

CAPITULO 4

ARTE Y MEDIOS DE MASAS.

La situación en que la civilización tecnológica coloca al arte moderno, paradójicamente no concierne solamente a la creación, sino también a la difusión de las obras. Los nuevos medios de presentación, de reproducción y de difusión que la técnica moderna pone a disposición del arte, ligados evidentemente a la comercialización del mismo, ponen las obras al alcance de un inmenso público.(1)

Por su parte, esos medios de difusión, los llamados mass media, los grandes medios de comunicación dan nacimiento a nuevas artes. Se puede decir que este fenómeno da comienzo cuando los progresos de la fotografía en color y del fotograbado hacen posible la reproducción de las obras de arte.

Es hacia 1935, en el marco de la industria cultural que surgen las ediciones industriales de reproducciones y los libros basados esencialmente en la fotografía en color. Por esos mismos años, el ensayista y crítico alemán Walter Benjamin, profetizaba con lucidez ejemplar en su trabajo: La obra de arte en la época de su reproducción técnica, las consecuencias de este fenómeno, conjuntamente al del film, sobre toda la vida social y la realidad artística de la siguiente manera:

"Con el siglo XX las técnicas de reproducción han alcanzado tal nivel, que desde ahora podrán no sólo aplicarse a todas las obras de arte, y modificar de manera muy profunda los modos de influencia, sino además imponerse ellas mismas como formas originales de arte".*(2)

Así pues, hoy resulta indiscutible que los nuevos medios de comunicación originan nuevos mensajes. Las posibilidades de la técnica moderna suscitan en el público una manera particular de abordar el arte, o dicho de otro modo, confieren a las obras de arte una nueva presencia considerablemente multiplicada, ya sea a través del turismo, las exposiciones ambulantes o las reproducciones. Es por ello que se ha pensado que la reproducción técnica de la obra de arte mediante la fotografía en color está llamada a ocupar un lugar entre los diversos procedimientos artísticos.

A este respecto Benjamin anotó, que sin embargo, "falta-

rá siempre un elemento: la unicidad del objeto, su existencia en un solo lugar determinado", y que en consecuencia, el concepto de autenticidad de la obra desaparecerá, y el valor del objeto será rebatido, en relación a lo cual escribió:

"El culto profano por la belleza que se perfila en el Renacimiento, había colocado a las obras de arte en un ritual. Con el nacimiento de la fotografía, primer medio de reproducción realmente revolucionario, el arte sufrió la crisis de su imagen tradicional y reaccionó con la doctrina del arte por el arte".(3)

Efectivamente, la existencia de innumerables reproducciones de un cuadro, por ejemplo, luego la posibilidad de contemplarlo en todo momento y el cualquier lugar, hacen desaparecer esa aura, ese carácter casi sacramental que se atribuye al museo.(4) En ese sentido para Benjamin, los instrumentos técnicos de difusión son considerados positivamente; estos pueden servir según él, para superar dialécticamente la cultura y el arte de élite, no a través de un proceso de vulgarización sino a través de una transformación radical de la función y del significado social del arte. A lo cual se refiere así:

"...la reproducibilidad técnica de la obra emancipa a ésta, por vez primera en la historia del mundo, de su existencia parasitaria en el ámbito del ritual. La obra de arte reproducida se convierte cada vez en mayor medida, en la reproducción de una obra de arte predispuesta a la reproducibilidad...

En el instante en el que el criterio de la autenticidad en la producción artística va a menos, incluso se transforma la completa función del arte".(5)

Ciertamente hubo una transformación de la función del arte: éste fue puesto, a través de la publicidad, al servicio del "consumo de masas". Así los mass-media, se convirtieron con el tiempo en formidables instrumentos de condicionamiento en manos del capital monopolístico.(6)

Ahora bien, la reproducción de las obras de arte comenzó a plantear los primeros problemas cuando se puso en tela de juicio la famosa creencia: arte=individualidad=autenticidad=unicidad, opuesta a industria=uniformidad=serie. En el momento en que las copias banalizadas comenzaron a ser difundidas y consumidas masivamente, el original fetiche comenzó a ser desmistificado: por ello, la discusión en torno a la diferencia entre la reproducción y la obra original se agudiza, a medida que es cuestionada la "noción de arte" que valora como un dato positivo el carácter excepcional de la obra: su unicidad.

Dicha noción tiene su origen, según J.A.Ramírez, en la conversión de la obra de arte en mercancía de privilegio, hecho que favoreció tanto al poseedor-de-ciertas-obras, como al realizador de las mismas; y que exigió también la limitación del número de productos para evitar su desvalorización. Todo lo cual contribuyó para que al llegar los medios

masivos, se les negase a éstos la "artisticidad" otorgada a otros procedimientos tradicionales (pintura de caballete, escultura).(7) Sin embargo, la caída del concepto idealista de la unicidad del producto artístico, ya evidente en nuestros días, nos permite considerar a los medios masivos como ejemplos logrados debido a que su especificidad artística no se ve traicionada por el modo socializado de comunicación (impresión y distribución masivas), sino que es solidaria con él.(8)

No obstante, se ha argumentado en contra de las técnicas de reproducción masiva, que a través de la comunicación, repetición y reproducción alejan cada vez más de la intimidad, la singularidad y unicidad de la vivencia creadora al hacerla asequible a círculos cada vez más amplios.(9) De estas reproducciones se ha dicho también, que traicionan al original, como sería el caso de un cuadro de Velázquez o Picasso, sin embargo, Malraux ha demostrado que también estas reproducciones revelan aspectos insospechados del mismo; por ejemplo, nuevos detalles o perspectivas, hasta el punto de transformarse en nuevos objetos estéticos. De este modo, "la reproducción, dice el crítico francés René Berger, ya no es simplemente un fenómeno de repetición, sino que entraña un conjunto de operaciones numerosas y complejas que la convierten en auténtica producción... Así es como ha nacido, por tomar un sólo ejemplo, "el múltiple", cuyo carácter propio consiste no sólo en no hacer referencia a un original,

sino en abolir la idea misma de que tal original pueda existir. Cada ejemplar, entraña en su singularidad una referencia a los demás ejemplares, de modo que la unicidad y la multiplicidad cesen de oponerse, de la misma manera que la creación y la reproducción dejan de ser antinómicas".

Al respecto Mikel Dufrenne nos dice, que el nuevo enfoque impuesto por la multiplicación de la información hace que el público mismo se multiplique, se diversifique. Al enfrentarse con un arte experimental, ese público no puede ya ejercer un juicio soberano, basado en criterios inmutables como los que enseñaba la tradición; el juicio se vuelve experimental y sólo puede basarse en estudios múltiples y diversos. (10)

Ahora bien, haciendo un poco de historia debemos decir que desde el fin de la Segunda Guerra Mundial las técnicas han progresado constantemente en la fidelidad de la reproducción y ello ha llevado al mercado a ampliarse considerablemente, por eso, en virtud al desarrollo y difusión de las reproducciones fotográficas, de las ilustraciones de los libros de arte y de las diapositivas de las instituciones docentes, publicitariamente se ha hablado del "museo casero", del "museo de bolsillo", del "museo en la escuela", y de lo cual André Malraux ha sacado consecuencias estéticas en su Museo imaginario, y que en el sentido que él le da, se ha calificado de "Museo sin paredes". Debido a la coordi-

nación de los distintos productos artísticos en el mismo marco y a su reproducción similar en los mismos libros y fascículos, Malraux nos dice que daban la impresión de ser porciones de un mundo homogéneamente conexo, extendido al infinito. Idolos prehistóricos, imágenes paganas, estatuas de las tumbas egipcias, decoraciones de los templos hindúes, aderezos de los tiempos de las invasiones, ilustraciones cristianas de la Biblia, composiciones renacentistas, retratos barrocos, paisajes naturalistas-impresionistas, figuras formales cubistas y abstracto-expresionistas, se colocaron "bajo un mismo techo"; pero, debido a la comunidad en que entraron unas con otras y con sus iguales, rompieron las paredes de los museos y yacían ahora enterrados en un cementerio común para dar lugar a una realidad desconocida hasta entonces.(11)

A partir de ese momento, las obras únicas, arrancadas a la apropiación privada o pública, podían ser difundidas por el mundo y expuestas en los apartamentos y locales más diversos. La pintura sobre todo, pese a todas las imperfecciones de la reproducción, salía de la red confidencial y privilegiada de las galerías, estudios y salas de venta, para decorar las paredes de las clases medias en expansión. (12) Ahora bien, a partir de dichos fenómenos y situados en el marco general del neocapitalismo, surgieron de todas partes iniciativas que pedían que la pintura y la escultura

fueran arrancadas al estatuto artesanal y potenciadas por todos lados para poder entrar en la industria cultural. De ahí, entre otras cosas, surgieron los "múltiples", que en el caso del artista Fautrier fueron en 1950 la primera tentativa de democratización, incluso socialización de la pintura, al cuál, le sucedieron otros ensayos muy diversos, tanto en el plano de la concepción estética como en el de la realización y la difusión. El múltiple, según Gaudibert, puede partir o no, de un prototipo inacabado como obra, que modifica el proceso mismo de la realización multiplicada: ya no se trata de fidelidad a un original, sino de identidad entre todos los ejemplares; en este caso la obra es pensada, concebida y realizada para existir como "múltiples originales".(13)

4.1. Los múltiples; posibilidades a futuro.

Tomando en cuenta las nuevas posibilidades tecnológicas de la segunda revolución industrial, y con la condición de una cierta simplificación del lenguaje estético, existe la posibilidad de disociar la pintura y la escultura del elogio de la mano (la "garra", el tacto, la escritura del artista, el contacto con la materia, etc.); esto mismo es un golpe al mito de la obra única entregada a una minoría de privilegiados y cuyo valor especulativo, sin ninguna relación con el precio de fabricación y el tiempo de trabajo,

da lugar a beneficios y superbeneficios comerciales mediante transacciones en un circuito rarificado.

Esta iniciativa prosperó en la fórmula de ventas en "boutique", que se dirigía a un nuevo público; de ahí el éxito fulgurante de las ventas de carteles, que son múltiples basados en fotografías o serigrafías, por lo demás, se trata de entrar en contacto con la clientela comercial masiva, que va a los almacenes de varias sucursales.

Pero la fórmula a la que parece estar destinado mayor porvenir es la edición de múltiples financiada por bancos, industrias, compañías publicitarias, etc., que crearía su propia red de distribución en lugar de emplear bien o mal los circuitos existentes; así podría operarse una difusión mundial y simultánea de una gran cantidad de obras, el artista vendería una idea o prototipo y cobraría una suma a destajo, o derechos de venta, y los tirajes limitados de múltiples, serían reemplazados por la producción masiva de bienes culturales de tiraje ilimitado.(14)

Según Gaudibert, actualmente se asiste a una fase de tanteo, de experimentación cuidadosa para no enfurecer demasiado a los coleccionistas, a los comerciantes tradicionales, pero la lógica del sistema implica varias consecuencias económicas y sociales. Estas son en primer lugar, que el precio debe ser sistemáticamente reducido en relación al costo de fabricación; se tenderá a la uniformidad de los precios, primero entre los múltiples de un mismo artista

y luego entre los de los demás artistas; la publicidad ira inspirandose en las tendencias que rigen la moda con eslógans, toques eróticos y astucias de toda clase. Luego deberá establecerse una relación con la obra: no siendo ya ésta fetichizada como producto de un individuo excepcional, único. El múltiple aumentará la selección de los proyectos y las oportunidades de sobrevivencia de la obra, y su desaparición o desgaste serán menos causas de temor. En fin se puede decir, que la relación con el público será trastornada; la apropiación privada y la posesión física tendrán en estas condiciones, menos importancia por que las obras serán compartidas entre un número de gente cada vez mayor.(15)

En este último punto reside según éste autor, la alternativa sociológica más importante. Para la mayoría de los artistas presentes en esta aventura, existe la intención sincera de dirigirse a un vasto público y de comunicarse con él, desde ahora; pero cabe hacerse la pregunta: ¿es esto posible en el marco de las estructuras económicas en que se juega la partida, es decir, en un sector dinámico del capitalismo decidido a hacer de los múltiples una operación con el máximo de beneficios y de prestigio?

A esta pregunta decisiva para el futuro se añade otra en relación con la sociedad de consumo: ¿hay la posibilidad de hacer múltiples de "impugnación"? La hipótesis optimista es que, transformando la religión de la obra de arte en

una industria del objeto cultural de masa, se tomará conciencia del sistema que nos cerca. La hipótesis negativa, la de Pierre Gaudibert y que nosotros compartimos, sería que existe el riesgo de reforzar esta sociedad de consumo de masa colmando sus fisuras, redoblando su presencia obsesionante. ¿Este objeto va a denunciar o a vehicular las imágenes y las mitologías de la sociedad que al parecer nos están preparando? El hecho de que Guevara se halle en carteles en las tiendas de Europa occidental prueba la capacidad acelerada que tiene esta sociedad para digerir todo lo que es subversivo. Como lo ha señalado Herbert Marcuse, el erotismo visual, presente dondequiera, quita a la sexualidad su fuerza de concentración con el orden social para hacerla inclinarse del lado de la adaptación del individuo a la realidad existente. ¿El múltiple no corre el riesgo, democratizando a su manera el arte, de hacer de él un objeto para los espectadores pasivos de Occidente? quede pues la respuesta a cargo de todos los interesados en la importancia de este desafío. (16)

4.2. Reproducción masiva y estandarización.

En la época de la producción de masas, nos dice Arnold Hauser, el arte popular adopta formas comercializadas y altamente racionalizadas al estar dirigido a producir grandes cantidades de mercancías ligeras y rápidamente utilizables

en el menor tiempo posible, así la estandarización del modelo es la presuposición más importante para la práctica orientada a alcanzar dichos fines. El secreto del éxito deseado en tales condiciones, estriba en establecer modelos que den buen resultado, en atenerse a ellos mientras sean productivos, y en renunciar a ellos tan pronto como dejen de serlo.

De esta forma, la rentabilidad de la economía industrial depende precisamente de las proporciones de la estandarización de la producción.(17) Sin embargo, la producción masiva del arte al estandarizar sus productos utilizando fórmulas ya probadas, no permite renovar la capacidad expresiva de éstos. En tales circunstancias, nos dice Hauser, el valor artístico se pierde, debido a que la estandarización no produce sino clichés inadecuados bajo todos aspectos.(18)

Así pues, parece ser que el distintivo especial del arte de masas del presente no estriba en el deseo de producir objetos de fácil y amplia difusión, sino en el objetivo de hallar un esquema para la producción según el cual se puedan llevar al consumidor, sin resistencia ni gasto de tiempo los mismos tipos; esto se debe a que, es la moda del mismo tipo de productos, durante un extenso período de tiempo la que garantiza una verdadera rentabilidad. Finalmente otra característica de este fenómeno mencionada por Hauser, es que para aumentar el consumo, se crean artificialmente tanto la necesidad de tipos nuevos, como el deseo

de modas que se sucedan con rapidez.(19)

De este modo según dicho autor, actualmente la obra de arte mecánicamente reproducida, estereotipada, que renuncia a los rasgos peculiares de un trabajo único, aunque tiene su origen en el talento y habilidad de un artista individual, se ve fundamentalmente determinada por las condiciones del tráfico industrial y comercial, y del consumo masivo de los productos de nuestra moderna sociedad capitalista.(20)

4.3. Los medios electrónicos de comunicación masiva y el arte de masas.

Como todos sabemos, los medios del arte de masas son producto de la evolución técnica más reciente; sus representaciones se producen mediante un procedimiento mecánico y se adaptan a la creación de efectos repetibles en las condiciones deseadas. En el caso de las obras del arte de masas, del cine, de la radio y la televisión, éstas no sólo son reproducibles, como un cuadro o una pieza de música, sino que se crean y se sacan del espíritu de la reproducción mecánica a fin de ser reproducidas. Según Hauser, conllevan el carácter industrial de bienes de consumo y pueden ordenarse sin más en la categoría comercial calificada de "industria del entretenimiento".

En la actualidad, la radio y la televisión se han con-

vertido en los medios de masas por excelencia. Son los medios más difundidos y preferidos, e incluso imprescindibles, de entretenimiento, de pasatiempo, en suma, los suplentes que hacen olvidar que uno no sabe que hacer con su ocio; sin ellos la vida sería casi insoportable para la mayoría de la gente, y en efecto, si se exceptúan ciertos lugares del campo, apenas hay vivienda sin radio y a ser posible, sin televisor, estos son apropiados para el consumo de masas no sólo por la sencillez de la distracción que ofrecen, sino también por el reducido coste inherente a ellos.(21)

Estos instrumentos no son de por sí medios indiferentes de comunicación sin culpa en nuestros problemas, conllevan daño o provecho según los utilicemos, se puede decir de acuerdo con Hauser, que "constituyen parcelas de la realidad que nos rodea, que determinan nuestras posibilidades, indican la dirección y límites de nuestros objetivos; son productos y síntomas de la economía industrial mecanizada en su estado final.(22)

4.3.1. Los medios masivos y sus detractores.

Ahora bien, a continuación hemos de referirnos a los estudios críticos sobre los mass media y la cultura de masas, podemos decir que la mayoría de estos estudios - sino es que todos- se han llevado a cabo en el contexto de aquello que conocemos como la "Cultura". En la actualidad es fácil

darse cuenta de que una buena parte de los intelectuales "oficiales" muestra una indiferencia total o, lo que es peor, un absoluto desprecio, respecto a las posibles implicaciones estéticas y sociales de los modernos medios de comunicación de masas. La contradicción en la que se debatan se agrava en un punto concreto: productos culturales que utilizan por tradición muchos procedimientos de las Bellas Artes y que logran una difusión como nunca pudo obtenerse para las más exquisitas realizaciones pasadas, han de ser detestados, por dichos críticos, debido a su "infantilismo" y a sus presuntos efectos alienantes y mistificadores.(23)

De esta manera, el rechazo a los medios se hace en estos casos desde un desconocimiento casi total de sus resultados y posibilidades, así como de los análisis a ellos dedicados hasta ahora. Se piensa, quizá, que hasta representar los valores de la cultura "humanista", difundida sólo en ciertas élites, para lamentar la degradación de las masas producida por los nuevos géneros de amplia difusión.(24)

Estos autores suelen expresar con mayor o menor aproximación la idea de que "la cultura de masas es anticultura", puesto que esta nace, como nos dice Umberto Eco, en el momento en que la presencia de las masas en la vida social se convierte en el fenómeno más evidente de un contexto histórico, la "cultura de masas" no es signo de aberración transitoria y limitada, sino que llega a constituir el signo

una caída irrecuperable, ante la cual el hombre de cultura, último sobreviviente de la prehistoria, destinado a la extinción, no puede más que expresarse en términos de Apocalipsis". (25) Se supone en estos casos que la "cultura" es el resultado de un cultivo celoso y solitario que no puede ser compartido por las masas. (26)

Así, la crítica aristocrática rebasa además, los casos particulares y la idea subyacente es que el ataque contra uno de los medios implica en general el ataque a los demás, por lo cual, las opiniones sobre la cultura de masas forman una auténtica constelación ideológica que cristaliza en forma de actitudes tipificables, de lugares comunes sobre los que se establecen amplios consensos de valoración. *(27) Estas opiniones por lo común comparten la creencia de que los medios de comunicación son omnipotentes, que el público está diseminado, sin contacto e intercomunicación reales, que se derrumban los grupos primarios, etc. Hecho que sin duda encuentra su justificación en los ejemplos totalitarios, tan cercanos y conocidos para nosotros, y que suministran ejemplos claros de manipulación de masas a través de los medios.

Pero por otro lado, entre los supuestos negativos, muchos reconocen que los medios difunden una cultura homogénea para todo el mundo, que provocan emociones vivas, aunque prefabricadas, pero provocan "algo" al menos, y que hacen

menos costosa la adquisición de conceptos y productos de cultura. Al respecto Ramírez plantea la pregunta ¿por qué considerar esto negativo? A la cuál responde diciendonos que los temores proceden aquí de cierta ideología de "elite", con mayores o menores tendencias autoritarias, que ven en los medios de masas un bastión contra el celoso mantenimiento de la cultura de las clases oligárquicas.(28)

Ahora bien, ¿cómo interpretar esta contradicción? Ideologías opuestas parecen coincidir en la crítica a los medios y a sus productos, aunque sea por motivos divergentes. Unos se sienten amenazados por el fantasma de la igualdad, ¿de la vulgaridad? y otros por el de la autoridad incontrolada. Así para dicho autor, esta coincidencia entre corrientes opuestas de pensamiento, expresa con claridad la escasa fiabilidad que deben merecernos estas constelaciones de opinión, y señala que como alternativa, se hace preciso estudiar a fondo la problemática suscitada, libres de apasionamiento pero con un modelo crítico que acepte el supuesto de analizar la realidad artística y social desde premisas progresistas.

Si bien, efectivamente los medios en sí mismos, su contenido y sus formas no son neutrales, no debemos olvidar que esta "no neutralidad" es la misma que los grupos sociales proyectan en todas las actividades, incluyendo la crítica socio-artística y la censura.(29)

Por otra parte, frente al punto de vista que sostiene la idea del fin del humanismo ahogado en la sociedad de masas, el de los "apocalípticos", y su antagonista natural, el de los "integrados", que serían los defensores a ultranza del sistema surgido de esta nueva "densidad comunicativa", existe otra alternativa, que ve que entre el apocalipsis y la integración se sitúa el intelectual "progresista" que acepta los supuestos de la cultura de masas con matizaciones varias, criticando, pero sin llegar a la visión catastrófica. (30)

Los argumentos de éste autor respecto al verdadero carácter de la visión de la cultura de masas llamada "apocalíptica", que expondremos a continuación, ilustran de manera significativa y singular las razones que sustentan tal concepción. Según Ramírez, se trata en realidad de enmascarar inconscientemente una verdad dolorosa: el "apocalipsis" es la faceta más sutil de integración, el último reducto de la aceptación pasiva y de la impotencia. En efecto el apocalíptico se siente anonadado por el impulso poderoso de una sociedad que transforma, no tanto los gustos de las masas, como las condiciones perceptivas que permiten la exacta comprensión de los modelos culturales del pasado por parte de las "mentes superiores". Los cuadros de Giorgione o Velázquez, después de la televisión, el automóvil o los comics, no pueden ser los mismos, por la sencilla razón de que el sustrato imaginario de los espectadores se ha

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

alterado como nunca había ocurrido antes.

La posición de los apocalípticos, al encorsetar la "Cultura" en un pasado mítico, en un tiempo que se fue, aniquila los valores que pretende defender. Y la aniquilación es tanto como su negación, su desconocimiento. La integración que ignora la cultura o el "apocalipsis" que la niega, no pueden servirnos entonces como alternativas válidas con auténtica significación.(31)

La aparición de los medios de masas no debe implicar (no implica) el entierro de los valores pasados porque ellos siguen vigentes todavía. Entre ciertas formas del arte tradicional y la historieta o el cartel, por ejemplo, hay una continuidad insoslayable. Pero tampoco hay que olvidar que la visión que tengamos de esas mismas formas pasadas está preñada de nuestra sensibilidad y experiencia perceptiva, adquirida, en su mayor parte, en el contacto con los medios. Los tiempos son permeables en sentido progresivo y regresivo. Aquí es donde el estudioso de nuestros días tiene planteado el verdadero desafío, porque de un lado urge analizar las modalidades expresivas de los nuevos medios, sus formas de exposición su especificidad comunicativa, y de otra parte está la historia de la cultura y del arte con la exigencia ineludible de su análisis y revisión a la luz de las nuevas condiciones históricas. En definitiva, se requiere una tarea crítica, una tarea que no rechace, sino que integre; que

acepte lo presente y lo pasado, pero con una proyección de futuro con vistas a una transformación de la realidad.(32)

4.4. Los niveles de calidad: Kitsch, arte y medios de masas.

Un poco a manera de contrapunto y con la finalidad de aclarar cuál es el papel que desempeña el arte de masas frente al Arte (escrito con mayúscula), exponemos a continuación las reflexiones que el crítico Juan Antonio Ramírez hace en relación a este tema.

4.4.1. El concepto de arte: objetualidad y valor.

Habitualmente, los juicios que se emiten sobre los medios icónicos de masas son de la misma naturaleza que los aplicados al arte: "bueno", "maio", "interesante", etc. En virtud del oportuno veredicto, cualquier objeto o proceso que aparezca ante el espectador puede pasar o no, a esa especie de categoría olímpica que es "lo artístico". La historia del arte en su formulación científica parece haber recogido preferentemente resultados objetuales. Lo "artístico" es lo "museable" y esto, a su vez, es algo que está ahí, con un peso, una forma, un tamaño, etc. Se ha dicho que "hablando de arte lo mismo indicamos actividad productora y formas producidas inseparables de aquella, que separadamente, actividad productora de un lado y cosas producidas por otro. De hecho, toda la tradición cultural de la cultura

de la cual somos partícipes ha fijado y fija su atención en aquellas formas de actividad "artística" en las cuales la actividad productora y el producto son claramente separables, y ha abandonado las otras como irrelevantes.(33)

Ahora bien, no todos los objetos que participan de los procedimientos del arte se consideran artísticos. Es por eso que "el concepto de arte... no define categorías de cosas, sino de un tipo de valor".(34) En términos generales se trata de un valor positivo: el arte asume categorías ejemplares, y su noción se constituye como un espacio mental privilegiado que sirve para una clasificación instantánea de todas las acciones y objetos perceptibles por un hombre cualquiera: que existe una división entre cosas artísticas y no artísticas, entre las que entran y no entran en el campo, es una de las premisas básicas de la cultura "de siempre", y un eje cardinal en las certidumbres del hombre común. En la cuestión de calidad, lo artístico se sitúa en un estadio superior, mientras que lo excluido tiende a ser considerado de "baja calidad".(35)

Es bajo estas premisas que, una civilización basada en los objetos (que los fabrica, los vende, obtiene beneficios que permiten aumentar el ritmo de producción, etc.) se ve en la necesidad de enmascarar su naturaleza mitificando un pequeño número de ellos, los objetos artísticos, y negando valor creador o lúdico a los restantes. El museo es resultado

de la mala conciencia de la sociedad productiva, y el precio desmesurado que se paga por ciertas obras de arte sólo acentúa la burla a quienes deben soportar la explotación y el olvido consiguiente de los objetos que lo testimonian. Los productos de la industria y la cultura de masas en bloque aparecen, pues, desligados del campo artístico tradicional.(36)

4.4.2. La amenaza del kitsch como antiarte.

La sociedad desigual, basada en la explotación, tiene sus peculiares contradicciones. Una de ellas, impuesta por las leyes económicas, exige la ampliación del mercado para los productos "superfluos"; esto sólo es posible si se convence al posible comprador de que con la adquisición, su condición vital y social se va a ver notablemente mejorada. Así surgiría el kitsch, palabra que pueda designar provisionalmente a los objetos o productos culturales "inútiles", revestidos con un baño "artístico" y destinados a un consumo masivo e indiscriminado. La noción es de una importancia capital para entender las relaciones entre los medios de masas y la historia del arte, para la clarificación misma de la compleja cuestión de la "artisticidad".

J.A.Ramírez nos dice, que el kitsch no existía antes del siglo XIX. El término en su forma moderna, aparece según A.Moles, en Munich hacia 1860,(37) y su difusión es paralela

a la sociedad del bienestar burgués y a la del consumo de masas actual. Es importante señalar que para los analistas del kitsch, este no aparece simplemente como algo alejado del arte, sino como su antítesis. Este es considerado según Gillo Dorfles, como "arte de signo contrario: una cosa que tiene las características extrínsecas del arte, pero que es su negación".(38)

Para Hermann Broch "el kitsch se ve obligado a copiar los rasgos específicos del arte". Consumir kitsch para quien no esté avisado sería, por lo tanto, como consumir arte, ennoblecerse participando del prestigio que envuelve a esta noción aristocrática. Esta es la trampa: el sistema desigual-autoritario exige el férreo mantenimiento de unos criterios axiológicos de valor definidos por los especialistas de la alta cultura, pero no puede sustraerse a la necesidad de ofrecer una versión comercial, asequible, de los objetos-símbolos-procedimientos que ocupan la cúspide de la estimación sociocultural.

Un mismo sistema social logra vender un valor-arte, en el circuito comercial, que a la vez es negado rotundamente como tal, en el circuito cultural. El círculo es perfecto, arte y kitsch son dos términos necesarios e interdependientes en el plano económico y en el conceptual. Si el arte "vale", comercialmente en primer lugar, se debe a su rareza, a su escasez; mantener ese valor implica evitar la inflación,

pues una proliferación de obras artísticas terminaría produciendo una "rebaja" como en cualquier otro producto "comercializable".

La inaccesibilidad de las "esencias" artísticas se mide por la cantidad de imitaciones fallidas que suscitan. He aquí por qué es necesario el kitsch, la noción del kitsch: cuanto más abundante sea éste más brillará la autenticidad del "arte"; cuanto más divulgado, más resaltará el carácter aristocrático del poseedor del "arte". El kitsch se define frente al arte y éste frente a aquél: en un mismo campo, con unos procedimientos e intenciones, arte y kitsch, materia y antimateria, cara y cruz de una misma realidad, la cual es parte del aparato ideológico que hace posible la dominación.

Hay una sola diferencia, qué casualidad: el kitsch tiene su campo de expansión preferente en la cultura popular y utiliza los únicos recursos productivos que podrían propiciar hoy la liberación de las masas; el arte, en cambio, se mueve en el dominio de la "alta cultura" y es producido, generalmente, en condiciones artesanales de dudosa significación colectiva.(39)

Veamos una moderada pero transparente confirmación hecha por Dorfles: "No es difícil constatar cierta sincronía entre la explosión de determinados aspectos kitsch y el advenimiento de métodos de reproducción y de transmisión

mecánicos, eléctricos, electrónicos, del arte. Con ello pretendo afirmar que exista una interdependencia absoluta entre ambas manifestaciones, pero quiero subrayar el hecho de que, sólo con la posibilidad de reproducción (a menudo mediocre) y de difusión vertiginosa de objetos artísticos (o pseudoartísticos), ha sido posible la explosión de uno de los aspectos que nos interesan. El problema de la industrialización cultural; el hecho de que hasta la cultura -tanto en su hacerse como en su consumirse- esté sujeta a los métodos que actualmente rigen todo o casi todo nuestro sistema productivo y organizativo, es cada vez más grave!"(40)

Ante esta última preocupación se nos ocurre preguntarnos siguiendo a Ramírez, porqué habría de ser de otro modo, porqué la cultura iba a tener el privilegio de no someterse al mismo sistema "productivo y organizativo". La cultura no es, no debe ser, un refugio, un bunker de la inocencia. Este a diferencia de su homónimo político, ve sólo la amenaza omnipotente del kitsch: lo encuentra en todas las manifestaciones y en todas las capas sociales; es el ogro universal del arte.(41)

4.4.3. Contra la distinción arte-kitsch.

En base a los argumentos manejados en la discusión acerca de lo que es el kitsch y lo que es el arte, cabe preguntarse: ¿hay alguna diferencia real entre ellos? Pues

bien, si el kitsch es como ya se dijo, la otra cara de la moneda artística; en una sociedad en la que el único lenguaje estético que reciben las masas está modulado en "clave kitsch", deberíamos reflexionar seriamente en pro de su reivindicación. Hemos pues de romper las barreras existentes en el estudio del arte, las que suponen la exclusión-inclusión en el contexto merced a criterios axiológicos definidos apriorísticamente y desde una posición de pretendida superioridad. En la noción de "kitsch" como en la de "arte auténtico" hay algo impositivo, dictatorial.(42)

Pero las obras humanas, reconocidas como artísticas o kitsch, no son "señales de tráfico" que impongan una interpretación y un significado unívocos. Caben muchas lecturas, todas legítimas, y sólo la marcha de la historia y los eventuales objetivos sociales pueden, provisionalmente, decidir si estas lecturas son "correctas", "adecuadas" o no. Y aunque las obras carecieran de la menor equivocidad, los contextos plurales en los que estas deben verse inmersas, como la difusión en ambientes diferentes y la permanencia a través diversos tiempos y épocas, garantizan la exigencia de esa lectura creadora, en perpetua renovación y recomposición. No encontramos un antiarte como algo separable del arte. O si se quiere, invirtiendo los términos, no existe el arte como algo distinto del kitsch.(43)

Concluimos este capítulo diciendo, de acuerdo con Juan

Antonio Ramírez que, "romper una lanza a favor del kitsch equivale, a sentar las bases que permitirán la destrucción de la noción de arte como arma ideológica contra la igualdad". Con esto sin embargo, no todo está clarificado: la extensión del arte, el uso democrático del término, ¿va a eliminar la noción de "calidad"? No es fácil predecirlo, pero es bien cierto que ésta no se instalará sobre oposiciones maniqueas, del tipo arte-kitsch, arte-medios de masas, arte-industria, etc. La calidad en los medios masivos, en el arte, será resultado de un compromiso entre la adecuación lingüística y los objetivos sociales en general.(44)

CAPITULO 5

MUERTE DEL ARTE.

Hoy en día nos encontramos con la frecuente afirmación de que estamos ante la inminente "muerte del arte". La causa de estos temores puede hallarse en el hecho de que las dudas sobre su función práctica, han crecido a medida que se apoderan del público y sus creadores, las sospechas de que el arte se halla en vísperas de ser desplazado y suplantado por otras producciones, como el "arte de masas" y el fenómeno kitsch.(1)

Por otra parte, también se entiende por "fin del arte" la consideración de sus deficiencias en comparación con la utilidad de los rendimientos científicos. La amenaza del arte y el indicio de su disolución se ven, según Hauser,

en la circunstancia de que el arte resultaría inútil y sin valor en nuestra era científico-tecnológica.(2) El criterio de su decadencia radicaría en su afuncionalidad aparente en relación a la superficialidad caprichosa de los rendimientos.(3)

Ahora bien, en la actualidad el arte tiene problemas de legitimidad y sufre una crisis de credibilidad debido en parte, a que hoy se acepta que es "arte" todo lo que figura como tal. La pérdida de su autoridad moral, que en otras sociedades tuvo su legitimidad en el arraigo a la tradición, se debe a que el arte contemporáneo carece de un conjunto coherente de prioridades, de modelos convincentes, de medios para valerse a sí mismo y a sus objetivos.(4) Este hecho encuentra su explicación en los ideales que la modernidad ha querido alcanzar, y en los puntos fundamentales de su escala de valores, eminentemente materialistas y utilitarios. Es así que en un mundo cada vez más comercializado y profesionalizado, el arte se ve determinado por estos supuestos esenciales que caracterizan a la sociedad capitalista avanzada. Hasta tal punto, que se puede hablar de que la comercialización del arte corrompe por completo su autenticidad.

Así pues, a continuación expondremos los argumentos que algunos estudiosos han considerado de mayor relevancia respecto al problema de la "muerte del arte". Las considera-

ciones son de diversa índole y quizá en cierta forma hasta de naturaleza contraria. Pero ello no obsta para que sean puestas a la consideración de un análisis crítico, a fin de enriquecer hasta donde sea posible, la discusión de este tema.

Una de las hipótesis de las que parecen derivar las demás, es aquélla que encuentra la causa de la muerte del arte en la aparición y desarrollo de los medios de comunicación en nuestra sociedad. Es Gianni Vattimo quién sostiene que la muerte del arte es consecuencia del fenómeno de "estetización general de la vida".(5) Para este autor, nuestra moderna sociedad de masas se caracteriza entre otras cosas, por adoptar "modelos estéticos de comportamiento y de organización del consenso social".(6) Esto se debe a que los medios de comunicación de masas poseen ante todo, una fuerza "estética y retórica".(7)

Para Vattimo, la modernidad se caracteriza por el papel central que lo estético desempeña en la sociedad. Este hecho tiene su origen en el Renacimiento, con el proceso de promoción social del artista y de sus producciones; proceso que "confirió al artista poco a poco dignidad, carácter excepcional y funciones sacerdotales y civiles".(8)

Los medios de difusión masiva que distribuyen información, cultura, entretenimiento, siempre con criterios generales de "belleza" (atractivo formal de los productos), han

adquirido en la vida de cada individuo, un peso infinitamente mayor que en cualquier época del pasado.*(9) Es esto, lo que Vattimo considera como "estetización general de la vida", y que proporciona a los medios de comunicación "la posibilidad de producir consenso, además de la instauración e intensificación de un lenguaje común en lo social".(10) Para este autor, los medios de comunicación masiva no son medios para las masas, ni están a su servicio: sólo son medios masivos, en el sentido en que constituyen a la masa como tal, como la esfera pública del consenso, del sentir y de los gustos comunes.(11) Es posible que Vattimo se refiera con esto a que, los mass-media no constituyen sólo la expresión de la ideología burguesa dominante, sino que de hecho la producen y reproducen.

Respecto a la posición de los artistas frente al fenómeno de la "muerte del arte por obra de los medios de comunicación de masas". Vattimo nos dice, que los artistas modernos han respondido con una actitud que significa también "la muerte del arte". Esta actitud se ha mostrado como una especie de "suicidio de protesta" -contra el kitsch y la manipulada cultura de masas, y contra la estetización de la existencia en un bajo nivel-, al renegar de todo elemento de deleite inmediato en la obra, rechazar la comunicación y optar por el puro y simple silencio.(12)

La argumentación planteada por este autor, nos sitúa

frente a la problemática que imponen los medios masivos a la sociedad moderna. En razón de lo cual, hemos de retomar algunos puntos expuestos en los capítulos previos, para establecer algunas consideraciones al respecto.

Creemos que la suposición de que el desarrollo de los medios de comunicación masiva ha sido la causa de "la muerte del arte", se fundamenta en lo que Walter Benjamin describió como, el impacto que la aplicación de estos medios tendría sobre el arte, "al modificar de manera muy profunda sus modos de influencia, y, además imponerse ellas mismas como formas originales de arte".(13) Es decir, que al transformarse estos medios masivos en "formas originales de arte", y (particularmente por) ser puestas al servicio de los intereses del sistema económico, el arte "ha muerto" según Vattimo, al verse desplazado por el "arte de masas", el "antiarte", etc.

Como hemos visto, a esta posición se la puede calificar de "apocalíptica", según términos de Umberto Eco, puesto que ve en los mass media y en la cultura de masas al enemigo mortal del "Arte"; e implícitamente parte del supuesto de que "la obra de arte" debe tener un carácter excepcional, único. Noción que exige la limitación del número de productos para evitar su desvalorización, y que niega a ultranza a los medios masivos la "artisticidad" otorgada a los procedimientos tradicionales.

Creemos que es un error en este caso, confundir la manipulación de que son objeto los medios masivos, con la naturaleza misma de éstos. Pues si bien han sido utilizados y desarrollados para vehicular las mitologías de la sociedad de consumo, ello no significa que éstos sean de por sí algo hostil al arte. Así pues, al parecer dicha hipótesis responde más al temor de que la obra de arte pierda su "status" de "autenticidad" y de elemento de "alta cultura", que a la problemática que aqueja actualmente al quehacer artístico, y que desde nuestro punto de vista se debe, en mayor medida, al papel que éste desempeña en nuestra sociedad moderna.

Es precisamente la función que cumple el arte en la sociedad capitalista, la que nos dará la pauta para comprender el fenómeno del deterioro que éste ha sufrido en los últimos años. Hemos entonces de partir, de la transformación que experimentó la práctica artística a partir de su mercantilización. La cual tuvo su origen, como vimos antes, durante el Renacimiento cuando la obra se "personalizó", es decir, la personalidad del propio artista se convirtió en lo "esencial" de la obra. Entonces la obra artística adquirió su forma de "mercancía especial", con un valor de cambio superior al de cualquier otra.

Ahora bien, Jean Galard nos dice que fue la ideología burguesa quién concibió a las obras de arte como un "tesoro", es decir, como la fuente de un posible provecho, de la que

finalmente terminó apropiándose como objeto de sus inversiones más seguras. Y que con el propósito de que su inversión en obras fuese más fructífera, alentó el amor al arte y desarrolló su culto. Por lo tanto, la premisa más importante con la cual debe cumplir el arte en este sistema, es que la actividad artística conserve la forma de una producción de objetos posibles, que siga fijándose como finalidad la fabricación de "cosas", que se limite a crear "obras-mercancías".(14)

Es por ello que, aun cuando el culto a las obras pretende ser ferviente de la única Belleza y ajeno del todo a cualquier otra consideración, en realidad se encuentra impregnado de preocupaciones económicas, de las que depende la idea de "obra". De esta forma, los fenómenos de devaluación de que son objeto, por ejemplo: una estatua cuando se advierte que es una copia, o un cuadro cuando se descubre que es "falso", muestran del mismo modo que la actitud económica es un componente inconfesado del amor al arte. Según Galard, y estamos de acuerdo con él, la copia o el falso reconocidos como tales, deberían suscitar la misma emoción que cuando se les tomaba por originales y auténticos, si no se deslizase en el inconsciente de la contemplación de las obras el deseo de unicidad o de rareza, que son cualidades ante todo económicas.(15)

Así pues, hemos de preguntar ¿por qué se habla de "muer-

te del arte"?. sí como nos dice Galard, "este arte al que queremos tratar como enfermo, parece por el contrario hallarse en la actualidad en muy buenas condiciones. Se le visita como nunca; la multitud se agolpa ante sus residencias, compra cada vez con más asiduidad los álbumes de fotos de su numerosa familia. Pero hay que advertir que los miembros más célebres, los más festejados, los más notables de la dinastía de las obras, resultan ser los más ancianos. Ese bello mundo lleva una existencia principalmente póstuma; y la solicitud de que se le rodea adopta de ordinario la forma terapéutica de la "conservación", de la "restauración", de la "salvaguardia". Los monumentos que hoy se protegen mejor, y se respetan más, datan de épocas en que no se respetaba a los monumentos; sino que se construían, generalmente, saqueando los del pasado para utilizar sus materiales".(16)

Por otra parte, encontramos que los "actuales retoños" del arte son los más irrespetuosos con la tradición familiar. Los "artistas" de quienes depende el arte de mañana son justamente quienes preparan al "Arte" la más bella muerte imaginable, quienes van sustrayendo progresivamente de la idea que desde ahora habrá de hacerse de la obra, las determinaciones que le daban consistencia.(17)

Es así, que desde hace ya más de medio siglo, la actividad artística ha asumido formas que están de manera cada vez más flagrante, en contradicción con esas primeras carac-

terísticas de la obra. En razón de lo cual, el empleo de materiales triviales se ha convertido en práctica normal. Y en el extremo de abolir la distancia que antes separaba el mundo noble del arte, del mundo normal, el "ready-made" es el ejemplo típico de una actividad estética independiente de la producción artística.(18) Por tanto, se puede decir que los artistas de hoy día luchan contra el fetichismo de la obra, contra el culto al bello producto terminado, y que su proposición es un modelo muy distinto: definen la desproducción de obras de arte.(19)

Estos nuevos comportamientos artísticos tienen como preocupación, la socialización de la creación y distribución, lo cual no implica tanto la utilización de los medios como vehículos que informan acerca de la producción artística, como la consecución de una práctica artística, de modo solidario con los medios de masas. Se trata de ciertas prácticas que se orientan de cara a la producción de fotografías, films o programas televisivos que son considerados por muchos como las verdaderas obras, algunas de las cuales han sido englobadas bajo el epíteto de "conceptuales".(20)

Estas vanguardias contemporáneas parecen, sin embargo, caer en una grave incoherencia, pues la "muerte del arte" que éstas implican, supone en realidad una ampliación de la noción de arte.(21) Además de que por otro lado, éstas se han encontrado ante la circunstancia de que el "Imperio

del Arte" reabsorbe inmediatamente a todos. Así, la protesta contra la reducción de la actividad estética al ámbito de las obras de arte se convierte paradójicamente también en obra. Todos llegan tarde o temprano a formar parte de los "depósitos de mercancías de lujo".(22) Al respecto cabría preguntarse de acuerdo con Galard, si ¿no son las propias tentativas iconoclastas las que se dirigen al fracaso, debido a que siguen conservando pese a todo una secreta nostalgia del prestigio del arte, de su esplendor sagrado?(23)

Sin embargo, al haberse multiplicado los atentados contra el arte en el siglo XX, parece existir actualmente un empobrecimiento de las "bellas artes", cuyo resultado es aún incierto. No sabemos con certeza si como dice Galard, "el enfermo se halla verdaderamente en su agonía, o si solo finge estar moribundo, para que sus funerales provisionales le den ocasión de recibir la ofrenda de una nueva floración de obras".(24) Quizá lo que en realidad ocurra, sea que esta "crisis" contemporánea del arte esté revelando las funciones que el arte ha cumplido, y tal vez seguirá cumpliendo, pues al acusar directamente al culto de las obras, ha mostrado los verdaderos motivos, fundamentalmente económicos, del apego a las obras.

Así para Jean Galard, las actuales formas de impugnación del arte, al adoptar una actitud crítica sobre el arte, se han puesto en realidad a habitarlo, a horadarlo, a minarlo,

De manera que esta posición, lejos de ser un punto de vista entre otros más "optimistas", resulta ser más bien, el movimiento del propio arte que se deshace y que tiende a liberar la actividad estética para una marcha por otros caminos. Dicha tendencia no constituye sólo "una fantasía utópica, una idea en el aire, un tema de inspiración, sino que corresponde a la orientación que hoy día toma la actividad de los "artistas" que abandonan el viejo "templo".(25)

La impugnación del culto a las obras, o la superación del "ser-obra" de las obras, es la meta de esta actividad efectiva que es auténticamente estética y se encuentra a la vez dirigida contra su tradicional limitación a la creación de obras.(26) Por ello, la "muerte del arte", desde hace mucho anunciada, seguirá siendo tema artístico de obras bellamente suicidas, amablemente provocativas, en tanto no se transforme el mundo real según exigencias estéticas que, por el momento no se satisfacen más que en el mundo soñado de las compensaciones artísticas.(27)

En esta medida, las creaciones cuyo contenido constituye la decadencia del arte son todavía obras de arte, al manifestar una disposición concreta de ánimo, y describir un estado tan digno de representación artística como otras que producen sosiego y consuelo. Mondrian afirmaba que el arte es un sustituto a la armonía perdida y del equilibrio ausente en la realidad que nos circunda. Y según Hauser, lo es "aun-

que denuncie de la manera que sea el peso insoportable de las condiciones de vida".(28)

Finalmente podemos decir, que en la actualidad el mayor temor por la desaparición del arte encuentra su fundamento, en la circunstancia de que los mass media al haber transformado las condiciones perceptivas y permitido así la exacta comprensión de los modelos culturales del pasado, facilitaron el proceso de desnaturalización de la "fuerza" del arte del pasado merced a la presencia ineludible de sus imágenes. Así pues, la proclamada "muerte del arte" resulta ser, una oración fúnebre, un cántico a algo que se sabe perdido, un regreso al pasado. Pero que implica una incapacidad para aceptar la historia y para reinventar recuperaciones diferentes de algo que no está muerto, sino en trance de ser recuperado de otro modo.(29)

CAPITULO 6

SITUACION ACTUAL DE LOS ARTISTAS.

6.1. Entre el "éxito" y el fracaso.

En este capítulo reseñaremos la situación en que se encuentra el artista contemporáneo, en un mundo que presenta características totalmente nuevas en la historia. Un mundo erizado de cambios sin precedentes, en el que todo está en continua transformación. Donde no hay objetivos o ideales estables en los que la gente pueda creer, ni una tradición lo suficientemente duradera para evitar la confusión.

Es bajo tales circunstancias que los artistas de hoy enfrentan un exceso de estímulos y de valores contradictorios, junto con una ausencia de orden y de intenciones coherentes.

El panorama del arte actual resulta desconcertante tanto para profesionales como para estudiantes, debido a la falta de un consenso preciso y válido establecido a partir de práctica común, que ha traído consigo un pluralismo impenetrable de enfoques contrapuestos.(1) Se puede decir, que la herencia de la modernidad es la soledad del artista que ha perdido su sombra. En una sociedad que al no marcarle ningún rumbo a su arte, le ha dejado como única alternativa inventar su propio destino.

En la actualidad el artista desempeña una función marginal en la sociedad, no porque el arte moderno sea intrínsecamente incompleto, sino porque nuestra sociedad lo ha despojado de todo valor que no sea puramente estético. El desacuerdo que existe entre el artista y la sociedad en la época moderna, debe considerarse como un problema social cuyo origen no está en una deficiencia del arte, sino como vimos en capítulos anteriores, en un error del sistema de valores de la sociedad contemporánea.

Hoy nuestra creencia en común es, al parecer, que no se puede responsabilizar a nadie, pues toda limitación se considera como una prisión. Sin embargo, estos elementos sociales y psicológicos han desplazado a los artistas de su lugar en el mundo real.(2) Pues mientras que en épocas pasadas el artista formaba parte integrante de la sociedad y era retribuido y reconocido por los servicios que prestaba

a la comunidad, el artista de hoy, debido a la tremenda expansión de la producción artística, enfrenta el empequeñecimiento de la personalidad individual junto con un debilitamiento del contenido y del sentido de la vida. Es como si nuestro hacer frenético entrañase un deterioro de nuestro ser.(3) Nuestros sentimientos han pasado de la vehemencia, a la decadencia, al cinismo y el abatimiento.

Al respecto resulta ilustrativa la ponencia del pintor Bruce Boice, citada por Gablik y titulada: "Lo que significa ser un artista", y que el artista presentó en una conferencia en la "School of visual arts" de Nueva York. Boice se dirigía a un grupo de estudiantes y decía que, "al dejar la escuela, muchos estudiantes no trabajan porque no hay razón para hacerlo. Nadie se interesa ya por nada, así que no hay porqué seguir esforzándose. Nunca hay un motivo para hacer arte; parece no importar nada. Todo resulta muy bonito, pero sencillamente no merece la pena. Os cansáis de hacerlo porque estáis en un vacío. No tenéis motivación, ni normas que os señalen una dirección o que os indiquen si lo que haceis es bueno o no. Tenéis confianza en vosotros mismos, y esto a la larga os permite trabajar; sabéis que podéis emprender algo y llevarlo a cabo con éxito. Esto resultará cada vez más difícil, pero os acostumbraréis a la frustración. De haber normas, sería muy sencillo saber lo que hay que hacer. Pero buscáis a vuestro alrededor algo, sin saber el qué. Así que ¿cómo sabréis si lo habéis encontrado?

Es evidente, que estas palabras apuntan con acierto a las debilidades esenciales del carácter moderno; a su tendencia a refugiarse en lo personal y en la auto-expresión, a su convicción de que no hay ejemplo a seguir, ni una autoidad en la que apoyarse, ni una disciplina que acatar. Se diría que cuanto más "libre" es el artista, más inútil se siente.(4)

Quizá este hecho se deba a que la libertad del artista contemporáneo -ilusoria, en cualquier caso- se reduce a asuntos puramente estéticos. Según Peter Fuller, la libertad del artista contemporáneo es, "como la libertad de los locos y dementes; pueden hacer lo que quieran, porque hagan lo que hagan carece de importancia... tienen todas las libertades salvo la que importa: la libertad de actuar en la sociedad".(5) Es por ello que en esta época de pluralismo, cuando ya no hay límites que coarten nuestra imaginación o nuestras obras, muy poca gente sabe con certeza para que sirve nuestro arte.

Por otra parte, recordemos que el "éxito" y la "seguridad" desempeñan un papel fundamental en la sociedad contemporánea, y que los alicientes de esta sociedad conformista son tan grandes, que incluso los artistas han aprendido a acatar una escala impuesta de valores profesionalizados. Sí en sus inicios el capitalismo dió lugar a una serie de tendencias ascéticas; ahora en cambio, ha engendrado una

forma de individualismo más codiciosa y explotadora que nunca, junto con un arte orientado a la producción y a obtener una ganancia. Por eso cuando alguien dice que está motivado por el espíritu de sacrificio y el ascetismo, por la necesidad de mantener una parte de sí mismo fuera del alcance del mundo, tropieza con la incredulidad irónica de los demás. De esta manera, la función histórica de rebelión que tuvo el arte moderno se ha convertido en conformidad teñida de ambición y en un deseo de lucrar y darse a conocer.(6)

Así pues, las tendencias y las categorías heredadas del pasado ya no encajan en la realidad social de la nueva generación. Para ésta, el mundo burocrático del arte es único mecanismo del que depende para adquirir una reputación. Los nuevos artistas sólo valoran las cosas en base a este esquema porque las condiciones de nuestra actual sociedad fomentan una mentalidad de supervivencia. Hoy se admira solamente la capacidad de mantenerse firme y de adelantarse a los demás.(7)

Por lo general, la dinámica de la profesionalización no predispone a los artistas a que acepten su función moral. Esto se debe a que, los profesionales están acostumbrados a pasar por alto los problemas que no guardan una relación directa con su trabajo. Creen que el trabajo es lo que importa en la vida, lo que da sentido a sus actos, sin embargo, la sociedad, cuando no el individuo, necesita los pilares

de la verdad y la autoridad para garantizar su propia continuidad y permanencia.

Por otro lado resulta evidente que hoy en día, un profesional puede salir adelante en su carrera, si adopta los valores de la organización como parte integrante de su vida; por ello, el artista acopla sus aspiraciones y su trabajo a la situación en la que está, y de la que no puede escapar. Muchos artistas adoptan una actitud quisquillosa y equívoca ante esta situación; pero la necesidad de amoldarse al sistema suele prevalecer sobre la intención de ser consecuente, en la vida práctica, con las creencias personales. Es así que al final, cualquiera que desee mejorar su posición, deberá olvidarse de optar por una alternativa moral.(8)

Sabemos que toda civilización tiene un modelo de hombre, y que su imagen se ve reflejada en su arte. Nuestra sociedad tiene como imagen un hombre económico cuyo deseo consiste sólo en aumentar sus beneficios y recortar sus gastos. Así, hoy podemos decir que la cultura moderna ha modificado radicalmente la imagen que los artistas tenían de sí mismos, pues cuando la modernidad transformo su "profesión" en algo importante, oficial, capitalizado y burocrático, su época heroica tocó a su fin. El período de los ascéticos autoinnovadores, que trabajan más o menos solos como Cézanne, o de los luchadores aislados como Pollock, ha quedado atrás. Gablik nos dice al respecto, que tras estos artistas, han

llegado unos profesionales perfectamente acopiados al imperativo de la organización, que sienten un justo respeto por todas las ventajas que pueden proporcionarles los causes oficiales, y que respetan los procedimientos institucionales.(9)

En estas condiciones, bien pudiera ser que el desaparecido Andy Warhol, con su vanidad, nos proporcione la imagen más fiel del artista de nuestro tiempo. Gran aficionado a lo llamativo, partidario incondicional de la lucha por el dinero, la posición social y el poder, se adaptó a la cultura como si estuviera hecha para él y nos hizo comprender lo pasada de moda que está la rebelión vanguardista.(10)

Así pues, los modelos de personalidad vigentes en la cultura occidental del pasado, no pueden compaginarse con los valores de una sociedad moderna secularizada; el contraste entre el pasado y el presente es demasiado grande ¿Reside la verdad, por ejemplo, en el desafío solitario de Van Gogh, agobiado por la pobreza y el dolor, y convencido de que la única lección de esta vida consiste en hacer frente al sufrimiento? ¿O puede alguien como Warhol servirnos de imagen modelo para el artista de nuestro tiempo, con su empuje social, su vida de éxitos, y su manera de ponerse a la altura de un mundo en el que cualquiera puede ser famoso durante quince minutos? (Según Warhol, la fama es la que nos hace llevadera la vida). Nadie puede negar que estas dos imágenes

conflictivas de poder y de personalidad, están totalmente reñidas entre sí. Nos presentan dos modelos muy distintos del destino y de las posibilidades del ser humano.

Puede ser que en la actualidad, la figura del artista como un individuo especial, como un ser carismático que trasciende las categorías culturales, un individuo inconformista cuya noción de la verdad entraña una innovación moral consciente e independiente, haya quedado relegada por un tipo de carácter social muy distinto; una personalidad que prefiere perder su papel carismático y que ha empobrecido sus ambiciones para adaptarse a la imagen del trabajador representativo de nuestra sociedad.(11)

Ciertamente el artista contemporáneo aspira al "éxito" a fin de asegurarse los medios para su independencia material, el honor y la influencia. Es así que muchos trabajos en apariencia desinteresados, no son con frecuencia más que un vehículo para este fin. Sobre todo, nos dice Hauser, los medios para producir un efecto nuevo y original sirven más a menudo para hacerse valer, mantenerse junto a unos y elevarse por encima de otros, que al deseo de expresar y comunicar el carácter propio. En este sentido el individualismo extremado es, evidentemente un síntoma de la competencia creciente y un medio para atraerse la atención del público. Para Hauser, la particularidad estrafalaria, excéntrica, nunca dada, es el triunfo en el juego de azar por el éxito,

una trampa para el público y un medio de seducción del artista amenazado por el peligro de la falta de efecto.(12)

Rilke definía la fama, en particular la del artista, como la suma de un malentendido creado en torno a su nombre. Con ello quería decir, que nunca se le da al artista lo que merece, y que el reconocimiento de sus méritos es tan infundado como su desconocimiento. Sin embargo debemos señalar que los criterios del reconocimiento, incluso cuando éste resulta merecido, son inconstantes y poco seguros. Por ello, aun cuando el "éxito" constituye uno de los estímulos más efectivos que pueda experimentar el artista, y le anima con frecuencia a efectuar los trabajos más atrevidos y logrados. Se puede decir que a veces también este éxito, lo mimó y corrompe, al hacerlo ligero e irresponsable y confiar demasiado en su suerte y prestigio.(13)

Por lo tanto, en esta línea de razonamientos debemos preguntarnos, si ganar dinero y tener éxito ¿son funciones fundamentales o accesorias del arte? La respuesta que demos a esta interrogante dependerá de que esta distinción no nos parezca irrelevante, y de que decidamos no ignorar el abismo existente entre las metas que deseamos alcanzar y la forma de vida adecuada para lograrlas.(14)

Así pues, no debemos olvidar que en el mundo de hoy, un artista que considera que todo está en orden mientras el mecanismo del poder siga siéndole útil, que confía en

el mundo tal y como está, es alguien que no necesita estar dotado de valor moral, porque se acopla con éxito al ir y venir de la realidad contemporánea, y no tiene más voluntad que la de realizarse en su profesión. Es por tanto, alguien que se abstiene de toda crítica y que permanece indiferente ante el futuro que está contribuyendo a crear.

Un ejemplo flagrante de tal situación lo constituyen las declaraciones de Jules Olitski cuando afirma, "lo importante de pintar es la pintura"; y Kenneth Noland quien corrobora, "no hay más que color y superficie, eso es todo". (15) Somos pues, una sociedad de "profesionales", y como tal carecemos de devoción alguna; sólo nos dedicamos a nuestra especialidad. Esta es quizá, una de las consecuencias más preocupantes de la actitud de distanciamiento (o alienación) de la modernidad: el rechazo de los artistas a cualquier tipo de responsabilidad por el curso de los acontecimientos del mundo.

6.2. Alternativas del artista frente a la comercialización.

Llegados a este punto todo parece indicar, que los artistas han de abandonar, por el bien de sus carreras, la esperanza de armonizar algún día sus aspiraciones, sus valores, y sus ambiciones con las exigencias económicas y sociales de nuestra época. Se puede decir que en tales circunstancias, el arte no puede sobrevivir a la "aberración"

capitalista a no ser que transija. Por ello en esta difícil coyuntura sólo tenemos, al parecer dos opciones: el suicidio artístico o el suicidio moral.(16)

Actualmente resulta cada vez más difícil para el artista, adoptar una postura de distanciamiento que resulte al mismo tiempo adecuada y eficaz. Permanecer al margen del sistema ya no es opción viable, pues si el artista desea crear una serie de valores, deberá moverse activamente en el mundo exterior. Si bien la posibilidad de oponerse al mundo, de darle la espalda y de eludir su realidad es tentadora, nuestra situación social nos fuerza a integrarnos.(17)

Ante esta situación debemos preguntarnos: ¿cómo podemos evitar convertirnos en eficientes funcionarios del sistema y conseguir al mismo tiempo no morirnos de hambre? Al parecer, nos dice Gablik, sólo un individuo que es capaz de rechazar la tiranía del mundo, manteniendo al mismo tiempo una relación de ética personal frente a él, podrá resistirse a los imperativos del entorno burocrático. Podemos empezar a efectuar cambios en nosotros mismos y en el mundo mediante nuestras decisiones. Podemos contribuir a que el mundo abandone su postura de ambigüedad moral y adopte una de lucidez. Sin embargo, para tener éxito tenemos que actuar de acuerdo con el sistema, utilizando sus instituciones y sus medios para operar un cambio positivo y no para satisfacer nuestro egoísmo. Sólo así podremos liberarnos del sistema, aun cuando

sigamos inmersos en él. Debemos ser los agentes y no las víctimas de nuestras circunstancias.(18)

6.2.1. Responsabilidad individual.

Hemos visto que en la medida en que el artista se encuentra hoy cada vez más sujeto por un sistema cultural que rige su destino, éste acepta la necesidad de "dejarse llevar para seguir en la brecha". De tal suerte que la toma de decisiones se convierte para él en un asunto más profesional que moral. En estas circunstancias se puede decir que el profesionalismo ofrece un "atajo", una solución fácil para los dilemas morales porque éste sólo considera la incidencia de un tipo de factor en el proceso de toma de decisión, y aparta de forma artificial los demás factores.

Para este "profesional del arte", lo esencial es manipular una serie de elementos estratégicos del entorno, para promocionar así ciertas actividades y productos, y asegurar su éxito. El éxito es lo que importa, al margen de cómo se consiga. Por ello, cuando las pretensiones y las exigencias burocráticas tienen primacía, el poder de la moralidad disminuye y sus fines se frustran en mayor medida. Podemos decir que de esa manera todos quedamos reducidos a ser imágenes del sistema.(19)

Sin embargo, para superar esta situación debemos aceptar antes que nada, que todos tenemos responsabilidad en ella.

Pues todos somos responsables, por nuestros actos, de los acontecimientos de este mundo, aunque no nos sea posible encontrar una relación causal directa entre éstos últimos y nosotros mismos. Gandhi dijo, que por insignificante que sea un acto, es muy importante llevarlo a cabo. Y al respecto Gablik apunta con razón, que la sospecha de que nuestra acción será inútil no nos exime de responsabilidad por no haber tomado medidas cuando podía. Porque un individuo, incómodo ante los acontecimientos que le rodean, pero incapaz de salir de su estado de parálisis e indecisión, es más responsable que la persona que lucha para mejorar las cosas y fracasa. Debemos decir, que si bien ningún individuo en particular es responsable de la situación en la que se encuentra si no ha podido hacer nada para impedirla, si puede ser responsable por no haberlo intentado.(20)

De esta manera advertimos que, el artista tiene la posibilidad de decidir si quiere o no ser un agente de la transformación moral. Cuando surge un conflicto de intereses, tenemos que buscar los medios adecuados para alcanzar nuestra meta, porque de lo contrario el "bien" que anhelamos se nos puede escapar. Nuestra forma de vivir lleva implícitos una serie de ideales de lo que es "bueno", que establecen unos límites a nuestra forma de comportarnos en la vida, condicionan nuestra noción de lo justo y lo injusto, y en los que finalmente se basan nuestros criterios sobre el éxito. Por

lo tanto, la responsabilidad requiere un sacrificio de parte del individualismo; debemos pensar que estamos trabajando para la sociedad más que para nosotros mismos.(21)

Si consideramos de acuerdo con Arendt, que la verdadera autoridad siempre ha ido unida a un sentido de responsabilidad por el curso del mundo. Podemos decir entonces, que la noción de la misión del artista como un shamán solitario, que no vive sólo para su provecho, es la que puede inferir autoridad al arte. Todo depende del concepto que él tenga de su trabajo y del ideal moral con el que esté comprometido.(22)

Creemos que para volver al camino de la innovación moral, distinto al de la innovación estética, haría falta adoptar una actitud de "distanciamiento" frente a los actuales imperativos sociales y económicos que tan inexorablemente condicionan nuestras expectativas y aspiraciones. Hay que volver a introducir, de algún modo, los ideales que en los últimos años han caído en desuso.

6.2.2. El carisma: un poder sin estructura.

Es claro que las obras humanas que han obtenido mayores honores, siempre han sido las que revelan mayor intensidad, mayor esfuerzo, y una concentración persistente de todo el ser; de tal suerte que lo que cuenta, es el esfuerzo que hace el individuo en la vida por exigirse a sí mismo

lo más posible, en lugar de exigirse algo especial.(23) Se puede decir, que la creatividad surge del talento artístico y de la experiencia de la vida, y que por lo tanto, el principal elemento productivo es la propia personalidad humana, que debe renovarse continuamente. Al respecto Gablik señala, que la esencia de la personalidad que ha conseguido un alto grado de desarrollo e integración, irradia autoridad de su ser. Según sus palabras, estas personas destacan tanto por lo que son, como por lo que hacen. En tal circunstancia, la obra de arte sólo atestigua la autotransformación del individuo; es el rastro, pero no el propio animal.

Paradójicamente hoy en día entendemos por productividad: "eficacia" de producción, obras de arte que salen como automoviles de una cadena de montaje éticamente vacía, y no la capacidad que tiene el individuo para engrandecerse a sí mismo, y para convertirse, como decía Aristóteles, en una persona excelente.(24) Jackson Pollock dijo una vez que todo buen pintor pinta lo que es; y Duchamp proclamaba que no creía en el arte, sino en los artistas, sin embargo, lo que nuestra actual sociedad aún no ha establecido es su propia definición cultural y social del artista. Esta situación exige por tanto que el artista se redefina a sí mismo, pues el concepto que tengamos de nosotros mismos es muy importante, porque tendemos a adaptarnos a él. Así pues, lo esencial no es que el artista quebrante las normas

sociales y estéticas en su obra, sino que las desafíe personalmente en su actitud ante la vida.(25)

El escritor Murray Kempton señaló que "los grandes hombres siguen una dirección opuesta a la corriente de su época". Sabemos que hay hombres que cambian el curso de la historia con su resistencia y obstinación; su grandeza estriba en apreciar la validez de ciertas actitudes que la mentalidad moderna rechaza por considerarlas inútiles. En este sentido, ser de su propio tiempo, tal y como lo entendía el pintor Ingres, es más un signo de fracaso que de éxito.(26) No obstante, la noción de que un artista o un intelectual pueda arriesgar su vida por una idea (como Solzhenitsyn, quien siempre escribió con la certeza de que una sola línea podía costarle la vida), o pueda experimentar el tipo de angustia existencial en la que vivió Van Gogh, repugna a nuestra sociedad regida, alimentada y vestida con los criterios de abundancia actuales. La privación material o psicológica rebasa nuestra comprensión y nos parece un falso heroísmo, una renuncia consciente del éxito y de la libertad, y una aceptación de limitaciones y sacrificios intolerables.(27)

Tomando en cuenta estas consideraciones todo parece indicar que, lo que realmente está en juego es la relación entre lo carismático y lo corriente. Para Max Weber el carisma es "una cualidad propia de una personalidad individual,

en virtud de la cual su poseedor se destaca del común de los hombres y recibe el trato de alguien dotado de atributos especiales". Se puede decir que las figuras carismáticas en ocasiones cambian la tradición de sus sociedades mediante su conducta ejemplar. Son personalidades sobresalientes que influyen directamente en la conducta de la gente de su época.(28)

El carisma, según Weber, era el único baluarte que podía aguantar el empuje irresistible de la burocratización y evitar que las energías se encauzaran únicamente hacia una tarea demasiado limitada y especializada. El carisma es ante todo un poder sin estructura. No está hecho para mejorar nuestra posición social ni para ganar dinero, objetivos ambos con los que tantos artistas de hoy consideran el mundo, y por los que se lanzan a la acción. Así en nuestra época, la importancia que durante largo tiempo se le ha dado al trabajo y a la producción retribuida, se ha opuesto rotundamente a las cualidades carismáticas que en otros tiempos proporcionaron al arte su genialidad y su autoridad.

Es un hecho que en la actualidad el poder es algo "impersonal". No tenemos más que consultar la literatura actual sobre arte contemporáneo (catálogos con largas listas, como salidas impresas de ordenadores, donde figuran todas las exposiciones y colecciones que incluyen alguna obra del artista), para darnos cuenta de que nuestra psicología de

valoración responde a una serie de credenciales externas y a la prueba de una productividad vertiginosa. Podemos ver que en tales circunstancias, la biografía del artista ocupa un lugar secundario, aunque es lo que más cosas explica. En realidad, todo depende de la calidad humana del individuo, somos aquellos por lo que luchamos, y esto es lo que motiva nuestra conducta. El artista no le transmite un sentido a su público, lo que en realidad puede darle, es un ejemplo de su compromiso personal en la búsqueda de los principios morales y de la verdad. Saber reconocer la verdad no es cuestión de talento, sino de carácter.(29)

Por ello, hablar de vanguardia es en realidad referirse a éstas figuras aisladas que han compartido el peso de la intransigencia y de la alienación; escritores y artistas dispuestos a asumir las consecuencias de sus decisiones.(30) Encontramos entonces, que entre las formas existenciales de expresar la verdad están la soledad del filósofo y el aislamiento del artista; esto es lo que entendía el artista moderno al mantener una postura independiente y aislada. Por lo tanto si el arte se ejerce como una profesión, su actividad carismática se diluye, y le es más difícil romper con los valores y los moldes culturales vigentes. Podemos decir que de hecho, los conceptos opuestos a la autoridad carismática, son la autoridad racional y el poder identificado con la burocracia administrativa.

Así pues, si admitimos que el fundamento de todo poder radica en nuestra propia existencia interior, entonces por lógica, lo único que podrá infundirle un significado a la obra de arte será la vida y la experiencia del artista. Como dijo Erich Fromm, ninguna idea sustancial puede perdurar mientras no la encarnen unos individuos cuya vida sirva de mensaje.(31)

6.2.3. Conocimiento visionario.

Hemos destacado ya, que una vez que el arte se ha desarraigado del mundo de los símbolos, ha quedado aislado del mito y de la concepción sacramental. Cabe señalar que no nos referimos a un dogma religioso como tal, sino a una forma de percibir el mundo que tiende al poder divino. Es lo que Theodore Roszak ha llamado "La Antigua Gnosis", una forma de conocimiento visionario que es capaz de "ver" lo divino en lo humano, lo infinito en lo finito y lo espiritual en lo material. Según Mircéa Eliade, esta concepción sacramental que sirve de base a nuestra percepción de lo Absoluto, nunca se elimina del todo; sólo se empobrece. De tal manera que aun cuando ignoremos, encubramos o degrademos los "elementos sagrados" del arte, éstos perviven en el subconsciente. Probablemente la labor principal de un artista, en una época distanciada de todo símbolo y de todo elemento sagrado, consista en recordar y restaurar los signos sagrados.(32)

Por supuesto no nos referimos a casos como el saqueo ecléctico de imágenes que practican los artistas americanos Julian Schnabel y David Salle, cuya actitud nunca llega a encerrar un compromiso o un sentido, de forma tal que más parece un síntoma de alienación que un deseo de curación. Sin embargo, hay otros artistas, como por ejemplo el alemán Anselm Kiefer, cuyas imágenes nos sugieren un compromiso y una voluntad de creer nuevamente en algo. Al parecer Kiefer es uno de los pocos artistas de hoy que intenta recuperar la dignidad espiritual del arte. Según Gablik, este artista da la impresión de abrir una ventana a la eternidad y a la clarividencia espiritual, que nuestra sociedad mantuvo cerrada durante mucho tiempo. En los cuadros de Kiefer la naturaleza aparece como el corazón de una realidad atemporal y arquetípica, colmada de símbolos, evocaciones y conjuros. Sus campos de trigo abracados y resacos, en los que suele incrustar heno y paja de verdad, son metáforas de un mundo devastado. Pero al mismo tiempo, reflejan la esperanza de Kiefer en una renovación de la tierra arrasada, ya que este artista tiene también un misticismo de la naturaleza. Se puede decir que al igual que su maestro Beuys, Kiefer intenta restaurar el antiguo carácter terapéutico del arte. Ambos creen que la única forma de crear un arte verdaderamente político consiste en devolverle su poder a las fuerzas visionarias. A juicio de Gablik, esta expansión del campo creativo mediante el arraigo del artista en la concepción de la trans-

formación, es lo único que puede acabar con la esterilidad de la vida moderna, y salvar al mundo del suicidio.

Según la concepción de Kiefer, el arte puede volver a ser el gran redentor, un bálsamo para los errores del pasado, pero para lograrlo hay que reimplantar un lenguaje mítico de lo trascendente, y reinstaurar asimismo las virtudes morales.(33) Gablik nos dice que aun cuando las obras de Kiefer no admiten la desesperación, tampoco reflejan un optimismo fácil. Más bien proclaman que no todo está perdido, que algo, alguna potencialidad y algún futuro volverán a surgir.

Como Kiefer, Joseph Beuys tiene un marcado interés en volver a activar el poder de transformación del arte. Ambos comparten unas imágenes de siembra y crecimiento, de campos de energía y escenas de muerte y transfiguración. Beuys ha descrito el sentido de su labor como una necesidad de provocar a la gente, y hacerla comprender lo que es un ser humano. Lo que más le interesa es la capacidad de transformación radical que tienen los esquemas de pensamiento, la materia y las sustancias, los estados de ánimo, y la realidad política y social.

En 1943, a Beuys le dispararon en Crimea, y le atendieron los miembros de una tribu tártara, que le salvaron la vida envolviendolo en grasa y fieltro para que su cuerpo conservase y regenerase el calor. A consecuencia de esto,

Beuys se sintió atraído por las cualidades curativas de estos materiales que más tarde se convertirían en los elementos principales de muchas de sus esculturas. Entre sus primeras obras hay un piano totalmente cubierto de fieltro, y una silla cuyo asiento está cubierto por una gruesa capa de grasa. El artista eligió deliberadamente estas sustancias porque en general se consideran antiestéticas, y económicamente carecen de valor. Al respecto Beuys escribió: "lo que busco en el arte es la transformación de la sustancia, más que la noción estética tradicional de la belleza externa.(34)

Las obras de Beuys siempre tienen varias facetas. Para él lo esencial no es el artista como creador de unas obras, sino la calidad que tenga su imaginación y su concepción de las cosas; su capacidad de actuar como un pontífice, o como puente entre el mundo material y el espiritual, entre el arte y la sociedad. Su propósito y el nuestro, es sacar el mundo del arte del estudio privado del artista, y comunicarle una mayor compenetración con el mundo, para que así la política y el arte puedan estar vinculados gracias a la idea de la escultura social.

De acuerdo con estos planteamientos, podemos afirmar que la meta de la educación debería ser la formación de personalidades comprometidas con la sociedad, y no la creación de genios hostiles y solitarios. Para crear un arte

que tenga sentido en una sociedad que no cree en nada, es preciso derribar la rígida estructura de la especialización, y erradicar la ramificación de las funciones y las actividades; estructuras que están firmemente ancladas tanto en la personalidad individual como en la comunidad en general. Esto supone devolver al artista su función de shamán, figura mítica, sacerdotal y política de las culturas prehistóricas, que después de estar al borde de la muerte debido a un accidente o una grave enfermedad, se convierte en un visionario y en un curandero.

La misión del shamán es equilibrar y centrar a la sociedad combinando los distintos niveles de experiencia vital, y estableciendo una relación entre la cultura y el cosmos. Sólo el individuo capaz de dominar sus actos en ambas esferas es un shamán consumado. El artista, en su calidad de shamán, encauza unas fuerzas que van más allá de su propia persona, y consigue devolverle al arte su unión con las fuerzas sagradas. Mediante su propia transformación, crea a la vez nuevas formas de arte y de vivir. Al ofrecerse a sí mismo como el prototipo de un nuevo modo creativo, como modelo de un ser que no se distancia y que es capaz de trascender el mundo sin rechazarlo, el artista comprometido puede señalar el camino que hemos de seguir para construir una sociedad que utilice al máximo la autonomía personal y la cohesión social al mismo tiempo. Al asumir a un tiempo las funciones

de curandero, adivino, líder y artista, se abre otro camino que evita caer en la red sofocante de los imperativos burocráticos y de la lucha estilística. Los artistas hemos de buscar una concepción más amplia que nos lleve "hacia afuera", hacia un nuevo exterior, y nos aleje de la relación de alienación que destruye mutuamente al arte y a la sociedad, y reduce el vínculo que hay entre ellos a una actividad puramente negativa.

CAPITULO 7

CONCLUSIONES.

En el breve espacio de este trabajo, hemos tratado de analizar el origen de los problemas de la desocialización y deshumanización de las artes en nuestra sociedad. Una sociedad que atraviesa por una crisis espiritual sin precedentes, y que ha sido descrita como "el mal del siglo", la muerte de la vida, la automatización del hombre, la alienación de sí mismo, de sus semejantes y de la naturaleza. La época en que el hombre ha seguido al racionalismo hasta el punto en que este se ha transformado en irracionalidad absoluta. La modernidad se distingue porque el hombre ha ido separando cada vez más el pensamiento del afecto; en ésta sólo el pensamiento se considera racional, y el afecto,

por su naturaleza misma, irracional.

En la actualidad el individuo, Yo, se ha dividido en un entendimiento que constituye mi yo, y que debe controlarme como debe controlar la naturaleza. El control del entendimiento sobre la naturaleza y la producción de más y más cosas, se han convertido en los fines de la vida. En este proceso, el hombre se ha convertido en una cosa, la vida ha quedado subordinada a la propiedad, "el ser" es dominado por "el tener". A diferencia de la cultura griega que consideraba como el fin de la vida la perfección del hombre, la cultura moderna se preocupa por alcanzar la perfección de las cosas y el conocimiento de como hacerlas.

El ser humano de hoy experimenta un estado de incapacidad esquizoide para experimentar afecto y, por lo tanto siente angustiado, deprimido y desesperado. Elogia sólo en apariencia los fines de la felicidad, el individualismo y la iniciativa, pero en realidad no tiene finalidad. Actualmente casi nadie sabe para que vive, no hay meta, salvo el deseo de evadirse de la inseguridad y la soledad.

Todo ello se debe a que el mundo contemporáneo ya no reconoce ni en el mundo de la teoría, ni de la conducta, ninguna de las soberanías espirituales que, de tiempo en tiempo se van colocando en el vértice del saber como puntos de sostén y como guías de dirección. Nuestro siglo se ha sustraído a toda autoridad espiritual, pero no ha sido capaz

de establecer una nueva. Recordemos a este respecto que al imponerse el racionalismo científico se produjo inevitablemente una decadencia de las religiones, y que sin embargo el progreso científico no fue acompañado de un equivalente progreso en los niveles éticos. A lo cual a de agregarse, que los alcances del conocimiento científico son todavía limitados, pues la naturaleza del cosmos, el origen y propósito de la vida humana, son aún un misterio, lo cual significa entre otras cosas, que la ciencia no ha llegado a reemplazar de ningún modo la función simbólica del arte.

Hoy nos enfrentamos a una realidad en la que tanto la vida del individuo como la vida de la comunidad están frustradas y carecen de una forma y una estructura auténticas. Donde la relación entre los métodos de pensamiento y de sentimiento está gravemente afectada e incluso rota. El resultado es, como hemos visto, una personalidad dividida, porque no existe equilibrio entre lo racional y lo irracional; entre el pasado, que es la tradición, y el futuro, que es la exploración de lo desconocido, entre lo temporal y lo eterno.

Por otra parte, sabemos que esta situación es consecuencia de la llamada economía del consumo y de la política del capitalismo empresarial, que han creado una segunda naturaleza en el hombre que lo condena libidinal y agresivamente a la forma de una mercancía. Fenómeno que Heidegger

llama la reducción del ser a valor, y que ocurre cuando el ser se aniquila en cuanto se transforma en valor, al volcarse la relación sujeto-objeto en favor del objeto; circunstancia en la que el ser se ha disuelto en el discurrir del valor al reducirse a un mero valor de cambio.

Así pues la necesidad de poseer, consumir, manipular y renovar constantemente la abundancia de aparatos, instrumentos y máquinas ofrecidos e impuestos a la gente; la necesidad de usar estos bienes de consumo incluso a riesgo de la propia destrucción, se ha convertido en una necesidad vital. Esta segunda naturaleza del hombre de la que nos habla Marcuse, milita contra cualquier cambio capaz de transformar y quizás aun abolir esta dependencia del hombre respecto de un mercado cada vez más colmado de mercancías, y de abolir su existencia como consumidor que se consume a sí mismo al comprar y vender.

Debemos recordar también que las fuentes principales de la dinámica de la sociedad de la abundancia, son el aumento en la producción de mercancías y la explotación productiva, las cuales se unen e impregnan todas las dimensiones de la existencia pública y privada; y que hoy en día sólo el incremento sistemático en desperdicio, destrucción y administración mantiene funcionando al sistema. Por ello estamos de acuerdo con Marcuse cuando afirma que esta sociedad es obscena en cuanto produce y expone indecentemente una sofo-

cãnte abundancia de bienes en los païses desarrollados. mientras priva a sus vïctimas en los païses subdesarrollados de las necesidades de la vida. Advierte tambiãn, que frente a una sociedad amoral, la moralidad se convierte en un arma política, una fuerza efectiva que impulsa a la gente a hacer manifestaciones en las calles y ridiculizar a sus líderes nacionales. De esta forma el radicalismo político implica el radicalismo moral: el surgimiento de una moral que puede preconditionar al hombre para la libertad. Este pone en acción la base elemental, orgãnica de la moralidad del ser humano, un fundamento instintivo para la solidaridad entre los seres humanos. Una solidaridad que ha sido efectivamente reprimida de acuerdo con los requerimientos de la sociedad clasista, pero que ahora aparece como una de las condiciones previas de la liberaci3n.

Por otra parte, hemos de tomar en cuenta que el mercado ha sido siempre un mercado de explotaci3n y por tanto de dominaci3n, que asegura la estructura clasista de la sociedad. Sin embargo, el proceso productivo del capitalismo avanzado ha alterado la forma de dominaci3n: el velo tecnol3gico cubre la presencia descarnada y la operaci3n del inter3s de clase en la mercancía. Es así que el aparato de represión no es la tecnología, ni la máquina, sino la presencia en ellas, de amos que determinan su número, su duraci3n, su poder, su lugar en la vida, y la necesidad que uno experimen-

ta de ellas. La ciencia y la tecnología son en realidad los grandes vehículos de la liberación, y es sólo su empleo y su restricción en la sociedad represiva lo que los convierte en vehículos de dominación.

Debemos tener en cuenta que el automóvil no es represivo, ni tampoco la televisión ni los aparatos domésticos son represivos en sí mismos, lo son en tanto son producidos según requerimientos del mercado lucrativo, y se han convertido en parte esencial de su propia existencia que es el florecimiento del capital. En razón de lo cual, la autodeterminación la autonomía del individuo, se afirma a sí misma, en el derecho de usar su automóvil o de manejar sus aparatos mecánicos, porque el individuo libera su frustración y la agresividad resultante de ésta, en y a través del consumo de mercancías. Por lo común se cree que los logros justifican el sistema de dominación. Los valores establecidos se transforman en los personales valores de la gente, así la adaptación viene a ser espontaneidad, autonomía; y la elección entre las necesidades sociales aparece como libertad. En este sentido la continua explotación no sólo se oculta bajo el velo tecnológico, sino que realmente se transfigura. Por lo tanto, nos encontramos en la etapa en la que la gente no puede rechazar el sistema de dominación, sin rechazarse a sí misma, a sus propios valores y necesidades instintivos que los reprimen.

Es de esta manera que en la actualidad nos vemos obligados a participar y a juzgar de una masa indeterminada de acontecimientos que materialmente se desploman sobre nuestras cabezas y que nos han hecho perder la noción de los límites, los nuestros y los de lo que nos rodea. El todo constituye un drama audiovisual en el que estamos sumergidos y en el que nos va la vida. Recibimos una enorme cantidad de información que es lanzada de manera continua e indiscriminada por diarios, revistas, actualidades del cine, teléfono, radio, televisión, fotos, avisos callejeros, señales de tránsito, etc. De tal suerte que, la realidad tecnológica y la ideología que transmite, minan no sólo las formas tradicionales, sino también las bases mismas de la creación artística, pues tienden por la manipulación de que son objeto, a invalidar la sustancia misma del arte.

En el campo de la cultura este hecho se manifiesta en un pluralismo armonizador, en el cual coexisten pacífica e indiferentemente las obras y las verdades más contradictorias, pues hasta las imágenes tradicionales del arte, las imágenes "clásicas" del pasado, quedan integradas: se las incorpora a esta sociedad y se las pone en circulación como parte integrante del equipo que adorna el estado de cosas existente. De esta manera, pasan al plano de los anuncios comerciales: promueven ventas, consuelan o excitan. Vueltas a la vida completamente alteradas pierden su fuerza antagoni-

ca, que constituía la dimensión misma de su verdad. Es por eso que este proceso de racionalización tecnológica ha ido pervirtiendo sutilmente los fundamentos del juicio estético, de tal modo que las imágenes pretecnológicas han perdido fuerza.

Llegados a este punto de la exposición creemos conveniente reflexionar un poco sobre la situación del artista en una sociedad como la nuestra, en donde la secularización y la alienación de la realidad social han mistificado la función del arte, dando como resultado que éste haya caído en un formalismo centrado en sí mismo, al verse despojado de todo papel o postura disidente del marco social, y cuyo aspecto más sobresaliente es el de cumplir ante todo con su función de mercancía. Así pues, debemos puntualizar que la sociedad contemporánea se caracteriza por la falta total de relación entre arte y sociedad, un hecho insólito en la historia, pues de acuerdo con Platón, arte y sociedad son conceptos inseparables. Para él, la sociedad como entidad orgánica viable, depende en cierta manera del arte como fuerza unificadora y fuente de energía.

En la época moderna el artista se encuentra ante una sociedad que ha perdido la sensibilidad artística, y en la que la inevitable y aparentemente significativa unión entre arte y sociedad se ha roto, gracias al advenimiento de la industrialización y la producción en masa. Hemos pues

de preguntar: ¿Es la realidad de nuestro sistema de producción económica incompatible con la producción espontánea de obras de arte? Es posible que encontremos respuesta a esta interrogante, si tratamos de aclarar cuáles son los elementos que fundamentan la creación artística. Para lo cual hemos de tomar en cuenta que el arte ante todo ha sido siempre un factor de perturbación, un elemento permanentemente revolucionario, porque el artista, en la medida de su grandeza, siempre se enfrenta a lo desconocido, y trae algo nuevo de esta confrontación, un nuevo símbolo, una nueva visión de la vida, la imagen exterior de las cosas interiores. De tal manera, que el artista es importante para la sociedad, no por hacerse eco de opiniones recibidas, sino por ser el individuo que trastorna el orden establecido.

Sabemos que en ocasiones el arte de un individuo llega a impregnar una época y a darle nombre. Hegel llamó a este hecho la "cultura del reflejo", y dijo que la verdadera función del arte consiste en "llevar a la conciencia las más elevadas aspiraciones del espíritu". Asimismo reconoció que la imaginación crea, pues el arte no trabaja con los pensamientos, sino con las formas exteriores reales de lo que existe. Hegel no se imaginaba entonces que en el futuro se negaría hasta las funciones mismas de la imaginación, el genio y la inspiración.

El artista según Cézanne, da forma concreta a sensacio-

nes y percepciones; y lo que manifiesta en colores, en formas, en palabras, en sonidos es precisamente esta forma. Esa forma manifestada es el núcleo del cual, en su debido momento, surgen las ideas; cuanto más precisa y vital sea la obra de arte, tanto más poderosas serán las ideas que inspire. Podemos decir que en este caso el toque de la verdad, es el toque de la vida. Por lo tanto, la argumentación de Heidegger en torno a la función del arte en la sociedad, resulta contundente cuando afirma que la obra artística es exposición y producción de un mundo. Esto significa que la obra de arte tiene la función de fundamento y constitución de las líneas que definen un mundo histórico. Así un mundo histórico o un grupo social, reconocen los rasgos que constituyen su propia experiencia del mundo, en una obra de arte. Es en la obra de arte más que en cualquier otro producto espiritual donde se revela la verdad de la época. Heidegger señala que: "la Poesía es la fundación del ser por la palabra de la boca... La Poesía es dar nombres fundadores del ser y de la esencia de las cosas... y no es un decir cualquiera, sino precisamente aquel que por primigenia manera saca a luz pública, esto es, a la conciencia, todo aquello que después, en el lenguaje diario, hablamos nosotros con redichas y manoseadas palabras".

La acentuación del carácter inaugural de la obra como esencia de verdad, es una tesis manejada por teóricos contem-

poráneos como Ernst Bloch, Adorno y Marcuse, en la que la condición irreductible de la obra de arte a "lo ya existente, puede entenderse en el sentido de que la obra no se puede experimentar como una cosa "puesta en el mundo", sino que pretende ser ella misma una nueva perspectiva global del mundo. Bajo esta perspectiva, el carácter inaugural de la poesía y del arte es concebido siempre a la luz del hecho del "fundar", es decir, de presentar posibles mundos históricos alternativos del mundo existente. Así, el lenguaje poético, es un lenguaje que crea y se mueve en un medio que presenta lo no presente, es un lenguaje de cognición, de una cognición que subvierte lo positivo. En su función cognoscitiva, la poesía cumple entonces la gran misión del pensamiento: el trabajo que hace vivir en nosotros lo que no existe.

Este planteamiento encuentra su justificación en el hecho de que el arte no constituye, como hemos visto, una realidad separada de la realidad humana y social, sino que tiene el carácter dialéctico de la praxis humana, que imprime una marca imborrable en todas sus creaciones, esto es, no sólo reproduce la realidad histórico-social, sino que también la produce artísticamente. Toda obra de arte muestra un doble carácter en indisoluble unidad: es expresión de la realidad, pero simultáneamente crea una realidad que no existe fuera de la obra o antes de la obra, sino precisamente sólo en la obra. Siendo así que, por ejemplo, una catedral de la Edad Media no sólo es expresión e imagen del mundo

feudal, sino que es al mismo tiempo, un elemento de la estructura de aquel mundo.

Así pues, Marcuse nos habla de la necesidad de una "nueva sensibilidad" que ha de transformarse en un factor político. Este suceso señalaría un cambio de rumbo en las sociedades contemporáneas, haciendo que la conciencia liberada promoviese el desarrollo de una ciencia y una tecnología libres para descubrir y realizar las potencialidades de las cosas y de los hombres en la protección y el goce de la vida, jugando con las potencialidades de forma y materia para el alcance de esta meta. La técnica tendería entonces a devenir en arte y el arte tendería a formar la realidad: la oposición entre imaginación y razón, entre altas y bajas facultades, entre pensamiento poético y científico, sería invalidada. Aparecería así un nuevo principio de realidad, bajo el que se combinaría una nueva sensibilidad y una inteligencia científica para la creación de un ethos estético.

La nueva sensibilidad ha de llegar a ser, praxis: una negación total del sistema establecido, de su moralidad y su cultura; afirmación del derecho a construir una sociedad en la que la abolición de la violencia y el agobio, desemboque en un mundo donde lo sensual, lo lúdico, lo sereno y lo bello lleguen a ser formas de existencia, y por tanto, la forma de la sociedad misma.

La fe en la racionalidad de la imaginación, la exigencia

de una nueva moralidad y una nueva cultura son elementos esenciales de la libertad, pues, el orden y la organización de la sociedad de clases, que han configurado la sensibilidad y la razón del hombre, han configurado también la libertad de la imaginación. Un universo de relaciones humanas que ya no esté mediatizado por el mercado, que ya no se base en la explotación competitiva o el terror, exige una sensibilidad liberada de las satisfacciones represivas de las sociedades sin libertad; una sensibilidad receptiva de formas y modos de realidad que hasta ahora sólo han sido proyectados por la imaginación estética.

Para el logro de la reconstrucción de la sociedad, la realidad asumiría en conjunto, según Marcuse, una forma expresiva de la nueva meta. La cualidad esencialmente estética de esta forma haría de ella una obra de arte, pero en la medida en que la forma ha de aparecer en el curso del proceso social de producción, el arte habría cambiado su sitio y función tradicionales en la sociedad: se habría convertido en una fuerza productiva en la transformación de la calidad y la apariencia de las cosas, en la configuración de la realidad del estilo de vida. Esto significaría el fin de la escisión entre lo estético y lo real, pero también el fin de la unificación mercantil de negocios y belleza, explotación y poder.

La nueva sensibilidad y la nueva conciencia que han

de proyectar y guiar tal reconstrucción exigen un nuevo lenguaje para definir y comunicar los nuevos valores. La ruptura con el continuum de la dominación debe ser también una ruptura con el vocabulario de la dominación; la negación radical del orden establecido y la comunicación de la nueva conciencia dependen cada vez más ineludablemente de un lenguaje peculiar, ya que toda la comunicación se halla monopolizada y validada por nuestra sociedad.

Así pues, más allá del nivel psicológico, las exigencias de la sensibilidad se desarrollan como exigencias históricas: los objetos que los sentidos confrontan y aprehenden son los productos de una etapa específica de la civilización y de una sociedad específica, y los sentidos a su vez están engranados a sus objetos. Esta interrelación histórica afecta aun las sensaciones primarias; una sociedad establecida impone sobre todos sus miembros el mismo medio de percepción; y a través de todas las diferencias de las perspectivas individuales y de clase, todos los horizontes y trasfondos, la sociedad suministra el mismo universo general de experiencia.

Es en estas circunstancias, que la reproducción de la realidad visual, que comienza envuelta por un aura mágico-religioso en las cuevas cuaternarias, ha alcanzado su máxima intensidad y banalidad, pero también su mayor efectividad. Pocas veces la imagen se ha hecho tan indispensable para

el mantenimiento de un sistema político-económico, como en las sociedades del capitalismo tardío: la incitación al consumo indiscriminado que permite la ampliación constante de los mercados, los mitos políticos, los sueños eróticos y los "ideales colectivos", son producidos y alimentados por la imagen. De tal suerte que la imagen, que es instrumento de conocimiento y de placer, ha devenido en nuestro mundo en arma utilizada para la ocultación, en un instrumento que propicia la opresión y la aceptación sumisa de la explotación.

Por lo cual, la ruptura con el continuum de agresión y explotación que llevaría a la transformación radical de la sociedad implica la unión de la nueva sensibilidad con una nueva racionalidad. La imaginación, nos dice Marcuse, se vuelve productiva si se convierte en el mediador entre la sensibilidad, por una parte, y la razón teórica y práctica por otra, tal unión ha sido el elemento distintivo del arte, pero su realización se ha detenido en el punto en el que habría llegado a ser incompatible con las instituciones básicas y las relaciones sociales. Así el arte no ha podido convertirse en la técnica para la reconstrucción de la realidad; la sensibilidad ha permanecido reprimida, y la experiencia mutilada. Sin embargo, la revuelta contra la razón represiva, se ha radicalizado también en el arte: el valor y la función del arte están experimentando cambios esenciales.

Estos cambios afectan al carácter afirmativo del arte (su capacidad de reconciliarse con el statu quo), y el grado de sublimación (que actuaba en contra de la realización de la verdad, de la fuerza cognoscitiva del arte). La protesta contra estos elementos del arte se esparce por todo el universo del arte antes de la Primera Guerra Mundial y prosigue con acelerada intensidad: da voz e imagen al poder negativo del arte, y a las tendencias hacia una desublimación de la cultura.

La emergencia del arte contemporáneo significa algo más que el tradicional reemplazo de un estilo por otro. La pintura y la escultura no objetivas, abstractas, el arte conceptual, la literatura del fluir de la conciencia y la formalista, la composición dodecafónica, el blues y el jazz, etc., no son sólo nuevos modos de percepción que reorientan e intensifican los anteriores; más bien disuelven la estructura misma de la percepción para hacerle sitio... ¿a qué? El nuevo objeto del arte no se ha dado todavía, pero su objeto consabido ha venido a ser imposible, falso. Se ha desplazado de la ilusión, la imitación, la armonía hacia la realidad... pero la realidad no está dada; no es lo que constituye el objeto del "realismo". La realidad tiene que ser descubierta y proyectada, esto significa, que los sentidos deben aprender a ya no ver las cosas en el marco de esa ley y ese orden que los ha formado.

Desde el principio, el nuevo arte insiste en su radical autonomía, permanece ajeno a la praxis revolucionaria debido al compromiso del artista con la Forma, la Forma como realidad peculiar del arte. La forma es en este caso, el logro de la percepción artística que rompe el inconsciente y falso automatismo. Es precisamente por virtud de la forma por lo que el arte trasciende la realidad dada, trabaja en la realidad establecida contra la realidad establecida; y este elemento trascendente es inherente al arte, a la dimensión artística. El arte altera la experiencia reconstruyendo los objetos de la experiencia, reconstruyéndolos en la palabra, el tono, la imagen. ¿Por qué? Evidentemente, el "lenguaje" del arte debe comunicar una verdad, una objetividad que no es accesible al lenguaje ordinario y la experiencia ordinaria. Esta exigencia estalla en la situación del arte contemporáneo.

Así el carácter radical, la "violencia" de esta reconstrucción en el arte contemporáneo parece indicar que éste no se rebela contra un estilo u otro, sino contra el "estilo" en sí mismo, contra la forma artística del arte, contra el "significado" tradicional del arte. La lucha se propone lograr que el arte no sea ilusorio, porque su relación con la realidad ha cambiado: ésta se ha vuelto susceptible, incluso supeditada a la función transformadora del arte. Por ello, en la medida en que arte ha sido una ilusión,

el nuevo arte se proclama a sí mismo como antiarte. No obstante lo cual, la completa de-formación de sus manifestaciones es aún forma: el antiarte ha seguido siendo arte, ofrecido, adquirido y contemplado como arte. Así pues, la salvaje revuelta del arte no ha pasado de ser un shock de corta duración, rápidamente absorbido en la galería de arte, dentro de las cuatro paredes, en la sala de conciertos, en el mercado, y adornando las plazas y vestíbulos de los prósperos establecimientos de negocios.

Ahora bien, la singularidad del arte radica en que logra someter el contenido (el desorden, la violencia o el sufrimiento) al orden estético, es decir, que la obra de arte delinea sus propios límites y fines, al relacionar los elementos entre sí de acuerdo con su propia ley: la "forma" de la tragedia, la novela, la sonata, el cuadro, la escultura... El contenido es por tanto, transformado: obtiene un significado o sentido, que trasciende los elementos del contenido, y este orden trascendente es la apariencia de lo bello como la verdad del arte.

Este poder de redención, de reconciliación, parece inherente al arte, en virtud de su carácter de arte, por su poder de dar forma. De tal manera, que el poder redentor, reconciliador se adhiere incluso a las más radicales manifestaciones del arte no ilusorio y del antiarte. Son todavía obras: pinturas, esculturas, composiciones, poemas, y como

tales tienen su propia forma y con ella su propio orden, su propio marco, su propio espacio, su propio principio y su propio final. Esto sucede porque la necesidad estética del arte supera la terrible necesidad de la realidad, sublima su dolor y su placer; el sufrimiento y la crueldad de la vida asumen un sentido y un fin que es la "justicia poética". El horror de la crucifixión es purificado por el bello rostro de Jesús que domina la bella composición. Así en este universo estético, la alegría y la satisfacción encuentran su lugar adecuado junto al dolor y la muerte: el orden restaurado, y con esta restauración la Forma alcanza en verdad una catársis; el terror y el placer de la realidad se purifican. Pero el logro es ilusorio, falso, ficticio porque permanece dentro de la dimensión del arte, de la obra de arte, esto es, que en realidad el temor y la frustración prosiguen sin mella.

Esta contradicción del arte constituye su "autoderrota", en razón de lo cual, su carácter "suplente" ha dado lugar, una y otra vez, al cuestionamiento sobre la justificación del arte. Sin embargo, la tradicional función catártica del arte que ha consistido, como hemos visto, en la estóica aceptación del trágico destino del hombre no ha sido superada hasta ahora por la tecnología, pues esta no ha logrado disipar el sentido trágico de la vida y cabe sospechar que nunca lo hará porque está más allá de sus posibilidades. El arte,

no la ciencia, da sentido a la vida; no sólo por ayudar a vencer la alienación respecto de la naturaleza, de la sociedad y de uno mismo, sino porque concilia al hombre con su destino: la muerte. Pero no ya la muerte física, sino esa forma de muerte que es la indiferencia, la pereza espiritual. En este sentido, el arte persigue la razón y la claridad, busca una resolución de la paradoja de la existencia en el mito ontológico.

Por ello, la imaginación liberada de la servidumbre a la explotación y apoyada por los logros de la ciencia, podría dirigir su poder productivo hacia una reconstrucción radical de la experiencia. En esta reconstrucción lo estético encontraría expresión en la concepción de la sociedad como una obra de arte. Esta meta "utópica" depende, de acuerdo con Marcuse, de una revolución total en la forma de percibir y sentir, revolución que será posible únicamente cuando la civilización haya alcanzado la mayor madurez material e intelectual. En otras palabras, la transformación sólo es concebible como el modo por el cual los hombres libres configuran su vida solidariamente, y construyen un medio ambiente en el que la lucha por la existencia pierda sus aspectos repugnantes y agresivos. La Forma de la libertad es, de esta manera, la determinación y realización de metas que engrandecen, protegen y unen la vida sobre la tierra. Y esta autonomía encontraría expresión, no sólo en las esferas de producción, sino también y sobre todo en las relacio-

nes individuales entre los hombres, en su lenguaje y en su silencio, en sus gestos y sus miradas, en su sensibilidad, en su amor y en su odio. Lo bello sería entonces una cualidad esencial de su libertad.

Así pues dadas estas condiciones, las mismas de la alternativa histórica, el hombre retornará a la libertad de ser lo que debe ser. Más lo que debe ser, es la libertad misma, la libertad de jugar; es por ello que la imaginación es la facultad mental que practica esta libertad.

En esta línea de razonamientos, hemos de finalizar este trabajo señalando, que la función del artista en la sociedad consiste en su capacidad de "fundar", es decir, de presentar mundos alternativos en su obra. Ello es posible, según Karel Kosík, porque un hombre con sentidos desarrollados tiene sentido también para todo lo humano, mientras que un hombre de sentidos no desarrollados se hálle cautivo frente al mundo, y no lo "percibe" universal y totalmente, con sensibilidad e intensidad, sino de un modo unilateral y superficial, sólo desde su propio "mundo" que es un pedazo unilateral y fetichizado de la realidad.

Así, el verdadero artista puede ser capaz de ver y producir aspectos de la realidad de un modo universal, con un sentido de lo humano sensitivo, intenso y no mitificado. Creemos que la problemática de la obra de arte debe conducirnos a la problemática de lo eterno y lo transitorio, de

lo absoluto y lo relativo, de la historia y la realidad... porque, al igual que la obra filosófica y científica, es una estructura compleja, un todo estructurado en el que se vinculan en unidad dialéctica elementos de distinta naturaleza. Por ello es que la obra de arte, como parte integrante de la realidad social, elemento de la estructuración de ésta y expresión de la productividad social y espiritual del hombre, debe representar ante todo una voluntad moral, una voluntad de verdad.

NOTAS

CAPITULO 1

- (1) La cultura de hoy, p.163.
- (2) Ibidem, p.165.
- (3) S.Gablik, ¿Ha muerto el arte moderno?, p.30.-
- (4) Ibidem, p.16.
- (5) G.Vattimo, El fin de la modernidad, p.35.
- (6) Ibidem, p.27.
- (7) Ibid, p.25.
- (8) E.Fischer, La necesidad del arte, p.103.
- (9) J.Delhomme, Nietzsche, p.199.
- (10) M.Mead, Cultura y compromiso, p.16.
- (11) H.Darcy, en A.Cirici, et.al. El arte de los tres mundos,
- (12) S.Gablik, op.cit., p.87.
- (13) La cultura de hoy, p.165.
- (14) S.Gablik, op.cit., p.86.
- (15) Ibidem, p.88.

- (16) G.Vattimo, op.cit., p.92.
- (17) S.Giedion, La mecanización toma el mando, p.46.
- (18) G.Vattimo, op.cit., p.93.
- (19) Loc.cit.
- (20) Idem.
- (21) Ibidem, p.15.
- (22) S.Gablik, op.cit., p.89.
- (23) Ibidem, p.11.
- (24) La cultura de hoy, pp.162-63.
- (25) S.Gablik, op.cit., p.85.
- (26) L.White, La ciencia de la cultura, p.158.
- (27) J.Delhomme, op.cit., pp.193-94.
- (28) S.Gablik, op.cit., p.11.
- (29) Ibidem, p.31.
- (30) Ibid, p.108.
- (31) H.Read, Arte y alienación, p.24.
- (32) H.Read, Arte y sociedad, pp.105-106.
- (33) S.Gablik, op.cit., p.11.
- (34) Loc.cit.

CAPITULO 2

- (1) A.Hauser, Sociología del arte. V.5, p.832.
- (2) M.Dufrenne, en A.Cirici, et.al., op.cit., p.60.
- (3) Ibidem, p.62.
- (3) Ibidem, p.62.
- (4) A.Hauser, op.cit., p.843.
- (5) E.Fischer, op.cit., p.96.
- (6) Idem.
- (7) Diccionario enciclopédico Salvat, T.I, p.125.
- (8) E.Fischer, op.cit., p.98.
- (9) A.Smith, La riqueza de las naciones. Libro V, cap.I, art.II En K.Marx, El capital, T.I, p.295.

- (10) E.Fromm, La sociedad sana. En H.Read, Arte y alienación.
- (11) K.Marx, El capital, T.I. p.288.
- (12) H.Read, Arte y alienación, p.16.
- (13) H.d'Arcy, op.cit., p.54.
- (14) A.Ferguson, History of Civil Society, p.280. En K.Marx, op.cit., p.295.
- (15) Ibidem, p.281. En K.Marx, op.cit., p.295.
- (16) W.Thompson, An inquiry into..., p.274. En K.Marx, op.cit., p.294.
- (17) E.Fischer, op.cit., p.113.
- (18) Ibidem, p.113.
- (19) Loc.cit.
- (20) J.Le Parc, en Lambert,J.C., Arte total, p.16.
- (21) A.Hauser, op.cit. V.4, p.685.
- (22) Ibidem, pp.685-86.
- (23) H.Read, Arte y alienación, p.22.
- (24) R.Motherwell, en S.Gablik, op.cit., p.22.
- (25) H.Read, op.cit., p.19.
- (26) K.Kosik, Dialéctica de lo concreto, p.133.

CAPITULO 3

- (1) A.Hauser, op.cit. V.4, p.646.
- (2) Ibidem, p.647.
- (3) Loc.cit.
- (4) Ibidem, p.648.
- (5) Idem.
- (6) Ibidem, p.649.
- (7) J.A.Ramírez, Medios de masas.... p.23.
- (8) A.Hauser, op.cit., p.650.
- (9) Ibidem, p.651.
- (10) Ibid, p.652.
- (11) H.Read, Arte y sociedad, p.107.

- (12) Loc.cit.
- (13) Ibidem, p.108.
- (14) J.Galard, La muerte de las bellas artes, p.27.
- (15) Loc.cit.
- (16) Ibidem, p.28.
- (17) Idem.
- (18) Ibidem, p.29.
- (19) Idem.
- (20) E.Fischer, op.cit., p.57.
- (21) A.Sánchez Vázquez, Las ideas estéticas de Marx, p.138.
- (22) K.Marx, El capital, T.I, p.XIII.
- (23) Ibidem, pp.52-53.
- (24) Ibid, pp.56-58.
- (25) Ibid, p.103.
- (26) E.Fischer, op.cit., p.58.
- (27) Ibidem, p.59.
- (28) Ibid, p.57.
- (29) A.Hauser, op.cit. V.4, p.643.
- (30) Loc.cit.
- (31) Ibidem, p.642.
- (32) Ibid, p.643.
- (33) Ibid, p.644.
- (34) Loc.cit.
- (35) Ibidem, p.572.
- (36) Ibid, p.644.
- (37) Ibid, p.645.
- (38) Idem.
- (39) Ibidem, p.655.
- (40) S.Gablik, op.cit., p.12.
- (41) Loc.cit.
- (42) Ibidem, p.13.
- (43) Ibid, p.53.
- (44) Ibid, p.58.
- (45) Ibid, p.64.

- (46) Ibid., p.66.
- (47) Ibid., p.55.
- (48) Loc.cit.
- (49) Ibidem., p.56.
- (50) Ibid., p.54.
- (51) Ibid., p.57.
- (52) Ibid., p.58.
- (53) Idem.
- (54) Ibidem., pp.58-59.
- (55) Ibid., p.59.
- (56) Loc.cit.
- (57) Ibidem., p.60.
- (58) Idem.
- (59) Ibidem., p.89.
- (60) Ibid., p.62.
- (61) Ibid., p.64.
- (62) I.Stavans. "Museos y mercados". El Universal, México D.F a 23 de octubre de 1988., p.8.
- (63) S.Gablik. op.cit., p.64.
- (64) Ibidem., p.63.
- (65) Idem.

CAPITULO 4

- (1) M.Dufrenne. op.cit., pp.66-68.
- (2)*"Benjamin concluía comprobando una sustitución: al acontecimiento único y auténtico sucedía el fenómeno de masa que culminaba en el fascismo (estetización de la guerra) o en el comunismo (politización del arte). W.Benjamin. - La obra de arte en la época de su reproducción técnica. En J.C.Lambert. Arte total. p.56.
- (3) W.Benjamin. op.cit., en La cultura de hoy. p.64.
- (4) Loc.cit.

- (5) W. Benjamin, op.cit., en F. Poli, Producción artística y mercado, pp.15-16.
- (6) Loc.cit.
- (7) J.A. Ramírez, op.cit., p.252.
- (8) Ibidem, p.257.
- (9) A. Hauser, op.cit. V.4, p.654.
- (10) M. Dufrenne, op.cit., pp.68-70.
- (11) A. Malraux, Les voix du Silence. 1951, pp.11-126. En A. Hauser, op.cit. V.4, p.634.
- (12) P. Gaudibert, en J.C. Lambert, Arte total, p.56.
- (13) Ibidem, p.55.
- (14) Ibid, p.58.
- (15) Ibid, p.59.
- (16) Loc.cit.
- (17) A. Hauser, op.cit., p.752.
- (18) Ibidem, p.760.
- (19) Ibid, pp.760-61.
- (20) A. Hauser, op.cit. V.5, p.841.
- (21) A. Hauser, op.cit. V.4, p.796.
- (22) A. Hauser, op.cit. V.5, pp.842-43.
- (23) J.A. Ramírez, op.cit., p.242.
- (24) Loc.cit.
- (25) U. Eco, Apocalípticos e integrados, p.12.
- (26) J.A. Ramírez, op.cit., p.242.
- (27) "Umberto Eco, en un libro clásico ha recopilado en un -- peculiar cahier de dolences los rasgos negativos que -- personalidades culturales de varia tendencia atribuyen a los medios de masas". Ver U. Eco, op.cit., pp.47-50. En Ramírez, op.cit., pp.243-45.
- (28) J.A. Ramírez, op.cit., p.247.
- (29) Ibidem, p.248.
- (30) Ibid, p.250.
- (31) Ibid, pp.250-51.
- (32) Ibid, p.251.

- (33) C.Maltese, en Guida allo studio..., p.7. En Ramírez, op. cit., p.259.
- (34) G.C.Argan, en la Guida de la storia dell'arte, p.8. En - J.A.Ramírez, op.cit. p.260.
- (35) J.A.Ramírez, op.cit., p.260.
- (36) Ibidem, p.263.
- (37) A.Moles, El kitsch, el arte de la felicidad, p.9. En J.A. Ramírez, op.cit., p.264.
- (38) G.Dorfles, El kitsch, antología del mal gusto, p.12. En J.A.Ramírez, op.cit., p.264.
- (39) J.A.Ramírez, op.cit., p.265.
- (40) G.Dorfles, op.cit., p.29. En J.A.Ramírez, op.cit., p.266.
- (41) J.A.Ramírez, op.cit., p.266.
- (42) Ibidem, p.271.
- (43) Ibid, p.272.
- (44) Ibid, p.274.

CAPITULO 5

- (1) A.Hauser, op.cit. V.5, p.883.
- (2) Ibidem, p.831.
- (3) Ibid, p.834.
- (4) S.Gablik, op.cit., p.16.
- (5) G.Vattimo, op.cit., p.52.
- (6) Loc.cit.
- (7) Ibidem, p.88.
- (8) Idem.
- (9)*Según Marcuse: "los medios de divulgación de masas han - adaptado las facultades racionales y emocionales a su -- mercado y a sus políticas, y las han guiado hacia la de- fensa de su imperio". H.Marcuse. Un ensayo para la libe- ración, p.23.
- (10) G.Vattimo, op.cit., p.52.

- (11) Loc.cit.
- (12) Ibidem, p.53.
- (13) W.Benjamin, La obra de arte..., op.cit. En P.Gaudibert.
Arte total, p.56.
- (14) J.Galard, op.cit., p.38.
- (15) Ibidem, p.37.
- (16) Ibid, p.35.
- (17) Ibid, p.36.
- (18) Ibid, p.39.
- (19) Ibid, p.11.
- (20) J.A.Ramirez, p.256.
- (21) Ibidem, p.257-58.
- (22) J.Galard, op.cit., p.31.
- (23) Loc.cit.
- (24) Idem.
- (25) Ibidem, p.32.
- (26) Ibid, p.33.
- (27) Ibid, p.9.
- (28) A.Hauser, op.cit. V.5, pp.901-902.
- (29) J.A.Pamirez, op.cit., p.250.

CAPITULO 6

- (1) S.Gablik, op.cit., p.14.
- (2) Ibidem, p.30.
- (3) Ibid, p.78.
- (4) Ibid, pp.110-11.
- (5) Ibid, p.31.
- (6) Ibid, p.57.
- (7) Ibid, p.56.
- (8) Ibid, p.61.
- (9) Ibid, p.81.

- (10) Loc.cit.
- (11) Ibidem, p.79.
- (12) A.Hauser, op.cit. V.4, pp.676-77.
- (13) Ibidem, p.676.
- (14) S.Gablik, op.cit., p.92.
- (15) Ibidem, p.90.
- (16) Ibid., p.5.
- (17) Ibid., p.94.
- (18) Ibid., p.95.
- (19) Ibid., p.92.
- (20) Loc.cit.
- (21) Ibidem, p.93.
- (22) Idem.
- (23) Ibidem, pp.76-77.
- (24) Ibid., p.78.
- (25) Ibid., p.79.
- (26) Ibid., pp.79-80.
- (27) Ibid., p.78.
- (28) Ibid., p.80.
- (29) Loc.cit.
- (30) Idem.
- (31) Idem.
- (32) Ibidem, p.86.
- (33) Ibid., p.116.
- (34) Ibid., p.118.

B I B L I O G R A F I A

- BAYON, Damian. Arte de ruptura. México, Joaquín Mortiz, -- 1973. 125 p. (Cuadernos de Joaquín Mortiz).
- BRECEDA, M.G. Ciencia y tecnología en México. Por M.G. Breceda, A. Chavero, E. González Ruiz, et al. México, IIE-UNAM, 1989. 83 p.
- BROCH, Herman. Kitsch, vanguardia y el arte por el arte. -- 2ª ed., Barcelona, Tusquets Editor, 1979. 80 p. (Cuadernos marginales, no.11).
- CIRICI, Alexandre. El arte de los tres mundos. Por A. Cirici, H. d'Arcy y M. Dufrenne. Barcelona, Ediciones Promoción Cultural, 1973. 155 p. (El correo de la UNESCO, no.4).
- CORDOVA, Arnaldo. Sociedad y estado en el mundo moderno. -- México, UNAM, 1973. 219 p. (Serie estudios, no.38).

- DELHOMME, Jeanne. Nietzsche. Madrid, Edaf. 1974. 125 p. -
(Filósofos de todos los tiempos, no.7).
- DE MICHELI, Mario. Las vanguardias artísticas del siglo XX.
4ª ed., Madrid, Alianza Editorial, 1984. 447 p.
- Diccionario enciclopédico Salvat. Vol.1. Barcelona, -
Salvat, 1985. 24 vols. Ilust.
- DORFLES, Gillo. Nuevos ritos, nuevos mitos. Barcelona, Lu-
men, 1969. 310 p. (Palabra en el tiempo, no.47).
- Últimas tendencias del arte de hoy. 5ª ed., Barce-
lona, Labor, 1973. 279 p. (Colección Labor, no.205).
- Sentido e insensatez en el arte de hoy. Valencia,
Fernando Torre Editor, 1973. 174 p.
- Las oscilaciones del gusto. Barcelona, Lumen, 1974.
142 p. (Palabra seis, no.12).
- ECO, Umberto. Apocalípticos e integrados ante la cultura de
masas. 3ª ed., Barcelona, Lumen, 1975. 403 p. (Pala-
bra en el tiempo, no.39).
- FAMILIA 2000. La cultura de hoy. V.23. León, Editorial --
Everest, 1974. 192 p. Ilust.
- FISCHER, Ernst. La necesidad del arte. 5ª ed., Barcelona,
Ediciones Península, 1978. 270 p. (Ediciones de bol-
sillo, no.255).
- FROMM, Erich. El miedo a la libertad. México, Origen/Pla-
neta, 1985. 325 p.

- GABLIK, Suzy. ¿Ha muerto el arte moderno? Madrid, Hermann Blume, 1987. 126 p. (Serie: Arte-Perspectivas).
- GALARD, Jean y F.Chatelet. Muerte de las bellas artes. Carta con la mano izquierda. Madrid, Editorial Fundamentos, 1973. 133 p. (Colección Arte, no.41).
- GIEDION, Siegfried. La mecanización toma el mando. Barcelona, Gustavo Gili, 1978. 731 p.
- GIESZ, Ludwig. Fenomenología del kitsch. Barcelona, Tusquets Editor, 1973. 106 p. (Cuadernos infinitos, n.39)
- GLUSBERG, Jorge. El arte de la performance. Buenos Aires, Ediciones de Arte Gaglianone, 1986. 110 p. Ilust.
- HAUSER, Arnold. Fundamentos de la sociología del arte. Madrid, Ediciones Guadarrama, 1975. 199 p. (Punto Omega, no.180)
- Sociología del arte. 2ª ed., Madrid, Ediciones -- Guadarrama, 1977. 5 vols. (Punto Omega, no.242).
- KEDROV, M.B. y A.Spirnik. La ciencia. Grijalbo, 1968. - 157 p. (Colección 70, no.26).
- KOSIK, Karel. Dialéctica de lo concreto. 5ª reimp., México, Grijalbo, 1979. 269 p. (Teoría y praxis, no.18).
- LAMBERT, Jean-Clarence. Arte total. Por J.C.Lambert, et.al. México, Ediciones Era, 1974. 207 p. (Biblioteca Era - Ensayo). Ilust.
- LEVI-STRAUSS, Claude. El análisis estructural. Por C.Levi-

Strauss, R.Barthes, A.Moles, et.al. Buenos Aires, --
Centro Editor de América Latina, 1977. 185 p. (Los -
fundamentos de las ciencias del hombre, no.44).

MARCUSE, Herbert. El hombre unidimensional. México, Joa-
quín Mortiz, 1968. 274 p.

----- Un ensayo sobre la liberación. México, Joaquín --
Mortiz, 1969. 94 p. (Cuadernos Joaquín Mortiz, no.3).

----- Ensayos sobre política y cultura. México, Origen/
Planeta, 1986. 170 p.

MARCHAN, Simón. Del arte objetual al arte de concepto. 2ª
ed., Madrid, Alberto Corazón Editor, 1974. 359 p. -
(Comunicación, serie B, no.17).

MARX, Karl. El capital. 6ª reimp., México, F.C.E., 1974. -
3 vols.

----- Manuscritos: Economía y filosofía. 9ª ed., Madrid,
Alianza Editorial, 1980. 249 p. (El libro de bolsillo,
no.119).

MEAD, Margaret. Cultura y compromiso. Barcelona, Granica -
Editor, 1977. 134 p. (Libertad y cambio, no.22).

RAMIREZ, Juan Antonio. Medios de masas e historia del arte.
Madrid, Ediciones Catedra, 1976. 317 p.

READ, Herbert. Arte y alienación. Buenos Aires, Editorial
Proyección, 1967. 196 p. Ilust.

----- Arte y sociedad. Barcelona, Ediciones Península, -
1973. 215 p. (Ediciones de bolsillo, no.4).

- ROSITI, Franco. Historia de la cultura de masas. Barcelona, Gustavo Gili, 1980. 364 p. (Colección Mass-Media).
- SANCHEZ VAZQUEZ, Adolfo. Antología. Textos de estética y teoría del arte. México, UNAM, 1972. 492 p. (Lecturas universitarias, no.14).
- Las ideas estéticas de Marx. 2ª ed., La Habana, - Instituto Cubano del Libro, 1973. 360 p.
- Ética. 39ª ed. México, Grijalbo, 1986. 245 p.
- SILVA, Ludovico. Teoría y práctica de la ideología. 4ª ed., México, Editorial Nuestro Tiempo, 1976. 222 p.
- VASARELY, Victor. Plasti-ciudad-cidad. México, Editorial - Extemporáneos, 1972. 181 p. (A pleno sol, no.17).
- VATTIMO, Gianni. EL fin de la modernidad. México, Gedisa, 1986. 159 p. (Serie mediaciones, no.14).
- WHITE, Leslie A. La ciencia de la cultura. Buenos Aires, - Editorial Paidós, 1964. 398 p.