

## **ARTE Y SOCIEDAD: ¿UNA RELACIÓN EN CRISIS?**

Bruno Cruz Petit

### **Resumen:**

La expansión del consumo de arte en todo el mundo puede ser un indicio de que vivimos en una época en la que se fortalece el binomio arte y sociedad, pero también puede ser vista simplemente como una difusión de una industria cultural que banaliza una actividad, la artística, que en el pasado había tenido una connotación sagrada. El controvertido debate entorno a las relaciones arte-sociedad incorpora hoy reflexiones sobre la tecnología, la comunicación, el entretenimiento y el consumo, como se ve en el presente artículo en el que hay una crítica de arte actual, llevada a cabo desde una perspectiva sociológica.

### **Palabras clave:**

Arte y sociedad de masas-arte y comunicación-consumo cultural

### **Abstract :**

The expansion of art consumption worldwide may be an evidence that we live in an age which strengthens the relationship between art and society, but it can also be seen as a diffusion of a cultural industry that trivialises an activity, art, which in the past has had a sacred connotation. The current controversial debate about art and society relations incorporates observations on technology, communication, entertainment and consumption, as shown in this article where there is a criticism of contemporary art, conducted from a sociological perspective.

### **Keywords:**

Art and consumer society –art and communication-cultural consumption

## Introducción

En la actividad intelectual de hoy, tan dada a la especialización, existe mucha cautela a la hora de abordar el tema de las relaciones entre arte y sociedad con una perspectiva general, tarea en la que existe el riesgo de caer en la simplificación o en el error, dado el nivel de complejidad al que han llegado las sociedades actuales. El reto y la dificultad una pregunta como “¿existe un arte de hoy que refleje unos valores de hoy?” radica que en parece obsoleto intentar abarcar todo el cuerpo social de una sola mirada en un momento histórico en el que, al mismo tiempo que se produce una unificación de actitudes y valores a nivel mundial, dada por el proceso de globalización, al interior de las sociedades nacionales encontramos culturas, prácticas sociales y valores muy distintos. Las clases sociales son numerosas, variadas y tan separadas entre sí, que ya no existen “consensos nacionales” y cuesta ubicar los paradigmas estéticos que las puedan unificar, más aún si pensamos que el individuo actual tiende a la dispersión en su comportamiento, en sus gustos, y manifiesta abundantes contradicciones en su vida cotidiana.

Pese a las dificultades que presentan para el análisis estas contradicciones y la fragmentación social en prácticas, actitudes y valores, en ocasiones no deja de ser interesante esbozar una descripción general de la cuestión, que puede consistir sólo en señalar la dispersión existente de elementos o que puede enfatizar algún fenómeno social de amplio espectro. Con este espíritu holístico, me atrevo de entrada a preguntarme por algo tan general como por el papel del Arte en la realidad social actual. Cuando digo papel me refiero a su presencia, su vitalidad y su capacidad de representarnos simbólicamente como sociedades. Y las hipótesis que se me presentan se ubican entre dos polos, entre el fin del Arte como elemento de alguna importancia social y el triunfo del Arte como ámbito en el que participan todas las capas de la sociedad.

## Arte y entretenimiento

La segunda postura parece verse apoyada por la estadística y la observación. En términos cuantitativos nunca había habido como hoy tanta actividad económica y social en torno a las actividades artísticas: cursos, talleres, festivales, conciertos, exposiciones, conferencias, libros vendidos (pese a la crisis del libro), música bajada de internet... Por fin gran parte de la población tiene acceso a una formación mínima y a un nivel de consumo que le permite cierta forma de aprecio y de participación en la cultura. Pero ¿es realmente significativo y entraña algún elemento cualitativo este aumento de actividad, o sólo es una consecuencia más del aumento demográfico y económico de largo alcance que ha tenido lugar en el último siglo? Según como lo miremos, lo realmente relevante es la aparición de la sociedad de masas y la democratización de la cultura general, lo que supone la banalización de la misma. Así lo pensaba Th. Adorno cuando vio que nacía ante sus ojos, en los años treinta, una forma de arte que en realidad era una “industria cultural” (Adorno, Horkheimer, 1988). Desde dicho enfoque, las masas, más que participar de la actividad artística, consumen, sea a través de la compra de productos y o realizando actividades dotadas de cierto prestigio, pero no llegan a comprender el significado último de las obras artísticas. Además, durante el siglo XX, a medida que las clases medias exitosas fueron ingresando en parte de la élite, su capital cultural no aumentó en la misma proporción que el capital económico, sin que ello afectara a la promoción social. Se generaliza así un *habitus* que corresponde al *hombre-masa* (Ortega y Gasset, 2003) caracterizado por la autosatisfacción en las propias capacidades de percepción y entendimiento, el rechazo del esfuerzo y el gusto por la facilidad en el consumo cultural. Finalmente, los mecanismos de distinción basados en lo cultural, que tan bien describe Bourdieu (2002), han ido dejando paso a mecanismos económicos mucho más visibles, relacionados con el consumo, la moda o el lugar de residencia...<sup>1</sup>. Más que de desaparición del Arte cabe hablar entonces de su transformación o reubicación como actividad minoritaria, que convive con un sector afín, que ha tomado, por la dinámica tecnológica y social de nuestra época, unas dimensiones gigantescas: el *entertainment*. La frontera entre arte y entretenimiento no siempre es clara<sup>2</sup>; últimamente hay ejemplos de que el entretenimiento que ha adquirido cartas de nobleza y ha ido ingresando en la cultura legítima. Así lo vemos en los cantantes “ligeros” que han ofrecido shows en auditorios de música clásica y en los diseñadores de moda han expuesto en los

museos. Ello es reflejo del ideal democratizador de nuestra era, en el que las fronteras entre el gusto popular y el culto han ido cayendo. El Arte, que en el pasado formaba parte de la cultura entendida en un sentido elitista (mecanismo de exclusión de los no iniciados y no pertenecientes a ciertos círculos sociales), queda diluido en la prosperidad general de las sociedades dedicadas al entretenimiento.

### Consumo y cánones estéticos

Este es un proceso que se vincula con la crisis de los cánones estéticos clásicos y el auge a los criterios basados en el mercado. Ya a finales del siglo XIX y en el XX, la legitimidad dada por las antiguas academias dio paso a la dada por la ley de la oferta y la demanda. Ya no había unas normas de belleza universales como creían los griegos y los artistas renacentistas sino que bello era todo aquello que la gente consideraba bello. En 1917, con su urinal expuesto como pieza de museo, Duchamp se había encargado de demostrar que el Arte era una convención social; Arte es aquello que la sociedad considera Arte. Ese gesto no marca una desaparición de la actividad artística pero sí señala la tendencia a vivir en un mundo menos sacralizado o, más bien, en el que la esfera de lo sagrado ha cambiado y los rituales religiosos y artísticos del pasado (pensemos en la ceremonia que se representa en un concierto de música clásica) han sido sustituidos por otro tipo de cultos<sup>3</sup>.

En cuanto a los debates que puedan generarse sobre la evolución anteriormente apuntada, creo que es admisible tanto la idea de un Arte que ha cambiado con el paso del tiempo y que hoy simplemente tiene un espíritu más profano, como la preocupación por ver que dicha tendencia puede conducir a un arte superficial o frío (más populista que popular o más teórico que profundo) que expresa un declive de fondo. Algunos autores opinan que hay que revisar la viabilidad de un arte sometido al criterio del mercado. Se ha visto que la sociedad está lejos de ser la comunidad libre que evoluciona bajo la regulación espontánea de “la mano invisible” (Adam Smith) o el organismo complejo con sus equilibrios y desequilibrios (Durkheim). La presencia de los medios de comunicación en la vida de las personas se ha impuesto de forma tan determinante que a partir de un momento, la moda, el gusto y el consumo ha provenido más de la publicidad que de la iniciativa de los individuos o de la evolución espontánea de la conciencia colectiva. Así lo vio Andy Warhol quien llegó a afirmar, a modo de *boutade* pero con gran tino, que lo artístico era la capacidad de

poder vender cualquier cosa por el mero hecho de la firma y el carisma del artista. El valor de su propia obra recae, para algunos conocedores de Warhol, justamente en la ironía de su postura como artista, en su mensaje crítico con el medio artístico burgués, algo que, además, nos habla de una postura donde el arte transmite más ideas que emociones. En esa misma década de los sesenta, el arte minimalista transmitía la emoción del vacío y lo simple, y en los noventa el arte interactivo va a transmitir sobre todo la emoción de la participación del espectador en la obra. En un mundo gobernado por el mercado todo apunta a la disminución del papel del artista en beneficio de los elementos comunicativos de su obra y la valoración no del objeto artístico en sí sino de la experiencia del espectador<sup>4</sup>. La llegada de nuevas técnicas facilita la interacción y democratiza los medios de producción artísticos (con el peligro de que haya más artistas que espectadores). Además, se amplía la lista de las bellas artes tradicionales, hasta llegar al video, el cómic y la instalación; en este ámbito, la aspiración del artista está sobre todo dirigida a comunicar y sorprender estéticamente al público.

En esa evolución se perdió el sentido de la palabra Arte, escrita con mayúsculas en el Renacimiento, para recalcar su diferencia respecto al arte de los artesanos (el *ars* romana derivado del *tecné* griego). Vasari, Miguel Ángel o Hegel concebían el Arte como una forma de expresión de la aspiración individual a cierta forma de perfección o realización metafísica. Esa búsqueda incluía una superación de dificultades (dominio de una técnicas, conocimiento de la tradición, búsqueda formal...) para que fuera socialmente aceptada. Hoy, esto ya no es así, rigen otros requisitos, sin haber desaparecido totalmente los anteriores. Y si, por su parte, el artista tiende a someterse al mercado por la vía de la voluntad comunicativa de la obra, el usuario, en actitud de reciprocidad, ya no tiene una actitud de veneración por la obra como antes. No existe un fetichismo del objeto artístico, ni una admiración real por el “aura” que emana de la pieza original, como nos la describía W. Benjamin. Ello se debe no sólo al proceso de desencantamiento del mundo en la modernidad racional y burocrática que señala Weber, sino también porque la estética ya está en todo, en la ropa, muebles, objetos, todos diseñados con gran talento (Baudrillard, 1979). En la sociedad de la abundancia encontramos placer estético no sólo en el objeto de arte que resplandecía en las sociedades tradicionales. Hoy la experiencia estética se integra

dentro del consumo de experiencias más globales; el viaje a una ciudad, el paseo del domingo, o la visita con fines didácticos de visitantes a museos, por poner algún ejemplo<sup>5</sup>.

## Conclusiones

¿Hacia donde vamos en este nuevo concepto de arte, en minúsculas, como experiencia, entretenimiento y comunicación, que es capaz de integrar toda la producción anterior, la religiosa, la humanística, además de la de hoy? Actualmente ya no es extraño ver en museos piezas como obras las de Damien Hirst, el artista más conocido de la generación de los Young British Artists: mariposas muertas en frascos de formol o un tiburón disecado (por el que un ejecutivo de Nueva York pagó 12 millones de dólares). El mismo D. Hirst protagonizó uno de los últimos escándalos en el mundo artístico. En el año 2008 se supo que él y sus galeristas participaron en una subasta de sus cuadros por parte de Sotheby's en Londres, para hacer subir los precios artificialmente y obtener en dos días 189 millones de dólares por 223 obras. Confirmando la intuición de Warhol, el legado artístico de Hirst parece ser haber demostrado la capacidad de fraude que puede en el mundo de las grandes galerías, museos y casas de subastas. Ese acto dadaísta es para el escritor M. Vargas Llosa una prueba de que “en el arte moderno...todo anda revuelto, el talento y la pillería, lo genuino y lo falso, los creadores y los payasos”. El Premio Nobel peruano escribió que “lo más grave es que no hay manera de discriminar, de separar la escoria vil, del puro metal. Porque todos los patrones tradicionales, los cánones o tablas de valores que existían a partir de ciertos consensos estéticos, han ido siendo derribados por una beligerante vanguardia que a la postre, ha sustituido aquello que consideraba añoso, académico, conformista, retrógrado y burgués por una amalgama confusa donde los extremos se equivalen: todo vale y nada vale” (Vargas Llosa, 2008, 27). Me parece que afirmaciones de este tipo reflejan una fatiga y hartazgo general por lo posmoderno y el arte actual carente de emoción, tan alejado del público que ya sólo se sostiene en el mercado de los museos públicos, manejados por una élite de curadores que son más importantes que los mismo artistas, o en un mercado reducido tan especulativo como la bolsa de valores<sup>6</sup>. La crisis general del sistema financiero y de la economía que estamos viviendo va a suponer un cambio total en ese panorama. Ya se notan síntomas de una búsqueda de los valores “auténticos”, pues cabe usar el término para referirnos a la honestidad del artista, a su habilidad y a valores percibidos como

socialmente necesarios (la revalorización del valor de uso de la obra de arte por encima al valor de cambio). A qué tipo de arte o estilo actual corresponde esta actitud es discutible. Pero, como toda evolución, los cambios que se produzcan van a rescatar mucho de los valores de siglos pasados y los van a integrar en el estilo de vida contemporáneo. De algún modo, se va a producir un nuevo equilibrio entre la experiencia del artista y la del público, entre la autenticidad y la comunicación.

## Bibliografía

- Adorno, Th. Horkheimer, M. (1988), *La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas*, Buenos Aires: Ed. Sudamericana
- Baudrillard, J. (1978), *Cultura y simulacro*, Barcelona; Kairós
- Bourdieu, P. (2002), *La distinción, criterios y bases sociales del gusto*, México; Taurus
- Hernández, F. (1998), *El museo como espacio de comunicación*, Gijón; Trea
- Montaner, J.M. (1990) *Nuevos museos, espacios para el arte y la cultura*. Barcelona; Gustavo Gili
- Ortega y Gasset, J. (2003), *La rebelión de las masas*, Madrid; Tecnos, 2003
- Valdes, S., M<sup>a</sup> del Carmen, (1999). *Difusión Cultural en el Museo, los servicios destinados al gran público*, Gijón; Trea
- Sloterdijk, P., (2002), *El desprecio de las masas. Ensayo sobre las Luchas Culturales de la Sociedad Moderna*, Valencia; Pre-textos
- Vargas, Llosa, M., (2008), “Tiburones en formol”, artículo en *El País*, 5 de octubre 2008

---

<sup>1</sup> En este sentido Peter Sloterdijk expone muy bien las consecuencias que ha tenido el desarrollo, dentro del proyecto de la Modernidad, de la masa como sujeto. La misma idea democrática que abolió los privilegios de cuna de la nobleza ha abolido también los privilegios naturales, “esos fenómenos escandalosos”, para ella, que son el talento y el ingenio, distinciones “modernas” que “ofenden a la masa, y que son sustituidas por el reconocimientos de “diferencias” dentro de una homogeneidad esencial del ser humano. Es en este sentido que hay que entender a Sloterdijk cuando critica, de un modo nietzscheniano, la “prioridad de la democracia frente al arte”, o el “odio contra las excepciones”. El conflicto entre lo “horizontal” y lo “vertical” es parte, para este autor, del programa mismo de la Modernidad (Sloterdijk, 2002).

<sup>2</sup> Se me ocurren dos ejemplos. Algunas *big bands* de jazz de principios de los años cuarenta (como la de Duke Ellington), pertenecientes al mundo del entretenimiento, tenían una calidad excepcional, grabaron piezas de una sofisticación que entra de lleno en lo artístico. Siendo difícil establecer criterios para llegar conclusiones sobre la “artisticidad” de un acto cultural, cabe hablar, no obstante, de los referidos a la perdurabilidad y resistencia al paso del tiempo, la apertura a varias lecturas o vivencias de la obra, la originalidad y coherencia interna de algunos de los rasgos formales, la precisión de ejecución y en la intención expresiva....Por otra parte, como ejemplo a arte elitista que ya forma parte del entretenimiento es la visita para ver la Mona Lisa de Da Vinci, o el reconocimiento de la melodía de la Primavera, perteneciente a las Cuatro estaciones de Vivaldi. Son obras cuya capacidad comunicativa, la síntesis formal que contienen y el placer sensual que son capaces de provocar, las hacen aptas para ser consumidas en el mercado del entretenimiento.

<sup>3</sup> Como la adoración por los artículos tecnológicos, que capturan la realidad como antaño lo hacían los pintores, o por experiencias capaces de transmitir impacto estético, y sobre todo suscitar diversión entretenimiento colectivo a unos usuarios que son más protagonistas que espectadores. Si en el pasado el Arte tenía el monopolio de la representación de la realidad, ahora las cámaras digitales o los micrófonos unidos a computadoras están al alcance de cualquiera. Se han democratizado los medios de producción artísticos hasta el punto que su posesión ya no tiene el sentido elitista que tuvo. Lo que da prestigio ya no es la creación en sí,

sino la capacidad de comunicación y de divulgación de la misma; la actividad artística pierde una autonomía que ganó en la Modernidad para volver a ser parte de actividades sociales más extensas.

<sup>4</sup> La crisis del objeto se manifiesta en todos los campos. Desde la revalorización del espacio como elemento principal en la arquitectura moderna hasta el minimalismo decorativo, con mínimos muebles y ornatos. No es casualidad que en la era posindustrial, los productos con valor añadido ya no son meros objetos sino servicios en general y venta de productos casi siempre asociados a servicios. El objeto ya forma parte de todo un proceso de creación de vínculos mercadotécnicos, con imágenes de marca asociadas a ideas, valores y estilos de vida. En la era de la banalización de los objetos, la gente quiere consumir básicamente “experiencias”.

<sup>5</sup> Y ello es lo que ofrecen los museos más exitosos, como la Tate Gallery de Londres. Los productos artísticos se ofrecen en contextos amplios, ligados a actividades educativas, recreativas, a recorrido por atractivos edificios, con auditorios, tiendas, cafeterías (Hernández, 1998; Montaner, 1990; Valdés, 1999). El museo se ha incorporado al turismo de masas, es una cita ineludible que justifica gran parte de los viajes a otros países y ciudades. Entre el público no especializado la visita a museos ya es algo común y no es ajeno a este hecho la reconversión de los museos en centros recreativos, una modalidad refinada de parque temático que da un barniz cultural a los viajes o los fines de semana de las familias. En el imaginario popular ser aficionado a los museos es resolver de un modo glamuroso deudas con la “alta cultura”, sirve para equiparse rápidamente a una clase media globalizada, y instalarse en una idea de calidad de vida sin el esfuerzo o ascetismo que requería la cultura en tiempos pasados.

<sup>6</sup> El contexto contemporáneo no favorece la aparición de la figura del artista bohemio que, tradicionalmente, vivía para su obra de arte, su vida se supeditaba a ella, sacrificaba todo bienestar material y la propia felicidad si con ello se lograba entrar en el Panteón de los Genios. La idea común que tenemos de un pintor, un músico o un poeta del siglo XIX, es que solían presentar una imagen deplorable, antiestética, según los cánones actuales. Sus ropas descuidadas, el aspecto sucio o avejentado (como Van Gogh) contrastaban con la belleza resplandeciente de su obra. La obra iluminaba al artista. Hoy es el artista, ejemplo de un estilo de vida sensual y atractivo, el que ilumina la obra.