

MARCO ANTONIO RANGEL GONZÁLEZ

UNICACH

marcoantonio24@gmail.com

EL CONSUMO SIMBÓLICO.

Tanto se ha escrito, sobre la época actual, que hemos por ello de convencernos, de una cosa importante: vivimos en una sociedad de consumo. Consumimos hasta por consumir, tautológicamente esto deviene en angustia¹sin embargo el consumo masivo es en cuanto a la generación de necesidades, que no son del todo necesarias para el desarrollo del conocimiento, como lo son; el entendimiento de las actividades estético-artísticas. Lo anterior para muchos estudiosos es factor y causa para el problema que en la actualidad enfrenta el arte contemporáneo, el consumo. Esta atribución es en cuanto a su distribución más que a la producción del propio producto².

Dentro de estas condiciones se señala el poco estudio que hay dentro del consumo artístico, en cuanto lo es, en creencia, el resultado de la producción. Teniendo con ello una reducción hacia el campo óptico y psicológico³pero sobre todo recae en el campo de la percepción visual. Asimismo se le ha hecho ver que el concepto de consumo de la obra artística se le da, por no usar los concepto de contemplación, percepción, apreciación, etc., todo lo anterior lo tomamos del concepto de consumo que hace Acha, en sus propuestas sobre el entendimiento del mecanismo del consumo del arte. Por ser este el que más se adapta a nuestra postura en el ámbito del arte contemporáneo, para darnos una realidad más exacta en cuanto a las realidades múltiples, tema que aquí se trata. Por decirlo de algún modo; la complejidad que representa el consumo del objeto artístico es de tendencia perceptiva y no material, al respecto Acha nos dice que el desgaste, en el consumo artístico no es como consumir un pan, sino que hay un desgaste de tipo sensitivo, epistemológico, sensorial y

1 Bauman, Zygmund, **Tiempos líquidos**

2 Acha, Juan, en **El consumo artístico**, p 7

3 ibid

vivencial⁴. Este proceso influye dentro de una sociedad con su sistema de distribución y producción que pertenece el objeto, de tal manera que la condición interpretativa es, en códigos epistemológicos.

“...El proceso objeto-sujeto tiene lugar en una sociedad concreta; ésta lo condiciona e incluso influyó previamente en la formación de la personalidad del productor, distribuidor y receptor... influyó en ella junto con el sistema artístico de la obra y al lado de individuación de la personalidad del sujeto⁵...”

Definir aquí a la apreciación del arte, como un proceso de consumo, en términos prácticos, es con el único fin de reconocer los bordes de las categorías estéticas en función a una obra artística, pero sobre todo, es reconocer cuales son los recursos intelectuales que el espectador interpreta u orienta hacia el consumo artístico. Aunque para muchas interpretaciones, este proceso planteado, es causa de que el espectador no tenga una confianza respecto a su percepción estética⁶ lo anterior por que cada individuo tiene su propia manera de interpretar al mundo de los fenómenos, pero sobre todo en el proceso de que la sensibilidad y la sensorialidad de los elementos estéticos son propios de cada sujeto en su consumo produce significados. Vale decir que para esta creación del espectador en su consumo, él mismo, tiene un bagaje cultural que ha aprendido con su propia experiencia, y afinidades muy marcadas conforme al entendimiento de sus gustos por ciertos objetos artísticos. Ahora bien la interpretación que hace el sujeto del objeto, sobre todo estético-artístico, es en condición de la multiplicidad referenciada entorno a la interpretación del objeto. Todo este proceso se ha visto empañado por situaciones denominadas seudoestéticas, por sólo afinar sus intereses en la sensibilidad espuria que sólo ha buscado, dentro del mercado publicitario, busca crear necesidades, para el *consumo* de corte económico, por ello es considerado seudoestético, por que no va más allá de la sensibilidad, no pasa de su emoción del momento y no llega a la reflexión o al análisis simbólico y a producir conocimiento.

4 ídem p 8

5 ídem p 9

6 íbidem

“...Todos tenemos la misma anatomía y fisiología visual y todos nos movemos entre las mismas limitaciones de lo humanamente perceptible⁷...”

Sin embargo todos percibimos de manera distinta la realidad, y toda percepción es propia de cada sujeto, es decir, se ve en condiciones del sistema entablando relación entre los distintos símbolos, que no le son ajenos al sujeto, pero que sí establece una comunicación con el objeto, conforme a símbolos reconocibles en ideas claras, sin tener significados extraños o ideas equivocadas. A lo anterior se le ha llamado cultura estética, por ser parte de la sensibilidad del individuo⁸.

En cuanto a valores estético diremos, que hay categorías “otras” que llevan una carga simbólica, como lo es el *kitch* que se subsume a la retórica de lo banal y lo comprensible para todo tipo de espectador. Así lo dijo Greenberg⁹ se refería a lo *kitch* como banal e insignificante.

LA SENSIBILIDAD COMO PRINCIPIO DEL CONOCIMIENTO.

La sensibilidad se caracteriza por intuiciones, en la manera que los objetos nos son dados a través de ella, le llamamos sensibilidad¹⁰ por medio de esta, Kant apunta la sensibilidad hacia lo siguiente:

“...La materia de todo fenómeno nos es dada, ciertamente, sólo *a posteriori*, pero la forma de todos ellos debe estar

7 ídem P 12 ss

8 ídem

9 Véase Greenberg, **Arte y cultura**

10 Kant Emanuel, **Crítica de la razón pura**,

presta a priori en la mente, por eso debe de ser considerada aparte de toda sensación...”¹¹

La intuición es la manera y el medio por donde se adquiere el conocimiento en referencia a los objetos del entorno real, esta manera que afecta a la mente¹² en forma de representaciones. Esta representación es en la medida de las posibilidades de nuestro horizonte óptico, es decir, en el acto de pensar las sensaciones en base a nuestra experiencia. La sensación es la capacidad de representatividad de un objeto que nos afecta cuando nos es dado, es el conocimiento empírico. A este conocimiento de la intuición se le llama *fenómeno*¹³

Ahora bien en este proceso de intuición sobre la sensibilidad en los conocimientos empíricos es donde se da la multiplicidad, esta no es otra cosa que, la multiplicidad del fenómeno en relación con el significado¹⁴ a este proceso Kant le ha llamado *forma* del fenómeno por su manera de ordenar las sensaciones¹⁵ Todas estas sensaciones se dan en los conceptos dentro de una estética denominada *trascendental*, vista de este modo es dado *a priori* sin ninguna experiencia de por medio, pero sobre todo si, en base a la intuición ya dado antes de todo conocimiento, por ello; poder decir que estos conceptos *a priori* son el espacio y el tiempo, donde todo esta determinado. Ambos conceptos no son empíricos por que ellos nos son dados antes que toda determinación, como el tiempo es una forma pura de la intuición sensible¹⁶ al respecto Kant nos comenta lo siguiente:

11 Ídem p 72

12 ibid

13 ibid

14 Aquí queremos delimitar el enunciado a la percepción y no al significante. Ni delegamos la opinión de que en el significante se da la percepción artística pero sobre todo es un proceso de entendimiento que la pieza artística tiene en un movimiento *per se*

15 Kant op cit

16 Idem p 80

“... El tiempo y el espacio son, por tanto dos fuentes de conocimiento de las cuales se pueden extraer *a priori* diversos conocimientos sintéticos...”¹⁷

En base a este postulado, toda intuición no es otra cosa que la representación del fenómeno, por ello podemos decir que la estética múltiple es la representación del objeto, en este caso artístico, por medio de la relación que se hace entre la idea y sobre todo el pensamiento de las formas y figuras de las representaciones ideológicas que hay en toda intuición sensible, a los procesos de determinación consciente. Al respecto Kant nos dice lo siguiente:

“... En el ser humano esta conciencia requiere percepción interna múltiple que es previamente dado al sujeto ay la manera en que esto (múltiple) es dado en la mente sin espontaneidad debe llamarse, en virtud de esta diferencia, sensibilidad...”¹⁸

Entonces como sensibilidad entendemos, la representación que nos es dada por lo fenómenos en la manera que nos afecta y en toda estructura constituyente de la estética, propia a todo individuo que subsume lo emotivo en condición simbólica. En su condición de afectividad, relacionamos fugazmente la carga simbólica con el objeto, y las sensaciones que nos produce le denominamos estético. Todo individuo es capaz de sentir sensiblemente, así como procurar darle un significado a lo que en primera instancia le es ininteligible. Supongamos que en un caso específico, cierto individuo percibe una imagen cualquiera, esta le producirá sensaciones que pueden en todo caso ser de tipo placentero. Esta posición nos recuerda el mito de la caverna¹⁹ de Platón, donde se vislumbra una imagen distorsionada de la realidad, producto de una luz tenue proyectada por una fogata, donde los esclavos, hincados, ven de una forma la línea de la luz en una pared rugosa. Los

17 Ibid p 86

18 Ibid p 95

19 Véase *la República*, en los **Diálogos** de Platón libros III y VII.

niveles de percepción hace que tengamos conciencia de las formas, éstas como ideas²⁰ se ven en la unidad que la mente busca en la multiplicidad. En torno al objeto la figura se presenta de forma polisémica, quizá no duraremos en que la imaginación es parte del principio de todo conocimiento, y que uniremos la partes de un todo con la posibilidad de interpretar la realidad, sólo cuando la imagen es para nosotros parte de nuestra experiencia, ligándola así como forma primaria entendemos que la multiplicidad es parte también; de la unidad como forma simbólica.

Sensibilidad hasta aquí, lo tomamos como parte de las emociones, pero también hemos de sugerir, tomarla como parte de la naturaleza del pensamiento, como primera impresión de la realidad. La separación que se ha hecho de antaño de la razón y el sentimiento nos ha planteado una dificultad, pues en términos coloquiales pareciera que hubiese una división, más por el contrario es para nosotros, un complemento del entendimiento que usamos para introducirnos a una realidad múltiple, que en términos de simbolismo lo entendemos como un todo que se desvela en la realidad del arte.

Todos, nos dice Acha²¹, poseemos una sensibilidad, por lo tanto somos susceptibles a consumir arte y belleza. Preferimos objetos por el diseño más que por el objeto mismo, por lo tanto somos consumidores de un sin fin de situaciones simbólicas, que enriquecen el estado anímico del individuo, como los son las uniones en pareja y/o las festividades de ciertos tipos. Aunque no son por sí, duraderos, como individuos apreciamos la carga simbólica, le damos valor más allá del objeto físico, es para nosotros indispensable la sensibilidad de este tipo. Aunque se piensa por igual que es complementaria a la razón, en una cosa estamos seguros, que ambas partes son complemento de una educación estética²² que todo individuo de una u otra forma, ha desarrollado como ente social. Por otra parte se habla de que no sólo la belleza produce placer, lo hace también la razón, prueba de ello es que en todo momento, como individuos, necesitamos a cada momento de nuestro gusto sensible, como juicio de gusto y utilizamos la razón como juicios de valor.

20 Murdoch, Íris, en ***el Fuego y el sol*** p16 ss

21 Acha. *El consumo...* P24

22 Véase. Schiller... *Cartas sobre la educación estética...*

EL VALOR ESTÉTICO RECUPERADO

¿Podemos afirmar que una pieza de arte tenga valor artístico sin tener valor estético? Sin dudar, pensamos que las categorías estéticas tanto como artísticas no van separadas entre sí, son intrínsecas; van a la par. En definitiva, lo que se ha trabajado bajo el lema de antiestético no es otra cosa que la búsqueda de introducir al mercado simbólico del arte (aunque no estamos seguros si nunca estuvieron) otras categorías estéticas dentro del arte, principalmente contemporáneo. Por otra parte las categorías estéticas no se han definido o no son del todo claras en el arte contemporáneo, en este devenir del intercambio simbólico y enfrente del objeto, lo que más ha importado es su impacto de una manera popular y vigente, más que una transmisión de la experiencia del símbolo. El carácter popular del arte contemporáneo ha venido a subsumir el objeto en proceso de permanencia dentro del mercado “*Mainstret artístico*” es decir, se ha enfocado por que las creaciones plásticas de carácter contemporáneo, se mantengan cada vez más en el gusto del público, por su popularidad, más por lo que realmente transmiten al espectador.

El sistema de valoración, desde el punto de vista estético y artístico, de una pieza de arte, es de suma importancia, pues es en el discurso; donde se le puede dar ese plusvalor de pieza artística. Sin embargo tenemos aquí, que el valor que valoriza el objeto se da con el trabajo-tiempo o trabajo vivo²³ que el creador imprime en la pieza. El elemento discursivo de la pieza es el plusvalor de toda pieza, en él se distingue el mercado simbólico del arte y se le ha denominado “*mainstret artístico*” que no es otra cosa que la circulación, otro proceso; de los tres elementos básicos de las artes plásticas²⁴ es decir, la producción, distribución y consumo. El carácter discursivo de la circulación de la pieza dentro del mercado simbólica del arte, es para nosotros el mecanismo preponderante dentro de la

23 Tomamos el concepto de Marx, cuando habla sobre la producción de la plusvalía véase ***El Capital*** tomo I

24 Véase Acha, Juan. *En Los elementos básicos de...*

apreciación del mismo, ya que en este se implementan los agotamientos o las renovaciones de los discursos entorno a lo dicho de qué es el arte.

Para decirlo de algún modo el potencial del arte radica en su valor estético²⁵ Sin él nada puede ser obra de arte²⁶, es sin duda su potencial mínimo²⁷

“... Hay una estética especial para las obras de arte así como un lenguaje especial de valoración...”²⁸

En parte coincidimos, pero ¿hay una estética especial? Y ¿Un lenguaje especial de valoración? Quiere decir nuestro autor que no toda estética es parte del arte. Qué es eso de “especial” que nombra para la valoración estética. Tanto Acha y Danto coinciden, en que el sentido estético es propio del ser humano, con a finitud de que Danto, adjudica más lo estético a la belleza, más propiamente dicho que a lo grotesco o a lo trivial. Mientras que Acha le adjudica más la estética al juicio de gusto. En conclusión diremos que la estético es la estructura humana de las sensaciones y emociones que a través del juicio de gusto discernimos, las características de las capacidades de imaginar y entender. Por lo anterior el carácter especial que tiene la estética estriba en poner en Juego estas capacidades mediante el juego estético, pero sobre todo es éste, el lenguaje especial de valoración dentro de la apreciación que se hace de una obra plástica determinada.

Aunque definitivamente no lo vemos como lo plantea Umberto Eco , cuando dice que el extracto estético es ambiguo y autoreflexivo²⁹ basándose en el estilo de Jacobson que le da funciones a la estética, de tipo *referencial, emotiva, interpretativa, fáctica, metalingüística, poética*.³⁰ Ahora bien desde nuestro punto de vista lo ambiguo, está vista desde el punto semiótico, pero a nosotros no nos interesa ese punto por ser especulativo, el punto que nos

25 Danto, Arthur ***La transfiguración del lugar común***. P 145

26 Ídem

27 Ídem

28 Ídem P 146

29 Eco Umberto, ***Tratado de...*** p 368

30 citado en Eco Op cit idem

interesa es, el punto de vista del creador plástico; que asume la carga valorativa estética, punto por el cual hemos escrito estas líneas, donde valoramos los dos tipos de facultades humanas a saber, la facultad de pensar y la facultad de sentir. Por ello meternos en la especulación de la *ambigüedades y autoreflexivas*, como las plantea Eco, es meternos en la valoración categórica, sin sentido y sin sustento, para lo que no interesa aquí. En términos generales no interesa el mensaje, sino el modo de producción del mismo, en todo momento los juicios, tanto valorativo y de gusto, lo tomamos desde el punto de vista del creador, toda la carga simbólica que hemos estado planteado e iremos planteando va entorno a esta idea, de cómo el productor de las imágenes retoma, analiza, produce símbolos, que pone, a fin de cuentas dentro del mercado simbólico del arte. A lo anterior es lo que nombramos el valor estético recuperado.

Es aquí por igual donde planteamos que el discurso también se agota, como punto de partida, comenzamos con el hecho de que los discurso se dan a partir que una imagen determinada es, y se verbaliza con el acto de pensar, este juego intrínseco de la imagen al verbo y a la imagen es lo que hemos planteado por igual como el valor estético recuperado. Para nosotros la atracción semiótica se da con el discurso de la imagen no con la creación de la imagen misma, este proceso productivo, es en cuanto el creador imprime trabajo vivo en la pieza, y la verbalización de la imagen es la interpretación del sujeto cuando, en el campo de consumo retoma la imagen como idea. AL respecto se dice:

“... la materia sigue siendo substancia para una nueva forma...”³¹

En efecto la materia es substancia para una nueva forma, misma que le da sentido las manos de quien la siente y de quien la piensa, es la estructura de toda manera, como los planteamientos que hemos venido postulando en estas líneas. Aquí no nos interesa el significante, como proceso decodificador; sino como medio para un fin, aunque en

31 Helmslev citado por Eco en Op cit p 376.

definitiva concordamos con el postulado que el juego estético es un planteamiento, que aparenta jugar a un tipo de juego con reglas básicas reconocidas por todos, en este juego es válido inventar las propias reglas, lo que no es válido es aparentar conocer esas reglas, y es como querer jugar al ajedrez y jugarlo con las reglas de Fútbol. El juego estético es en todo caso el juego más bello de todos pues hace que nuestras facultades cognitivas interactúen al momento de la creación.

BIBLIOGRAFÍA

- Acha, Juan, *El consumo artístico y sus efectos*, Trillas, México, 2011.
- Acha, Juan, *Los elementos básicos de las artes plásticas*, ed Coyoacán, México, 2004.
- Acha, Juan. *Teoría del dibujo*, ed coyoacán, México, 2004.
- Argudín, Luis, *El teatro del conocimiento*, México, UNAM-ENAP, 2013.
- Arheim, Rudolf, *El pensamiento visual*, Editorial universitaria de buenos aires, buenos aires, 1989
- Danto, Artthur *La transfiguración del lugar común*. Paidos
- Deboard, Guy *la sociedad del espectáculo*, 10ma edición, pretextos, españa, 2012, 176 p.
- De Michelli, Mario, *La vanguardias artística del siglo XX*,
- Dostoievski, Fiedor, *Crimen y Castigo*, paidos.
- Diálogos de Platón, *la República, libros III y VII*.
- Eco, Umberto, *Tratado de semiótica general*, De bolsillo, México, 2005, 461 p.
- Edawrds, Betty. *Nuevo aprender a dibujar*. Barcelona, Urano 1999.
- Freud, Sigmund, *Psicopatología de la vida cotidiana*, España, paidos, 2013, 467 P
- Freud, Sigmund, *Interpretación de los sueños*, España,
- Garbuno Aviña, Eugenio, *Estética del vacío*, Unam, Espiral, 2012,
- Greemberg, Clement, *Arte y cultura*, trad. Justo B Merabendi, paidos, estética, Barcelona, 2002.

- Gombrich, Ernest, *La historia del arte*, paidós, España
- Gómez Molina, Juan José, Cabezas Lino, et al, *Lecciones del dibujo*, Cátedra, España, 2003.
Gómez Molina, José, Cabezas, Lino, *El manual del dibujo*, Madrid, Cátedra, 2011
- Hadjinicolaou, Nicos, *Historia del arte y lucha de clases sociales*, Siglo XXI.
- Kant, Emmanuel, *Crítica del juicio*, Austral, España, 2007, 467 P.
Kant Emanuel, *Crítica de la razón pura*, unam, f c e, uam, México, 2011, 733 p.
- Marcuse, Hebert, *el hombre unidimensional*, siglo XXI, México, 1999, 356 p.
- Murdoch, Íris, en *el Fuego y el sol*, F.C.E.
- Nikolaidis, kimos, *natural way to draw*, E.U.A, Hughton Mifflin, 356 p.
- Paz, Octavio, *La apariencia desnuda*, S XXI, 2006.
- Sartre, jean paul, *EL ser y la nada*, Paidón.
- Schiller, friederich, *Cartas sobre la educación estética del hombre*, paidós.
- Schwanitz, Dietrich. *La cultura....*
- Zamora, Fernando, *filosofía de la imagen*, México, Unam, 2006.
- Zygmunt, Bauman, *Tiempos líquidos*, CACA, México, 2008,