

El arte como respuesta al consumo simbólico

Por Othón Téllez

www.othontellez.com.mx

Es de todos sabido que los conceptos van cambiando y se acoplan al devenir cultural, histórico y social. Al concepto de arte le sucede lo mismo: el siglo XX y su cambio de paradigmas en todos los terrenos culturales generó su replanteamiento con la aportación de las visiones de diversas disciplinas; la sociología, la filosofía, la psicología, la historia, los estudios culturales y la antropología son sólo una muestra de los grandes saberes que contribuyeron a contar hoy en día con el conocimiento de que el concepto de lo que llamamos arte ha tenido transformaciones significativas en los siglos y desde la visión particular de las culturas que lo engendraron.

El llamado “arte” es ante todo un producto cultural con características muy particulares que genera significaciones individuales las cuales impactan en un colectivo estético; busca ser un producto con una carga de materialización de emociones y trascendencias de un momento histórico o una aportación social; se mueve vertiginosamente de acuerdo al devenir cultural; recoge las aportaciones de las tecnologías, de las ciencias y de las humanidades para brindar una visión en conjunto con un grado intenso de creatividad, originalidad y aportación por parte del individuo que lo realiza. Es en sí, un gran contenedor cultural del consumo simbólico de una sociedad.

Revisando las historias tradicionales del arte, nos encontramos con la anacronía conceptual de querer llamar “arte” a los diversos productos culturales con carga simbólica para la sociedad. Siendo así, se comete el grave error de llamar arte prehistórico a los productos culturales simbólicos encontrados en las cuevas de Altamira, cuando en sentido estricto estamos ante la presencia de un objeto cultural con intenciones mágicas, religiosas o de estructuración social de dicho

sector social y cultural. De la misma forma se salta de un capítulo a otro creyendo en una historia lineal, occidental, que deja de lado todas las aportaciones de culturas orientales o mesoamericanas; no se analiza con detenimiento las características de los productos culturales de las diversas regiones del África, Australia, Oriente y Latinoamérica, por señalar las más afectadas.

Pero además vamos deformando nuestra mirada, pues quisiéramos analizar los productos culturales de las diversas culturas como un solo concepto que imposibilita la movilidad y la comprensión del movimiento y del pluralismo cultural.

Cotidianamente, a los públicos les sucede que se vuelven especialistas en un tipo de manifestación artística y les es difícil moverse para ver otras de la misma época pero generadas por otra cultura; a veces hasta se dogmatiza y se cree que sólo hay un “arte” y que los demás son fallidos intentos o locuras incomprensibles de generaciones desquiciadas. El público cercano al “arte contemporáneo” desconoce el valor del “arte virreinal”; y viceversa, el cercano a los nacionalismos del siglo pasado en México, desconoce los otros nacionalismos de otras sociedades y quiere comprenderlos con una visión centralista del conocimiento aprehendido.

Si estamos considerando que el arte es un producto cultural, es por la importancia que tiene el concepto de cultura al entenderlo como la suma de manifestaciones tangibles e intangibles representativas de un sector social.

Todos los productos culturales generan significaciones, pero lo relevante es saber cuáles de ellos trascienden en tiempo y espacio para provocar nuevas significaciones colectivas, del orden global y del interés cultural de la humanidad.

Lo valioso de las cuevas de Altamira radica en las múltiples significaciones que el trazo sobre la piedra genera al conocimiento de diversas disciplinas: aporta al conocimiento de la pintura pero creo que más aporta a la antropología social e

incluso a la comprensión del desarrollo de la evolución de nuestro cerebro como especie.

Cada época ha contado con sus productos culturales de carga simbólica: algunos han pasado a la historia, otros han sucumbido o trastocado sus significaciones. De esa forma nos vamos apropiando con aciertos y desaciertos en sus aproximaciones analíticas. Poco sabemos de las culturas primigenias por culpa de una historia occidental; nos cuesta trabajo comprender las culturas orientales por la lejanía trazada en su revisión analítica y conceptual. Asimismo, poco saben otras culturas de nosotros; al europeo o al sajón le cuesta trabajo comprender nuestro lenguaje, nuestras tradiciones, nuestra cultura y por ende, nuestros productos culturales de gran carga simbólica como lo son las cruces huicholas, por poner un tácito ejemplo.

En los orígenes de las culturas, los productos se han distinguido por su sobriedad y síntesis, poca ornamentación para decir más de los símbolos y significantes que son de interés. Si en verdad queremos comprender el valor de cada producto cultural, debemos estudiar con detenimiento los símbolos culturales que el objeto poseía en su entorno natural y de origen; el solo hecho de sacarlo de su entorno y trasladarlo a un espacio museístico trastoca su significación, pues no es lo mismo ver un metate en la casa de la abuela que verlo en el museo de cultura popular de la región; no es lo mismo ver la obra religiosa en la capilla central de una iglesia que verla en el museo de la ciudad; tampoco será lo mismo ver un mingitorio en un museo y reconocer el valor cultural del mismo en la historia y en la construcción del concepto arte. He señalado tres ejemplos en donde el primero y el segundo los comprendemos con certeza pero el tercero nos cuesta en mucho poder comprender las múltiples significaciones que Duchamp hiciera a principios del siglo pasado con su célebre pieza “La fuente”.

Se vuelve interesante repasar nuestra mirada y ver en cuántos momentos nos volvemos severos censores que no aceptan la aportación simbólica de un

determinado producto cultural con intenciones de ser considerado arte. Los productos más afectados por esa medida son las manifestaciones artísticas contemporáneas, las populares, las visiones indígenas y toda suerte de productos con significaciones particulares difíciles de asimilar por nosotros.

¿Cuáles serán los productos culturales simbólicos que nos identifican como mexicanos? ¿Cuáles son los productos culturales que nos hablan del virreinato? ¿Cuáles son los productos culturales simbólicos que identifican nuestra sociedad? ¿Cuáles serán los productos culturales con los que será recordada nuestra época?

Y ante todos estos cuestionamientos, que no es mi intención responder sino más bien hacer reflexión, creo que la respuesta general se encuentra en aquellos productos culturales llamados arte y que son verdaderos productos con una rica información cultural y de significación para el momento histórico correspondiente.

El objeto cultural realizado en el virreinato no tiene nada que ver con el objeto cultural del siglo XIX o el de nuestra actualidad, puesto que cada uno de ellos responde a su época y momento histórico, cada uno de ellos es claro reflejo de la diversidad cultural dominante. Serán los aparatos legitimadores de las hegemonías, en primer término, y la trascendencia cultural simbólica del producto, en segundo término, los que permitan afirmar cuáles son los valores y aportaciones de cada uno de los productos culturales en el desarrollo como humanidad.

El producto cultural simbólico siempre ha contado con aparatos legitimadores, es decir, instancias sociales que lo hacen relevante por una u otra razón. Es interesante estudiar y ver cómo el conocimiento del arte, como producto cultural simbólico, ha sido trastocado por la visión hegemónica de los historiadores o críticos de arte, por los mercados, mecenazgos y consumos religiosos, entre los más socorridos. ¿Cuál será el verdadero valor social de las visitas a la Capilla

Sixtina? ¿El valor de reconocer las aportaciones de Miguel Ángel como profesional y estudioso de la pintura o el interés religioso por ver ilustrada la visión de la Iglesia al respecto del origen de la vida o, más aún, la acción fetichista de ir a Roma y visitar el Vaticano dentro de los tantos símbolos que representan los *tours* turísticos? ¿O será que el valor social dominante es el de legitimarse como visitante y llevar un *souvenir* a casa (camiseta y llavero) para probar ante los suyos que estuvo ahí?

Con el anterior ejemplo dejo en claro cómo los imaginarios simbólicos se trastocan, se alteran para los fines que fueron creados y que los conceptos deben moverse a gran velocidad para darnos cuenta de lo que ahí está sucediendo.

Dialogar sobre el arte es una tarea compleja; cualquier espacio que genere la intención de hacerlo, debe de partir del principio de la necesaria apertura de pensamiento de los que en el diálogo intervienen. Saber que estamos ante un universo de significaciones tan amplio como la diversidad cultural que caracteriza a nuestra especie humana.

Othón Téllez