

La obra de arte como mercancía

Andrés Felipe López López¹
(Universidad de San Buenaventura, Medellín - Colombia)

Recibido: 24 de enero de 2014. Revisado: 28 de febrero de 2014. Aceptado: 26 de marzo de 2014.

Puede citar el presente artículo así: / To reference this article: López, A. F. (2014). La obra de arte como mercancía. *Revista Gestión & Desarrollo*, 11, 181-190.

Resumen

Este escrito se compone de comentarios y observaciones a la cuestión de la obra de arte concebida como objeto de consumo; vale decir, como mercancía, con base en algunas ideas expuestas por tres de los autores que constituyeron la Escuela de Frankfurt, a saber, Max Horkheimer, Walter Benjamin y Theodor Adorno, sobre las que el autor de este trabajo toma postura. Para llevar a evidencia lo señalado, se exponen algunos casos en los que la obra de arte ha sufrido la pérdida de su sentido auténtico.

Palabras clave: obra de arte, mercancía, industria cultural.

Códigos JEL: L00, L11, L91.

The artwork as a commodity

Abstract

This paper consists of comments and observations on the question of the artwork conceived as a consumption item; that is, as a commodity, based on some ideas presented by three of the authors who constituted the Frankfurt School, namely, Max Horkheimer, Walter Benjamin and Theodor Adorno, on which the author of this work takes stance. To bring the evidence, it is presented some cases where the artwork has suffered the loss of its true meaning.

Keywords: artwork, merchandise, culture industry.

JEL classification: L00, L11, L91.

-
1. Andrés Felipe López López. Filósofo, Magíster en Filosofía (2014) y Doctor en Filosofía por la Universidad Pontificia Bolivariana (Medellín, Colombia). Profesor de la Universidad de San Buenaventura y de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín. Investigador de los Grupos Epimeleia y Laboratorio Internacional Universitario de Estudios Sociales y Organizacionales (en proceso de cambio de nombre a Casos y Estudios Organizacionales). Correo electrónico: pipelopezlopez@hotmail.com

A obra de arte como uma mercadoria

Resumo

Isto consiste em comentários escritos e observações sobre a questão da obra de arte concebida como um objeto de consumo; isto é, como uma mercadoria, com base em algumas idéias apresentadas por três dos autores que constituíam a Escola de Frankfurt, ou seja, Max Horkheimer, Walter Benjamin e Theodor Adorno, em que o autor deste trabalho leva uma postura. Para trazer as provas, são apresentados alguns casos em que a obra de arte tem sofrido a perda de seu verdadeiro significado.

Palavras-chave: arte, mercadoria, a indústria cultural.

Classificações JEL: L00, L11, L91.

Introducción

Por Escuela de Frankfurt suele entenderse un grupo de intelectuales que propusieron una nueva lectura del marxismo. Formaban parte del Instituto de Investigación Social de la Universidad de Frankfurt y fueron aglutinados en un cuerpo teórico que Max Horkheimer denominó "teoría crítica", en la publicación *Teoría tradicional y teoría crítica* de la revista *Zeitschrift für Sozialforschung*. En esta breve reflexión, no nos adentraremos en el estudio de las doctrinas que buscan una sociedad mejor, sino en la obra de arte y la industria cultural en sí, a partir de las luces dadas por Theodor Adorno, Walter Benjamin y el mismo Horkheimer, con algunas referencias interpretativas de Oliveras (2004) y Ruiz (2006).

La banalización de la obra de arte

Según Horkheimer (1973), al teórico crítico le interesa trabajar por el desarrollo de una sociedad sin explotación, de ahí la renovación del marxismo –dada en la superación del economicismo de las lecturas tradicionales– y las críticas al positivismo, ello en-

marcado en una tarea filosófica fundada en problemas reales y concretos de la sociedad.

La idea de crear un instituto de investigación –como el que en efecto elaboraron (Oliveras, 2004)–, es de Horkheimer y Friedrich Pollock. Una vez concretada la idea en 1923, Carl Gründberg se erigió como su primer director y fue sucedido en 1931 por el mismo Max Horkheimer. Integrantes de resaltar fueron Theodor Adorno, Franz Neumann, Erich Fromm, Herbert Marcuse y Walter Benjamin.

Un texto clave para el trabajo que hemos de abordar es *Dialektik der Aufklärung (Dialéctica del iluminismo)* de Horkheimer y Adorno, escrito entre 1942 y 1944 durante el exilio de ambos pensadores en Estados Unidos, una vez cerrado el Instituto en 1933 por el nacionalsocialismo, que había ascendido al poder en Alemania. Publicada en 1947, la obra da lugar al concepto de industria cultural, el cual será desarrollado ampliamente por pensadores posteriores.

Según Adorno, nuestra sociedad está marcada por el sentido de lo igual y es, preci-

samente, en el capítulo La industria cultural de *Dialéctica del iluminismo* que Adorno se detiene para darnos a entender que el hecho de que en la civilización actual todo adquiere un aire de semejanza es una característica indeleble en ella. Por ejemplo, el cine y la radio son industrias o –mejor, negocios–, que sirven a la ideología dominante al mostrar siempre lo igual: “Las cosas no son distintas en lo que concierne a las producciones de la Warner Brothers y de la Metro Goldwyn Mayer (Horkheimer y Adorno, 1971, p. 150).

Ese “siempre igual” se muestra con mucha claridad en los clichés, en el gusto estándar, en las formas repetidas y en la repetición de contenidos en los medios audiovisuales. Sobre el cine y su decadencia remarca Adorno (1983): “Este negocio seguirá adelante mientras sea rentable y la perfección que ha alcanzado impedirá darse cuenta de que ya está muerto” (p. 32). Lo que Adorno quiere indicar bajo la noción de industria cultural, es el peligro que corre la obra de arte y el arte mismo en el “mundo administrado”; esto es, la desartificación: la pérdida del carácter propiamente artístico al ser absorbido por la sociedad de consumo.

El arte desartificado (elemento de análisis central en la noción industria cultural), es un bien de consumo más, una cosa entre cosas para ser adquirida: “Después de haberse liberado de la teología, de la metafísica y de su función de culto, el arte queda ahora sometido al mercado, sirviendo de vehículo de poder” (Oliveras, 2004, p. 308). Es decir, que si en esta época marcada por la sociedad tecnocrática todo puede venderse, ¿por qué la obra de arte no puede también ser un bien de consumo?

El artista de hoy está inmerso en la tentación de la comercialización y por ende, en la amenaza constante de convertirse en agente del

mantenimiento de un sistema ideológico capitalista de poder esclavizador. De esta manera el arte se vuelve inútil, porque pierde, por un lado, su fuerza de ser protesta radical contra el poder y por el otro, de ser renuncia radical a la estúpida falsedad de lo práctico (Adorno, 1983).

En la perspectiva de Adorno, el arte y su carácter perdurable solo son posibles en tanto el primero se mantenga como reaccionario a la idea burguesa de aumento o incremento patrimonial propio de la sociedad de consumo; de esa manera, no llega a ser presa del consumismo. Por otro lado, la expresión “promesa de felicidad” inserta en la teoría estética de Adorno, está relacionada con la tesis fundamental de la Escuela de Frankfurt que apunta a una sociedad liberada y a la utopía o posibilidad prometida por la imposibilidad, a saber, la toma de conciencia individual (Adorno, 1983), que a su vez crece al ritmo de la desesperación en la medida en que en esta última la esperanza es más viva. Así lo explica Oliveras (2004) comentando a Adorno:

La utopía del arte se alimenta de la indigencia y del sufrimiento humano, siendo Auschwitz su máxima expresión. Es allí donde se produce la catástrofe que obliga al pensamiento a replantearse su propia condición como tal, a cuestionar definitivamente la marcha de la historia en la que se abrió un abismo tan profundo de dolor. El arte, si por algo se mantiene vivo, es justamente por su fuerza de resistencia, por ser “promesa de felicidad, pero promesa quebrada”. A través del arte, la vida aspira a ser redimida; así las imágenes del arte son las vías que permiten rescatar los fragmentos de la vida mutilada (p. 309).

Sobre lo anterior, bien señala Adorno (1983) “que el arte es más que praxis” (p. 315), porque lleva a hacer efectivas pretensiones y expectativas de una vida mejor, sin por ello

prometer realizar esa vida. La eficacia de la obra de arte –dice Adorno– consiste en ser:

[...] esa advertencia que hacen en virtud de su misma existencia, y no aquella otra que la praxis manifiesta siguiere a su propia praxis latente. Su autonomía está muy distanciada de la praxis inmediata. Aunque la génesis histórica de las obras de arte las convierte en un conjunto de efectos, las obras no desaparecen del todo en él (p. 316).

También, haciendo más profunda su reflexión, dice Adorno que en términos de autonomía la obra de arte es –de acuerdo con la metafísica moderna–, una monada que no tiene ventanas; vale decir, es centro de fuerza. “Se hallan mutuamente cerradas [...] imaginan [...] en su cerrazón lo que fuera existe” (Adorno, 1983, p. 237). Sin embargo, esta concepción es juzgada por el mismo autor como problemática en tanto que “[...] las obras de arte, como momentos de un contexto más amplio: el del espíritu de una época, entrelazado con la historia y la sociedad, van más allá de su carácter monádico sin que por ello tengan ventanas” (p. 237). Esto último significa también, que son únicas.

Ese centro de fuerza, a mi modo de ver, está concentrado en el hecho de que la obra de arte como praxis liberada, se convierte en el “esquema de la praxis social” (Adorno, 1983b, p. 299). Esto es, que toda ella, auténtica, es en sí misma una revolución en cuanto suele ejercer una función crítica con respecto a la época en que aparece, pero si se queda en el banco de los bienes de consumo o como mera alusión a una historia, el daño a ella es daño a la verdad misma que contiene y esa verdad, como lo señala el autor “es el tema de la crítica” (p. 172).

En las tesis de Adorno defendidas en *Teoría estética*, se ve muy clara, por un lado, su línea hegeliano-marxista y por el otro –y más importante–, la coincidencia con Horkheimer

en la idea según la cual la sociedad industrializada posee una estructura que le quita al pensamiento su tarea más genuina: la tarea crítica. Vale la pena también en ese sentido, anotar frente al positivismo lo que Hoyos (2012) explica de por qué Husserl lo rechaza en el ámbito de la crítica a la unilateralidad de las ciencias naturales y experimentales: porque el positivismo le corta la cabeza a la filosofía; esto es, a la reflexión.

La razón instrumental de la sociedad de consumo –de acuerdo con Horkheimer (en cierta medida)– impide que el hombre acceda de manera completa a la obra de arte en cuanto lo bello, por ejemplo, se masifica para el consumo de las masas. Cuando se le impone al sujeto social consumir en masa –en millares– algo que ha sido hecho para los millares, ese sujeto se pierde en la fiebre del consumo y de su conciencia desaparecen la identidad y la verdad que revela en la obra de arte.

Sobre esto último –y en ello me encuentro plenamente de acuerdo–, Horkheimer (1973) plantea que la obra de arte antes del imperio de la ideología del consumismo, aspiraba a decir cómo es el mundo, a elaborar un juicio definitivo. Hoy, en cambio, está neutralizada dado que quien entra en contacto con ella –al menos de manera generalizada– no puede experimentar su significado y por tanto la composición artística se ve cosificada,

[...] convertida en una obra de museo, y su representación se ha vuelto una ocupación de recreo, un acontecimiento, una oportunidad favorable para la presentación de estrellas, o para una reunión social a la que debe acudir cuando se forma parte de determinado grupo. Pero ya no queda ninguna relación viviente con la obra, ninguna comprensión directa, espontánea, de función en cuanto expresión, ninguna vivencia de su totalidad en cuanto imagen de lo que alguna vez se llamaba verdad (pp. 50-51) (el subrayado es mío).

De esa manera, la obra de arte se convierte en una mercancía cultural y se disocia de su verdad consistente en ser emancipadora y expresión de la inmanencia del artista. El arte de la palabra, por ejemplo en la literatura o en las artes escénicas al igual que la música, reposa en el principio de la percepción de la interioridad, en hacer resonar la intimidad del sujeto. Esa inmanencia se pierde al ser concebido el arte como mercancía, porque el percepto y el afecto, propios de lo simbólico de la obra de arte, no crece en la conciencia del sujeto que la ve como mero centro de valor monetario.

Téngase en cuenta lo siguiente para el resto de lo que se expone: el riesgo del precio monetario sobre los bienes espirituales de la humanidad es la eliminación de la dimensión del valor cultural. Los productos del espíritu, como la obra de arte, el escrito literario –que forma parte de la primera– y el pensamiento científico, se contraponen en su esencia a los objetos industriales y son resultado de la producción mecánica. Los primeros son eternos y emergen de la subjetividad; para ellos no hay tiempo, regulación o medida de eficiencia. No dependen sino del capricho de la razón humana; mejor decir, de la voluntad de la conciencia.

Un caso particular de estudio bastante mencionado y que ejemplifica el fenómeno de los objetos espirituales inmersos en la lógica del sistema de producción, es el referido a Marcel Duchamp cuando llega a Nueva York el 21 de octubre de 1926, con veinte esculturas de Constantin Brancusi para exponerlas en la galería Blummer. Eduard Steichen compró una de ellas y el resto es regresado a Europa. La obra comprada fue estimada por el arbitrio aduanero como mercancía no artística, por lo que no se le podía aplicar el *Tariff Act* de 1913, gracias al cual las obras de arte entraban a Estados Unidos en total

franquicia. La norma establecía que un producto era obra de arte si era original y no una reproducción, si era hecha a mano y no estaba constituida como objeto útil. La escultura correspondía a *Pájaro en el espacio*, hecha en bronce pulido por procedimientos mecánicos y no representaba en sentido estricto un pájaro convencional. El hecho llegó a los tribunales y se le asignaron algunos atributos de tipo estético, por los que se la consideró como obra de arte y se le permitió el ingreso a Estados Unidos sin pago de impuestos.

Intencional o inconscientemente con el hecho –creo que es más lo segundo– Duchamp puso en la mesa la cuestión de la desmaterialización del arte, con miras a una renovación de las tipificaciones que la concepción puramente objetual del arte necesitaba. Lo que debe reclamar el verdadero artista es la conciencia de la obra; esto es, que a diferencia de bienes de consumo como los alimentos, el vestuario y los servicios, que son reemplazados y sustituibles siempre, los bienes de la razón estimativa o estético-poética, al contrario, nunca lo son porque su utilidad práctica es nula, mientras que su provecho humano es infinito. No quiero indicar con lo anterior que la obra no pueda ser reproducida, pero de acuerdo con el principio de participar al hombre la experiencia no puede primar la utilidad monetaria sobre la búsqueda de sentido. No puede ser que la tasación por precio sea más importante que la valoración estética. Las ideas no tienen precio y las obras de arte son fenómenos de ideas. Lo anterior no tiene nada que ver con el hecho de que los libros de Pablo Neruda o de Gabriel García Márquez o las entradas a las temporadas de ópera o de teatro no sean pagados, sino con que el *telos* –la finalidad– no puede ser ese. Un deber del Estado mayoritariamente olvidado es el de ampliar la esfera de las posibilidades de participación del

arte. Es decir, los bienes del espíritu en sus dimensiones científica, estimativa y práctica, por ser ellos mismos bienes del hombre deben constituirse desde el marco político y legal, *en ciencia y arte para todos*. Ambas deben ser liberadas del oportunismo.

Si la obra de arte se concibe solo como artículo de consumo, se banaliza. Lo anterior se evidencia en que, incluso, se convierte en objeto de ataques de mentes exaltadas, en objeto de compra por parte de narcotraficantes o de ricos cuya acumulación es ilegal; en cosa coleccionable, en mercado para inversiones, en materia de robo o en elemento de esnobismo, y peor aún, en finalidad destructiva por un exacerbado y siempre enfermo fanatismo religioso, como pasó en el 2001 en Bamiyán, Afganistán, cuando la milicia ultraortodoxa talibán destruyó dos estatuas gigantes de Buda de poco más de 1500 años. O la reconocida "quema de libros" llevada a cabo en 1933 por el nacionalsocialismo de Hitler durante su totalitarismo. Estas últimas son prácticas características de la imposición de ideas que buscan eliminar la memoria en un pueblo dominado. La superposición de la dimensión de los precios destruye en buena medida –el resto corresponde a la pérdida del sentido de las realidades superiores–, la dimensión de los valores. En el caso de las obras de arte, elimina su sacralidad fundada en la esfera fenomenológica; esto es, cada una es la revelación plástica, escrita, sonora y material en sentido amplio, del milagro más grande de la vida: la experiencia humana.

En este punto es importante recordar, como resalta Benjamin (1989), la cuestión de que la obra de arte posee un aura que la distingue de su reproducción. Esta es positiva en un sentido pedagógico, pero negativa porque atrofia su vinculación con la tradición y su significado único e irrepetible. Y ello sin tener en cuenta que en el tiempo en el que

Benjamin escribe su ensayo, los medios de comunicación de masas no habían alcanzado el nivel que ahora atestiguamos. En otras palabras, por su reproducción nos encontramos a un paso del abismo de considerar la utopía y el milagro como cosa a la mano.

Repito: no considero negativa la apreciación económica, pero esta –en el orden de los valores estéticos– debe ser la última de las estimaciones. Luego, tampoco estoy argumentando la cesación de la paga al genio; sin embargo ¿se le paga con justicia? Lo que afirmo no es otra cosa que el replanteo de la esfera de los medios y la de los fines, y la obra de arte al poseer dignidad, no pertenece a la de los medios económicos. Ella es resultado de un trabajo de dimensiones místicas, ciertamente, pero trabajo al fin y al cabo y como tal el artista –el genio– merece su paga. Aquel que busca en el arte un medio para la riqueza monetaria traiciona su *telos* y que rechaza por un revolucionarismo pusilánime la retribución ha perdido de vista su realidad humana contingente. Además, no imagino a Picasso, a Modigliani –genios en verdad– rechazando la paga por sus trabajos; pero tampoco es imaginable que hubiesen dejado su labor por no recibirla. Frente a esto, cabe recordar que incluso antes de Miguel Ángel en las narraciones de Plinio se encuentran referencias a la estimación económica de las obras de Apeles y Lisipo, cuyas orientaciones no estuvieron determinadas solamente por el nivel de elaboración o la calidad, sino por haber sido productos de artistas de Alejandro Magno. En los últimos veinte años del siglo pasado, este fenómeno tuvo una explosión apenas comparable. Convertida en producto financiero, su venta y subasta han llevado a cotos de plusvalía hasta del 490 % en cinco años, como sucedió en New York con ciertas obras impresionistas. Dentro del marco de observación temporal, en las subastas el arte

contemporáneo ha primado sobre el clásico hasta la segunda mitad de la última década del siglo pasado. Así lo explica Ruiz (2006):

En 1988 se estableció una nueva constante en el funcionamiento del sistema del arte internacional: el arte contemporáneo sobre el clásico en las subastas. El dato de referencia inevitable es la venta en 1988 de obras de Jasper Johns por encima de los 17 millones de dólares.

Las subastas acapararon el flujo de obras maestras. A la galería le quedaba la opción de presentar la obra nueva de grandes maestros, o piezas que ocasionalmente ponían en el circuito sus clientes, por lo que la opción de mercado secundario perdía peso, a diferencia de la década anterior, en que estas piezas importantes solían pasar (por segunda vez en muchos casos) por manos de Leo Castelli, Betty Parsons o Sidney Janis.

En este nuevo panorama de subastas, en que lideran todavía hoy el sector Sotheby's y Christie's, el mercado japonés se convirtió en el destino de una parte importante del arte del siglo XX, y así en 1989, por ejemplo, Japón importó arte por valor de 225.000 millones. En medio de esta nueva situación, Sotheby's compró en 1990 por 142'8 millones de dólares los fondos de la galería Pierre Matisse.

En 1990 comenzó la debacle que duró hasta 1997, aunque desde 1995 se notaron claros síntomas de recuperación. En esta crisis existen unos factores determinantes: subida de tipos de interés, reducción de créditos, liberación masiva de obra y retirada (en el mercado de subastas internacional) de los japoneses, que representaban el 40 % de las ventas. Este nuevo mercado, necesariamente más conservador, volvió a la pintura antigua (p. 111).

Es evidente –sin en ello se sigue a Benjamin– que la masificación de obra, no solo en términos de su reproducción, sino hasta de su falsificación, es un proceso que tuvo su culmen con la imprenta, el grabado y el desarrollo de técnicas y tecnologías litográficas,

hasta llegar a la fotografía (Ruiz, 2006). En este orden de ideas, un problema de compleja interpretación es el de los procedimientos de venta de las obras, en cuanto el artista se ve enfrentado a la posibilidad por una parte, de vender la obra y su derecho de reproducción, y por la otra, la venta efectiva de ella, separando así de este acto el de los derechos de multiplicarla: "La situación más común es la venta de todo como unidad" (Ruiz, 2006, p 112). Otras opciones actuales son:

[...] la venta de los derechos sobre la obra y la venta de los derechos sobre la obra, pero conservando los derechos de reproducción de esta. Hasta hace poco, la primera opción ha sido casi única, pero en la actualidad el artista mantiene una lucha abierta por el reconocimiento de los derechos de reproducción de sus obras (p. 112).

Otro asunto señalado por el mismo Ruiz, es el de la disputa por porcentajes de la plusvalía en ventas futuras

En Francia este hecho se encuentra legislado, teniendo participación en posteriores ventas el artista, si bien la dificultad del mercado privado por su sentido particular de la discreción, lo deja casi al margen. Donde sí se aplica esta tasa (3%) es en las subastas, pudiendo ostentar este derecho tanto el artista como sus herederos. Este es un ejemplo de interés por los derechos de venta de la obra, estipulado desde tiempos de Luis XVI.

Este derecho de seguimiento se aplica de forma diferente en Italia, Francia, Alemania, Bélgica, Luxemburgo, España, Portugal y Dinamarca. No existe en Gran Bretaña, Suiza, Japón y Canadá. En Estados Unidos se aplica en el estado de California. Esta cuestión se debatió en el Consejo de Comisarios de la Unión Europea el 13 de marzo de 1996, decidiéndose por dieciocho votos contra uno una propuesta de directiva del Parlamento Europeo y del Consejo de Ministros relativa al Droit de suite, a favor del autor, sobre obra original. En ese momento se establecía el 4 % para obras de

un valor entre 1.000 euros y 50.000, el 3 % entre 50.000 y 250.000 euros y el 2 % para obras que excedan los 250.000 euros. Estas cantidades deben ser abonadas por el vendedor, lo que representa un problema para marchantes y galeristas, poco favorables a esta opción. En la votación, el laborista Neil Kinnock votó a favor, lo que hacía pensar en un cambio de orientación de las tesis británicas.

En España se ha planteado en repetidas ocasiones la necesidad de un derecho de exposición. En 1994, un grupo de artistas españoles, entre ellos Tápies, firmaba un manifiesto en Zaragoza reclamando este derecho. En Inglaterra se encuentra regulado: el Exhibition Payment Right, acuerdo voluntario entre el Art Council, Regional art Boards y galerías subvencionadas con fondos públicos. La claridad de estas operaciones se ve dificultada por el carácter oral de la mayoría de acuerdos de venta de obras (pp. 112-113).

Lo que está en juego con lo descrito es la concepción burguesa de las efectuaciones del espíritu del hombre. Una lectura atenta de Benjamin (1989) nos advierte que al proceso de multiplicación técnica de mercancías se le encuentra como vertiente, la reproducción técnica del arte. Es decir, las condiciones de producción propias de la economía de mercado han atrapado en su dinámica incluso a los objetos ideales como el arte. En cierta medida y en contraposición con el autor, creo que las categorías de análisis para ella propias del Romanticismo, a saber, creatividad, misterio, genialidad y perennidad, no tendrían por qué ser abandonadas y no necesariamente conducen al fascismo o a totalitarismos. Una cosa es excusar en el genio del artista nacional la barbarie y otra muy distinta es que su producto haya sido una creación partidista o totalitaria.

Regresando al aura, Benjamin la entiende como el fenómeno irreplicable de una lejanía, por más que estemos a pocos metros de

ella mientras la vemos. "Aura es, de alguna manera, la "aureola" casi religiosa que rodea las obras de arte. "Postaurático" es todo arte que, como el *ready-made*, carece de ese halo sacralizante." (Oliveras, 2004, p. 287). Luego, para el autor la fotografía y el cine tienen un elemento característico común: su reproducción técnica, su existencia en muchas repeticiones. De la anterior realidad se desprende que la obra de arte también es objeto, no solo porque hoy en día en láminas, libros y carteles se la remede, sino porque, como ejercicio de aprendizaje, los alumnos hacen copias de sus maestros y porque hay falsificadores que se dedican a engañar y vender. Es obvio que la fotografía y la filmación no han sido pensadas para un solo ejemplar, sino para su multiplicación legitimada. Empero, debe tenerse claro que las artes plásticas, la música, la escritura y las artes escénicas, aun cuando son repetidas ello no legitima su momento de creación y en cuanto a las primeras, mucho menos aún es repetido su misterio. A este respecto, Benjamin (1989) expresa que "del aura no hay copia" (p. 36). Sobre esto, Oliveras (2004) precisa:

Por más perfecta que una reproducción pueda resultar, siempre le faltará algo: ese "admirable temblor del tiempo", del que hablaba Gaëtan Picon. "Temblor" que ha dejado su huella en el craquelado de la superficie pintada, en los más leves resquicios que han ido modificando el soporte. El aura se "atrofia" en la reproducción. Y esta atrofia del aura será decisiva en la definición de formas de arte como el dadaísmo, manifestación que quiebra las categorías del paradigma tradicional -singularidad, autenticidad, perdurabilidad- en favor de la multiplicidad, de lo efímero y fugaz (p. 290).

A lo que me he referido cuando acredito la obra misteriosa o mística, es a que ella invita al rito, al culto de su unicidad y a lo que de sagrado tiene, en cuanto ella, junto a la ciencia, es el máximo grito de negación a la

muerte. El llevarla al nivel exhibitivo no hace que pierda su valor estético. El problema radica en el sujeto que la observa, en su incapacidad de contemplación; esto es, de teorizarla en la diezmada conciencia estimativa, en la poca educación del ojo, en la falta de luz durante la percepción, en la carencia de piel para ver o escuchar con carne el color, la forma, la composición, la metáfora. Acerca de ese nivel de exhibición, Oliveras, citando a Benjamin, expresa:

La pérdida progresiva del aura que acompaña a la des-ritualización de la obra de arte tiene un aspecto positivo y otro negativo. Permite al arte mostrarse más, exhibirse y así convertirse en medio para la emancipación de las masas; pero también podría sufrir el control de los políticos (p. 291).

Adorno (1995) debate a Benjamin en lo que tiene que ver con la defensa del cine y la fotografía y en no pocos de los puntos expuestos en la obra que hemos comentado del segundo. Esto se puede ver en la carta que Adorno le escribe en 1936, en la que le expresa que "[...] no hay una sola frase que no deseara comentar a fondo con usted" (Oliveras, 2004, p. 303), mientras se encontraba desarrollando la idea de la "liquidación del arte" por la tecnología masificada. Adorno no comparte la afirmación de que el aura de la obra solo pertenece a la obra autónoma; es decir, liberada de poderes teológicos o culturales. También afirma no compartir aquello de que la relación obra de arte pura o aurática y obra tecnológica o multiplicada sea dicotómica, comoquiera que en esta última también es posible una praxis completa de libertad. Su principal objeción –y aquí se deja ver muy claro el postulado de uno y otro autor– es haber subestimado el arte autónomo y hacer lo contrario con el dependiente de nuevas tecnologías.

Aún cuestionando algunos de sus aspectos, Benjamin valoraba los nuevos medios masivos, como el cine, considerándolos desde la óptica de una nueva experiencia del mundo. En cambio, Adorno incluye el cine en la "industria cultural", términos que encierran de por sí una contradicción, en cuanto la "cultura" es pensada como lo contrario de la industria [...] (Oliveras, 2004, p. 303).

En el concepto de industria cultural, no solamente Adorno sino también Horkheimer dudaban de que en el cine fuese posible encontrar algo estéticamente valorado. Habrá que esperar a próximos desarrollos (como los de Morin) para superar esa visión peyorativa del cine. Ello no quiere decir, sin embargo, que efectivamente el cine es objeto del juego de la alienación y de un entusiasmo vacío. Por otro lado, no comparto con Adorno el concepto de que "aura" corresponde a una visión nostálgica de la obra de arte. Me parece que ayuda en la acentuación pedagógica de su valor místico-fenomenológico.

Termino este breve análisis con lo expuesto en otro escrito. La obra de arte consiste en expresar y revelar la forma como se ha subjetivado o vivido el universo en la forma artística: es interpretación ficcional de la vida. Es el dato de que la razón o la experiencia humana, además de su dimensión cognitiva y práctica, posee otra de carácter axiológico por la que subjetiva el mundo a través de nuevos mundos. La obra de arte dice lo que una cosa es, por lo que esa cosa nunca será. La obra plástica, pictórica, musical, verbalizada, escénica, escrita, ya sea original o una repetición, es la traslación de la interioridad de un autor a un presente de imaginación. En estas realidades se fundamentan su misterio y su dignidad. En otras palabras, en ser otro mundo. Banalización, pérdida de valor estético, estimación estrictamente monetaria, son hechos producto de una toma de postura

malamente elaborada, de un sentido equivocado dado a la obra de arte.

Referencias

- ADORNO, T. (1983a). *Teoría estética*. Madrid: Taurus.
- ADORNO, T. (1983b). *Teoría estética*. Barcelona: Orbis.
- ADORNO, T. (1995). *Sobre Walter Benjamin*. Madrid: Cátedra.
- BENJAMIN, W. (1989). *Discursos interrumpidos I*. Buenos Aires: Taurus.
- HORKHEIMER, M. y ADORNO, T. (1971). *Dialéctica del iluminismo*. Buenos Aires: Sur.
- HORKHERIMER, M. (1973). *Crítica a la razón instrumental*. Buenos Aires: Sur.
- HOYOS, G. (2012). *Investigaciones fenomenológicas*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.
- OLIVERAS, E. (2004). *Estética, la cuestión del arte*. Buenos Aires: Planeta.
- RUIZ, J. (2006). "La obra de arte: objeto simbólico y mercancía" En: *Revista Imafronte* (18), pp. 105-113.