

# EL GUSTO ESTÉTICO EN LA GLOBALIZACIÓN

Artículo de reflexión

SECCIÓN CENTRAL



## Carlos Fajardo Fajardo

Universidad Distrital Francisco José de Caldas / [carfajardo@hotmail.com](mailto:carfajardo@hotmail.com)

Doctor en Literatura. Filósofo, poeta, investigador y ensayista. Docente de la Maestría en Comunicación-Educación de la Facultad de Ciencias y Educación de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá,

Fajardo, C. (2014). El gusto estético en la globalización. *CALLE14*, 9(13), 52-69

### RESUMEN

¿Cómo opera el proceso del gusto y de la emoción estética en la disgregación entre el sujeto y el objeto posmodernos? La pluralidad, la heterogeneidad y lo multi-procesal conforman el corpus del juicio de gusto actual. Su resultado es la construcción de otros tipos de figuras del mundo, nuevas imágenes de lo real, diversas y distintas, creadas a partir no de la unidad y universalidad del placer estético clásico y dieciochesco, sino por medio de una emoción intersubjetiva y multiforme. El gusto es víctima del tiempo. De lo interesante estético burgués se ha pasado a lo impactante y espectacularizado posindustrial. Entonces, lo *light*, la alta costura, el turismo, el "mundo del arte", la *word music*, la publicidad, los diseños del hogar, la farándula, los artistas *jet*, la literatura de autoayuda y de intimidades de famosos son las nuevas esferas de un gusto que ha puesto contra la pared todas las antiguas competencias de críticos de arte modernos y del público lector ilustrado en general. ¿Qué tipo de gusto actualmente ejercitamos?, o bien, ¿de qué manera hemos mutado el juicio de gusto en disgusto fragmentado, indescribible, descentrado? Este ensayo contribuye a dar algunas respuestas a estos interrogantes.

### PALABRAS CLAVES

Gusto estético, emoción estética, placer estético, juicio de gusto, gusto por lo pintoresco, industrias culturales, el *kitsch*, *reality show*, globalización.

## ESTHETIC TASTE IN GLOBALIZATION

### SUMMARY

How does the process of taste and esthetic emotion operate in the context of the disintegration of the postmodern subject and object? Plurality, heterogeneity and multiple processes form the corpus on the current judgment of taste. The result has been the construction of new types of world figures and new images of reality which are both diverse and distinct, created not from the unity or universality of classic, 18th-century esthetic pleasure, but through inter-subjective and multiform emotion. Taste is the victim of time; from the interesting, bourgeois esthetic of the past to the striking and sensationalized post-industrial style. Thus, "lite" culture, *haute couture*, the 'art world', 'world music', advertising, interior design, showbiz, 'hip' artists, self-help literature and 'tell-all' celebrity (auto)biographies are the new spheres of a taste which has pushed aside the old competition of modern art critics and the general reading public. What type of taste are we currently exercising? Or rather, in what way has our judgment mutated to such an extent that 'taste' has become a fragmented, unutterable and decentered 'dis-taste'? This essay will attempt to provide some answers to these questions.

### KEY WORDS

Esthetic taste, esthetic emotion, esthetic pleasure, judgment of taste, picturesque taste, cultural industries, kitsch, reality show, globalization.

## LE GOÛT ESTHÉTIQUE DANS LA MONDIALISATION

### RÉSUMÉ

Comment fonctionne le processus du goût et de l'émotion esthétique dans la rupture entre le sujet et l'objet postmoderne ? La pluralité, l'hétérogénéité et la multi-procédural forment le corpus du procès du goût actuel. Son résultat est la construction d'autres personnalités du monde, de nouvelles images du réel, diversifiées et distinctes, créés non pas à partir de l'unité et de l'universalité du plaisir esthétique classique du XVIIIe siècle, mais à travers d'une émotion intersubjective et multiforme. Le goût est une victime du temps. De l'intéressante esthétique bourgeoise on est passé au post-industriel choquant et spectaculaire. Ainsi, le *light*, la haute couture, le tourisme, le « monde de l'art », la *word music*, la publicité, les concepts de maison, les célébrités, les artistes *jet*, la littérature d'auto-assistance et d'intimité de célébrités sont les nouvelles sphères d'un goût qui a mis au pied du mur tous les anciennes compétences des critiques d'art moderne et du public lecteur illustré en général. Quel genre de goût exerçons-nous aujourd'hui? Ou plutôt, comment avons-nous muté le jugement de goût en dé-goût fragmenté, indicible, décentré? Cet essai permet d'apporter quelques réponses à ces questions.

### MOTS CLÉS

Goût esthétique, émotion esthétique, plaisir esthétique, jugement de goût, goût pour le pittoresque, industries culturelles, le *kitsch*, *reality show*, globalisation.

## O GOSTO ESTÉTICO NA GLOBALIZAÇÃO

### RESUMO

Como opera o processo do gosto e da emoção estética na desagregação entre o sujeito e o objeto pós-moderno? A pluralidade, a heterogeneidade e o multiprocesso conformam o corpus de juízo de gosto atual. Seu resultado é a construção de outros tipos de figuras do mundo, novas imagens do real, diversas e distintas, criadas a partir não da unidade e universalidade do prazer estético clássico e do século XVIII, senão por meio de uma emoção intersubjetiva e multiforme. O gosto é vítima do tempo. Do interessante estético burguês se tem passado ao impactante e espetacular pós-industrial. Assim, o *light*, a alta costura, o turismo, o "mundo da arte", a *word music*, a publicidade, os desenhos do lar, famosos, os artistas *jet*, a literatura de autoajuda e de intimidades de famosos são as novas esferas de um gosto que tem posto contra a parede todas as antigas competências de críticos de arte modernos e do público leitor ilustrado em geral. Que tipo de gosto atualmente nós exercemos? Ou bem, De que maneira há mutação do juízo de gosto em desgosto fragmentado, indizível, descentrado? Este ensaio contribui a dar algumas respostas a estes interrogantes.

### PALAVRAS-CHAVE

Gosto estético, emoção estética, prazer estético, juízo de gosto, gosto pelo pitoresco, industrias culturais, o *kitsch*, *reality show*, globalização.

## TUKUIPIMI ALLILLA SUMAKA

### SUGLLAPI

¿Imasata kallariri sumangapa tiaskakuna musuglla tiangapawanta?

Achka sugrig chakunamanta tukuimi apachispa kai tukuiwam karf. Iapa sumagta Kunaurakuna munarikumi kaiwa sugkunapas iachaskakuna tiachukuna atun llagtapi musuglla sumaiachiikuna kawarichu tukuima. Sugrigcha sugrigcha sumakuna kangamanda paikikin allilla iuiaita kawachigmanda kaugsaipi imakunapas suma takiikunapi tukuima iuiaikunapi wasikunapi, iacha runakunapas

Kilkai kunapi aidaririspá.

¿Kunaurakuna imata mas sumankunata?

¿mana sumangapa imata rurai llakirispá mana kaskapi?

Kai kilkaiwa aidarikumi ima tapuikunata ainingapa.

### IMA SUTI RIMAI SIMI

imasa sumagta, imasa Alliachigta iapa sumagta imawa sumagta, Tiniska sumagta

Achkapi suma iachigta Kitsch reality show Tukui.

Recibido 10/02/2014

Aceptado 27/02/2014

## El gusto estético como estatuto teórico ilustrado

Se sabe que el gusto estético como “facultad del alma que discierne las bellezas de un autor con placer y las impresiones con desagrado”,<sup>1</sup> según definición de Joseph Addison (1672-1719), se ha constituido en uno de los conceptos estéticos más problemáticos desde la Ilustración hasta nuestros días. Su íntima relación con las estructuras de la subjetividad, en tanto proceso que gesta la posibilidad de un juicio reflexionante sobre la obra de arte, lo sitúa en una de las más grandes conquistas de la modernidad por su noción de autonomía y autoconciencia ante la complejidad de lo real. Al liberarse la sensibilidad de las determinaciones inquisitivas que otros saberes extraños a lo estético le imponían, el sujeto procede a particularizar sus opiniones sobre aquello que posee organicidad autónoma y autosuficiencia simbólica, es decir, universos limitados por todas partes pero infinitos en su interior, como lo es la obra de arte. De esta forma, la reflexión sobre la facultad del gusto, emprendida con esmero desde el siglo XVIII, es sucedánea a las reflexiones sobre la gnoseología y los procesos de conocimiento que tanto desvelaron a empiristas y racionalistas. El concepto de gusto estético se constituyó en objeto de estudio de la fisiología y en categoría de la primigenia psicología del arte, paralelo a los conceptos de sensibilidad, percepción, imaginación, contemplación y emoción estéticos<sup>2</sup>.

Cuando Joseph Addison publica en Inglaterra, entre junio y julio de 1712, una serie de ensayos sobre la imaginación y el gusto en *The Spectator*, le da a la experiencia estética un puesto de discusión entre las filosofías ilustradas. El concepto del placer que genera la imaginación fue para este ilustrado una de sus

1 “Nada hay que más directamente camine al alma que la belleza, asegura Addison, la cual difunde luego una satisfacción y complacencia secreta por la imaginación, y da la última perfección a todo lo que es grande o singular. Basta descubrirla, para que el ánimo se llene de una alegría interior, y para que se esparza un agrado y deleite por todas sus facultades” (Addison, 1991, pp. 141,142).

2 La reflexión sobre el gusto estético y el juicio de reflexión o (juicio de gusto), también se encuentra en las observaciones que realiza el Tercer Conde de Shaftesbury en 1739 sobre aquella facultad especial destinada a la aprehensión estética. Shaftesbury, basado en el neoplatonismo, se constituyó en una influencia para la apreciación de la armonía y lo bello como virtud, por medio del, por él denominado, “ojo interior”, a la vez que profundizó sobre el concepto de “desinterés estético” –proveniente de la Edad Media– y se aproximó a las formas irregulares de la naturaleza, origen de las diferencias entre lo bello y lo sublime desarrolladas por Burke y Kant.

mayores preocupaciones. El sábado 21 de junio de 1712, escribía en *The Spectator*:

El que posee una imaginación delicada, participa de muchos y grandes placeres, de que no puede disfrutar un hombre vulgar. Puede conversar con una pintura, y hallar en una estatua una compañera agradable, encuentra un deleite secreto en una descripción, y a veces siente mayor satisfacción en la perspectiva de los campos y de los prados, que la que tiene otro en poseerlos. La viveza de su imaginación le da una especie de propiedad sobre cuanto mira; y hace que sirvan a sus placeres las partes más eriales de la naturaleza: en verdad pone tal viveza en todas las cosas que mira que incluso disfruta de los páramos más baldíos; así contempla el mundo bajo una luz especial descubriendo muchos encantos que, para la mayor parte de la humanidad permanecen ocultos (Addison, 1991, p. 134).

De allí que Addison reivindique el sentido de la vista como “el más perfecto y delicioso de todos nuestros sentidos”, pues “presenta al ánimo ideas más variadas, conversa con los objetos a mayor distancia y continúa más tiempo en acción sin cansarse ni saciarse tan pronto de lo que goza (...) Este sentido provee de ideas a la imaginación. Así, por placeres de la imaginación o de fantasía... solo entiendo los placeres que nos dan los objetos visibles, sea que los tengamos actualmente a la vista, sea que se exciten sus ideas por medio de las pinturas, de las estatuas, de las descripciones u otros semejantes” (Addison, p. 129).

Al descentrar el gusto de las fuerzas centrípetas que lo ataban, Addison pudo provocar una aproximación más libre a las condiciones extremas e intensas que producen el placer estético y la facultad que lo permite. De esta forma, el gusto se situaba en la esfera del placer. “Los artículos de Addison, escribe Valeriano Bozal, de redacción eminentemente moderna –tal como pone de manifiesto su lectura actual– suponían un cambio fundamental en la reflexión sobre este tipo de problemas. Por primera vez se planteaba la cuestión en torno al placer que la naturaleza o las obras de arte podían producir, y se buscaba para ese placer un fundamento que no remitiera a ámbitos morales, políticos, históricos, sociales, etc., se buscaba un ámbito propio ‘interno’ al placer mismo” (Bozal, 1999<sup>a</sup>, p. 31). Addison fue un pionero –junto a Hume, Burke, Blair– de las consideraciones teóricas dieciochescas que unieron el gusto con

el placer que produce lo interesante, lo pintoresco, lo sublime y la sensualidad<sup>3</sup>.

Desde el siglo XVIII, el gusto, como estatuto teórico estético, se convierte en un proyecto moderno que logra su autonomía en relación con otros saberes (morales, religiosos, filosóficos, políticos). Su fundamento está en el sujeto autónomo, dándole a este capacidad de interrogación, interpretación y de juicio reflexionante.

De allí que el gusto sea el centro principal de dicha autonomía. En palabras de Gerard Vilar esta concepción es:

Una teoría del gusto y del arte integrada en el proyecto de la Ilustración (o de la modernidad) que gravita en torno al concepto de autonomía del sujeto. En el centro del pensamiento kantiano, y eso es quizás lo que lo hace más vigente en la actualidad, se haya la idea de libertad y la pretensión de conocer sus límites. La libertad del individuo que piensa con su propia cabeza y que solo atiende a la razón y la experiencia para distinguir el conocimiento de la opinión o el prejuicio. La libertad del individuo que se autodetermina en su foro interno y que es capaz de determinar libremente cuál es su deber y qué es lo justo. Pero también la libertad del individuo que crea, goza y juzga las apariencias estéticas y el arte" (Vilar, 2005, p. 178).

La autonomía del arte y del gusto no se explica solo desde sus condiciones internas, sino por sus situaciones externas que hacen cambiar el concepto de recepción del arte. Así, a partir del siglo XVIII se formalizan las instituciones desde las cuales se van a reivindicar la autonomía de la actividad artística y de la teoría estética. Así, por ejemplo, *el crítico de arte*, institución dieciochesca que propone la formación de "expertos" en el ejercicio de juzgar las obras; individuo competente para despejar dudas, aclarar sospechas, se posesiona como entidad subjetiva con autoridad analítica en medio de las discrepancias por la multiplicidad de los gustos. El crítico de arte es contemporáneo al nacimiento de

3 Tonia Raquejo, en su estudio introductorio a los ensayos de Addison, afirma que: "Addison se propone explorar las fuentes de las que emanan los placeres de la imaginación o, lo que es lo mismo, indagar sobre las tres causas por las que ciertos objetos mueven fuertemente nuestras pasiones": lo bello, lo grande y lo singular, asentando así las bases de las tres poéticas que el Romanticismo desarrollará con posterioridad a saber: lo bello, lo sublime y lo pintoresco, respectivamente" (Addison, 1991, pp. 32, 33).

la prensa moderna. Sus centros de discusión serán el café, las conferencias, el club, ambientes propicios por su atmósfera bohemia burguesa.

Con el crítico de arte se da la posibilidad de institucionalizar *el mundo del arte*, pues, con el veloz desarrollo del capitalismo mercantil se abren galerías y se realizan salones y subastas, consolidándose el consumo del arte entre una burguesía en avanzada y, por supuesto, el museo, y el salón como posibilidades de promover, exponer, gestionar obras y colecciones, conservar la memoria de la historia del arte<sup>4</sup>. A la vez, el museo educa –como las escuelas de bellas artes– el fino gusto burgués, fortaleciendo a esa otra institución del XVIII, *la opinión pública*. Ayuda a fijar paradigmas, sensibilidades, a construir valores y didácticas sobre el "buen gusto" entre los ciudadanos. Al decir de Bozal, "los salones permiten hablar por primera vez de 'público', un término que carece de sentido pleno a propósito de los fieles que veían arte en las iglesias o de aquellos nobles y cortesanos que disponían de él en los palacios. Influyeron en los coleccionistas, fomentaron el desarrollo de gabinetes y galerías particulares e incluso propiciaron la realización de salones paralelos, no ligados a la academia, que en ocasiones suscitaban abundantes recelos" (Bozal, 1999<sup>a</sup>, p. 42).

A su vez, la creación de las escuelas de bellas artes tuvo como objetivo educar al ciudadano en un "fino gusto", en un "buen gusto". Desde el XVIII las academias se empeñaron en alcanzar dicho propósito, y es en ese momento cuando cierta ambigüedad artística se hizo manifiesta. Al abrir escuelas de bellas artes y permitir el acceso a la contemplación de las obras en los museos, el juicio de gusto del público y de los artistas se fue ampliando hasta lograr una libertad de crítica en contraposición al gusto oficial académico. Alrededor del juicio crítico libre y el juicio oficial, se desarrollaron

4 A propósito del llamado "mundo del arte", escribe Gerard Vilar "El mundo del arte es un fenómeno de base urbana. Hay un mundo del arte parisino, uno barcelonés, otro berlinés, otro bonaerense otro tokyota. En cada uno de ellos se funden tradiciones, influencias e idiosincrasias que tienen que ver con la cultura propia de la ciudad, con su historia y con sus formas de vida de las que, al fin y al cabo, el arte no deja de ser un elemento más (...) La definición intuitiva de mundo del arte es bastante simple: el mundo del arte es el complejo formado por los artistas, los galeristas, los museos, los coleccionistas, las fundaciones, los críticos de arte, algunas revistas y otros medios de comunicación, algunas instituciones docentes, algunas instituciones políticas y algunos mecenas que tienen prácticas sociales como producir obras de arte, venderlas, comprarlas, tasarlas, coleccionarlas, exhibirlas, escribir sobre ellas, defenderlas, atacarlas, gozar de ellas, fascinarse y obsesionarse con ellas, etc." (Vilar, 2005, p. 80).

en gran parte los enfrentamientos entre la libertad de creación y la academia esclavizante en los siglos XIX y XX.

De modo que, al indagar sobre las teorías de las facultades (imaginación, gusto, fantasía...), el siglo XVIII conectó la experiencia subjetiva con la experiencia de la realidad, edificando el sentido de la representación como imagen del mundo y su figura. Aquí el gusto y la imaginación se articulan, pues esta también es un rasgo distintivo de la autonomía del sujeto moderno y del arte<sup>5</sup>. Así, por ejemplo, en la *Crítica del juicio*, Kant da sustento teórico a la fusión entre ambas facultades.

Para decidir si algo es bello o no, referimos la representación, no mediante el entendimiento al objeto para el conocimiento, sino, mediante la imaginación (unida quizá con el entendimiento), al sujeto y al sentimiento de placer o de dolor del mismo. El juicio de gusto no es, pues, un juicio de conocimiento; por tanto, no es lógico, sino estético, entendiendo por esto aquel cuya base determinante no puede ser más que subjetiva (Kant, 1989, pp. 101,102)<sup>6</sup>.

Con la imaginación, el gusto se hace manifiesto como potencia que construye la representación simbólica del mundo, aquella imagen de lo real que el receptor se forma por medio de un proceso sensible imaginario. Todo lo nuevo, singular y extraño, fundado gracias a la facultad de la imaginación, es una sorpresa agradable para el juicio de gusto. Gusto e imaginación se unen imponiendo la idea de *expresión* individual, libre de la tiranía del objeto y del interés sobre este.

El problema del interés y del desinterés en la contemplación de la obra de arte será introducido en los estudios sobre el juicio del gusto estético en la

5 Para Addison, "los placeres de la imaginación son más conducentes a la salud, que los del entendimiento. Estos suelen ir acompañados de un trabajo demasiado violento del cerebro. Pero escenas deliciosas, sea de la naturaleza, de la poesía, o de las artes, tienen una influencia tan benigna sobre el cuerpo, como sobre el ánimo, y no solo sirven para depurar la imaginación, y hacerla brillante, sino también para despedir la melancolía y la aflicción, poniendo los espíritus animales en agradable movimiento" (Addison, 1991, p. 135).

6 Aclaremos que *La crítica del juicio* se divide en dos grandes corpus: estudia por una parte al juicio teleológico que juzga, a través del entendimiento y de la razón, a las leyes de la naturaleza y, por otra, el juicio estético que juzga por medio del sentimiento de placer con una finalidad sin fin o formal. Este tipo de juicio es sensorial y es reflexionante. Con este último, podemos distanciarnos de lo sensorial inmediato y reflexionar sobre las formas, uniendo imaginación y entendimiento, ejerciendo el *libre juego de las facultades*.

ilustración "gusto, afirma Kant, es la facultad de juzgar un objeto o una representación mediante una satisfacción o un descontento, *sin interés alguno*. El objeto de semejante satisfacción llámase bello" (Kant, 1989, p. 109). Los conceptos de interés, utilidad, posesión están unidos de por sí a la racionalidad del hombre de negocios del liberalismo burgués. Lo bello, según esta concepción, queda reducido a la utilidad que da placer (por ejemplo en Hume), al interés del propietario que se vuelve "patrón del gusto" (Marchán Fiz, 1996, pp. 33-35). La recepción de la obra de arte se determina por los conceptos de posesión. Sin embargo, la teoría sobre el desinterés estético (que Kant va a llevar a sus últimas consecuencias) es un reto a las ideologías burguesas de intereses comerciales. El desinterés estético desea solo sentir lo visto a través de una contemplación que supere la instrumentalización del objeto. Contemplación *versus* posesión utilitarista del objeto. Placer de la mirada puramente estética. Escuchemos a Kant:

Cuando digo que un objeto es *bello* y muestro tener gusto, me refiero a lo que de esa representación haga yo en mí mismo y no a aquello en que dependo de la existencia del objeto. Cada cual debe confesar que el juicio sobre belleza en el que se mezcla el menor interés es muy parcial y no es un juicio puro de gusto. No hay que estar preocupado en lo más mínimo de la existencia de la cosa, sino permanecer totalmente indiferente, tocante a ella, para hacer el papel de juez en cosas de gusto" (Kant, 1989, p. 103).

Por tanto, la contemplación sin interés de posesión, es un abandonarse a la percepción desinteresada, lo cual es su recompensa sensorial estética, origen de algunos esteticismos y del arte por el arte en el siglo XIX. De por sí, esto contribuyó a fortalecer el gusto por lo agradable y placentero, es decir, la *estética de lo pintoresco*, la que, hacia finales del siglo XVIII, se establece como estilo de vida: arquitectura de jardines paisajísticos, lo ornamental, castillos, edificios, torres, columnas, pirámides, obeliscos fingidos, ermitas, pagodas, ruinas artificiales. El deseo de posesión se cambia por el deseo de apreciación desinteresada para el gusto del burgués hedónico ilustrado.

Toda esta reflexión teórica en la Ilustración facilitó determinar las distancias entre el juicio lógico y el juicio estético. Entendimiento y sentimiento. Ello impulsó la autonomía de la estética con respecto a la concepción de verdad científica, pues, más que formular "verdades" –requisito de la racionalidad filosófica

ilustrada y de la ciencia del conocimiento lógico– el gusto y la emoción estéticos manifiestan sus experiencias, tanto individuales como colectivas e históricas, a través de una “ciencia del conocimiento sensitivo”, al decir de Baumgarten. Los juicios de gusto de esta forma se diferencian de los juicios lógicos y no predicen cualidades de los objetos a la manera de la razón del cálculo. Recordemos la afirmación de Kant “Para decidir si algo es bello o no, referimos la representación, no mediante el entendimiento al objeto para el conocimiento, sino, mediante la imaginación (unida quizá con el entendimiento), al sujeto y al sentimiento de placer o de dolor del mismo. El juicio de gusto no es, pues, un juicio de conocimiento; por lo tanto, no es lógico, sino estético, entendiéndose por esto aquel cuya base determinante no puede ser más que subjetiva” (Kant, 1989, p. 101).

En las apreciaciones de Kant sobre los juicios de reflexión estéticos, el *juicio lógico* sintoniza con el conocimiento, lo útil, lo verdadero y con la finalidad práctica que juzga mediante el entendimiento y la razón, mientras que el *juicio estético* nos invita a una complacencia desinteresada, oponiéndose a la utilidad del conocimiento.

Lo que diferencia al (re) conocimiento teórico del (re) conocimiento estético es la clave de la mirada en cada caso. En la mirada teórica, la forma en la que se encuentra encarnado un significado se entiende como descripción del mundo con pretensión de verdad. En la mirada estética, en cambio, estamos ante eso que Kant llamaba “Forma de una finalidad sin fin...” (Vilar, 2005, p. 189).

Este juicio estético juzga por el gusto o sentimiento de placer o efecto que producen los objetos sobre quien los contempla. Al no formular verdades elaboradas por medio de un sistema racional matematizado, sus apreciaciones están más unidas a la inmediatez de las emociones. Sin embargo, no se reducen a la simple apreciación instintiva. De alguna forma, los juicios de gusto *fundan* una imagen de mundo; son modos de construir una representación de la realidad a través de la sensibilidad y del lenguaje; y, aunque esta representación construida es inmediata, ello no significa que sea ingenua, pues gusto puro no existe, las sensibilidades están contextualizadas por diversos procesos socio-culturales. Es impensable un gusto limpio, una mirada pura. Es así que, el juicio de gusto, el cual no deja de ser personal, está relacionado con la educación, la cultura, los valores, la ideología, la moral. Ayuda a fundar una

imagen de lo real, pero está íntimamente contaminado por los hechos existentes en la sociedad y la historia. “El juicio reflexionante, nos sugiere Vilar, no es un juicio puro, es un juicio contextualmente relativo que aspira a trascender su horizonte contextual y convertirse en universal” (Vilar, 2005, p. 180)<sup>7</sup>. Sobre este aspecto, Jacques Aumont anota que no es posible pensar ningún juicio de gusto como puro, sino como determinado por una gran cantidad de coerciones y variables que este teórico reduce en tres categorías a saber:

1) Una coerción histórica, ligada a la existencia de una herencia –artística, cultural– en el interior de cada sociedad y de cada medio. Las obras de arte, pero también los productos de las artes aplicadas, no nos son transmitidos tal cual son y en desorden, sino por el contrario, en el interior de clasificaciones previas, sobre todo bajo las especies de lo que se denomina “los clásicos”. Los clásicos, los grandes autores, los maestros: otras tantas apelaciones para designar el corpus, incesantemente completado y a menudo revisado, de artistas del pasado cuya excelencia hay acuerdo en reconocer (...).

2) Una coerción económico-cultural: el ejercicio ostentoso del gusto es, pues, un hecho de distinción (en el doble sentido del término) y no es, por tanto, ni desinteresado –puesto que tiende a reforzar, confirmar o adquirir un cierto estatus social–, ni innato, puesto que, “para juzgar con naturalidad en materia de arte hace falta estar educado en la naturalidad, tanto desde el punto de vista de la riqueza como del desenfado”. En otras palabras, adquirimos gustos al mismo tiempo

7 Vilar argumenta que “Más allá de las limitaciones históricas que condicionan a todo pensamiento, la estética kantiana logró algunos hitos conceptuales que la mantienen viva hasta el presente. El primero de ellos es la noción de gusto libre, no sometido a cánones o reglas. (...) Pero aunque no pueda haber una regla objetiva del gusto que fije en conceptos lo que es bello, subsumiendo los casos particulares bajo esta regla general, sí que es posible, en cambio, un juicio, denominado por Kant *reflexionante*, en el que solo lo particular es dado y debe buscarse lo universal. Ese juicio, si es “puro”, tiene las características de ser:

- Desinteresado y sin concepto, esto es, se trata de un juicio en el que se ha eliminado todo aquello personal del sujeto para que actúe como un sujeto en general y fundamentalmente una imparcialidad del juicio;
- universal en sentido subjetivo o estético, en el sentido de un voto que aunque está basado en la relación la satisfacción del sujeto, no es meramente privado, sino que pretende la adhesión de todo el mundo;
- basado en la forma de una finalidad sin fin y, por último,
- necesario en sentido subjetivo o estético, como juicio ejemplar de un sentido común estético” (Vilar, p. 37).



▲ Disneylandia. Fotografía: Diana Marcela Ayala Paz. 2013.

que adquirimos una posición social y en correspondencia con ella; esta determinación, como lo han subrayado, no sin violencia, los fundadores de la Escuela de Frankfurt, es todavía más acusada después que la producción de bienes culturales (y en parte, de obras de arte) es estructurada según el modo industrial (...).

3) Por último, una coerción ideológica: como lo ha destacado la crítica marxista de la estética, se puede concebir esta como un simple sector de la ideología y un “aparato ideológico” más pernicioso en la medida en que está disimulado y los individuos creen expresarse como “sujetos” cuando en realidad se limitan a reproducir las opiniones autorizadas por la división sociotécnica del trabajo, por intermedio de formaciones institucionales especializadas (...) (Aumont, 2001, pp. 88 y ss.).

Por tanto, el tiempo y lo histórico se compactan con el gusto. Siendo individual, designa, proclama, revela los deseos de una colectividad atravesada por múltiples lenguajes. Por ser lenguaje es también tiempo, víctima de la fugacidad y de lo efímero. Su historicidad lo obliga a cambiar la eticidad y esteticidad misma de sus juicios artísticos. La historia determina la posición desde la cual el contemplar se ejerce, y cada vez que un juicio estético se realiza, no solo se expresa el gusto de un sujeto, sino que se pone en cuestión las propuestas y sensibilidades que una época ha construido, las representaciones que se han fundado sobre

la realidad<sup>8</sup>. Un juicio de gusto individual pone en escena los juicios de gusto colectivos, a sus categorías y nociones. Así, ningún juicio de gusto es independiente de la actividad social, este nos da a conocer también una atmósfera, el espacio-tiempo desde el cual se mira, se siente, se interactúa sobre el mundo. Gustos de época, de clase social, de micro o macro poderes. Cada juicio de gusto, con sus criterios diversos y personales, sus preferencias, sacude al edificio de la sensibilidad de época, procede a sintonizarse con los fundamentos epistemológicos de esta y es un ejemplo de cómo están manifestándose las emociones en dicha etapa histórica del arte y la cultura.

Esta idea nos va a servir para desarrollar nuestra reflexión sobre el cambio del gusto estético en la era de la globalización. De modo que al pretender encontrar la llamada “autonomía del gusto”, la modernidad no pudo excluir de las teorías de las facultades esta interrelación epistemológica que determina a los juicios subjetivos sobre la obra de arte. La soberbia de autosuficiencia de gusto estético tuvo que reconocer la *intersubjetividad* como proceso de elaboración de juicios en las apreciaciones, ya que son imposibles los gustos autofundados y los deseos ahistóricos. El gusto

<sup>8</sup> Respecto a la historicidad del gusto, Valeriano Bozal escribe: “El gusto es histórico. No solo porque cambian sus preferencias a lo largo de los tiempos, sino ante todo porque cambia su fundamento y su situación en el espacio de lo artístico, espacio que es, él mismo, histórico. Más importante es el hecho de que el gusto cambia de lugar en el sistema de relaciones que con el mundo se establece, un cambio que afecta, incluso, a la condición de ese mundo” (Bozal, 1999a, p. 22).

es, tanto un fenómeno individual –cada uno se configura su gusto–, como un fenómeno colectivo, social, histórico, educable. Pero, aunque inmerso en las determinaciones de lo histórico, el gusto también puede provocar la ruptura con lo histórico; invita a traspasar umbrales, vislumbrar otras orillas, visionar lo invisible, sentir lo sublime. De allí su fuerza de ruptura, su estremecimiento. Lo intersubjetivo del gusto, su relativismo, es sinónimo de flujo, cambio, mutación. Un gusto fijo petrifica la mirada, la momifica. Es solo por la independencia/dependencia intersubjetiva, que el gusto florece, se enriquece. Estas formas de mirar intersubjetivas se aprovechan de sus condiciones de época para ir “más allá”, subvertir los esquemas, producir a través de la crítica “nuevas miradas”, distintas maneras de sentir. La mundanización de los juicios de gusto, la secularización de los absolutos metafísicos llevaron en la modernidad a un proceso de relativismo del sujeto, imponiéndole nuevos retos a la apreciación de los efectos y afectos artísticos. Para Jacques Aumont.

El gusto no trasciende lo individual y sus caprichos, puede pretender regular nuestra relación con el mundo o la sociedad. Esto es algo que hace ya mucho tiempo han reconocido las éticas y las estéticas en dos direcciones diferentes (e incluso potencialmente contradictorias): 1) el juicio de gusto pone en juego una intuición que provoca y señala una relación con el mundo (por subjetivo y no discutible que sea, entraña su parte de efecto de conocimiento); 2) el gusto no es tan personal ni tan subjetivo, pues está regido por regularidades de orden social que exceden al individuo (“nuestros” gustos no son solamente “nuestros”) (Aumont, 2001, p. 82).

## El gusto por lo impactante

Pero algo prosperará para que se de un cambio en la concepción del gusto por lo interesante y pintoresco; algo contribuirá a la des-elitización de los gustos ilustrados y esto fue el surgimiento de las industrias culturales masivas. Con ellas se pasa del gusto por lo interesante del burgués moderno, al gusto por lo impactante del capitalista transnacional. Con las industrias culturales, desde finales del siglo XIX, el arte entra a otra esfera, cambiando la sensibilidad y captación del mismo. La diferencia entre arte alto o de elite con el de masas, mostró su más fuerte contradicción cuando la industria se unió al arte y este al mercado. Esta triada

(arte, industria, mercado) trajo como consecuencia en el siglo XX una serie de protestas por parte de los intelectuales que veían en ello un oscuro futuro para el arte. Al notar que su antigua esfera de “hombres diferentes” se les desvanecía y eran arrastrados por la cultura de masas, dirigieron sus reflexiones al combatir la cultura del mercado, al “mal gusto”, al *kitsch* que se imponía sobre la cultura erudita, del “buen gusto” y del arte altamente elaborado. Desde esta mirada del intelectual moderno, el arte perdía su autonomía crítica y creadora ganada en la Ilustración, pues quedaba encadenado a las leyes del mercado cuyas industrias culturales lo masificaban, arrebatándole su aura original, la encantadora presencia de lo interesante, la sorpresa, lo sublime. Este cambio de naturaleza artística ha llevado a repensar los conceptos de juicio de gusto, de sensibilidad y emoción estética en la situación del arte actual.

Debido a los procesos de globalización, el gusto estético ha ido mutando sus características. El buen gusto, entendido desde la Ilustración como una sensibilidad que integraba al ciudadano a la sociedad burguesa, era un proceso de adaptación y de control desde lo establecido, un acto civilizatorio. Al entrar en confrontación con el gusto masivo, este último des-realiza una concepción de mundo y, más aún, se opone a la noción de ciudadano culto con mayoría de edad y autoconsciente. Desde principios del siglo XX, unido a las industrias culturales, el “mal gusto”, se entroniza y se va convirtiendo en un “buen gusto” para una gran masa alfabetizada a través de los medios de comunicación y del mercado, lo que lleva a pensar que no es viable una cómoda desligitimación del arte de masas y de su sensibilidad, desacreditándolo desde un dualismo excluyente que califica al gusto bueno y al gusto malo, paralelo a un moralismo ortodoxo acrítico y conservador.

Ahora bien, ¿cómo opera el proceso del gusto estético en la disgregación entre el sujeto y el objeto posmodernos? Ya no desde la mimesis, la armonía, la catarsis, ni desde la representación objetual. La pluralidad y heterogeneidad, lo descentrado, lo multiprocesal conforman el corpus del juicio de gusto actual. Su resultado es la formación de otros tipos de figuras del mundo, nuevas imágenes de lo real, diversas y distintas, creadas a partir no de la unidad y universalidad del placer estético clásico y dieciochesco, sino por medio de una emoción intersubjetiva y multiforme. El gusto, dijimos, es víctima del tiempo. ¿Qué tipo de gusto actualmente ejercitamos?, o bien, ¿de qué manera hemos mutado el juicio de gusto en gusto fragmentado, plural, descentrado? Al situar al gusto en la

temporalidad histórica, no solo podemos dar cuenta de sus mutaciones sino de las transformaciones operadas en los objetos artísticos, en las categorías estéticas de la era global.

Las formas de recepción del arte han cambiado. Lo bello, lo feo –como concepto que tiene en lo bello su origen–, lo sublime, lo interesante, lo placentero, la gracia, lo delicado, lo grotesco, han sufrido una fuerte mutación y son diferentes en las condiciones culturales actuales. Tal vez un “sin belleza”, “sin sublimidad”, “sin gracia”, “sin placer” haya entrado a operar en estas representaciones posmodernas del “sin progreso”, “sin utopías”, “sin futuro”, como nuevas formas de la experiencia estética de última hora. Más que placer estético nuestra emoción, imaginación y gusto se sitúan en lo *patético estetizado*, entendido este como aquella sensación de pérdida de centro de gravedad, lo que produce un efecto de dolor supremo, destructivo, pues se siente el silencio y el vacío de realidad, de Dios y de fundamentos últimos; es la fragmentación de todo cimiento crítico moderno; imagen de lo ingrátido, lo leve, el naufragio de lo real y cotidiano. “La soledad trágica es el rasgo fundamental del patetismo”, sugiere Valeriano Bozal. (Bozal, 1999a, pp. 156 y ss.)<sup>9</sup>. De tal modo que, lo patético estetizado genera un gusto por la fugacidad del proyecto vital del hombre moderno; un gusto trivial del “sin cimientos”. El juicio de gusto actual configura una imagen del mundo pascaliana, cuya soledad ya no es de dioses, sino de realidades. Des-realizado, al gusto contemporáneo le queda lanzar su mirada hacia lo calidoscópico multiforme.

9 Según Bozal, en el pensamiento 199 de Pascal se encuentra todo el sentimiento de lo patético moderno: “Pascal describe la situación del hombre en términos que serán familiares al lector de Blair, Burke y Kant: ‘Que el hombre contemple por tanto a la naturaleza entera en su alta y plena majestad, que aparte la vista de los objetos bajos que le rodean; que observe esa deslumbrante luz puesta como una lámpara eterna para iluminar el universo...’ Un caminar desde la nada del hombre frente a la naturaleza a la nada de esta frente al infinito, a fin de poder volver a sí mismo y verse en lo que es, y verse porque se ha perdido en esa infinitud (...) ‘Este es nuestro verdadero estado –dice el pensamiento 199–. Es lo que nos hace incapaces de conocer verdaderamente y de ignorar totalmente. Bogamos en un medio basto, siempre inseguros y flotantes, llevados de un extremo a otro; cualquier mojón al que pensemos atarnos y asegurarnos se menea, nos deja, y si le seguimos, no nos deja asirnos a él, se escurre de nuestras manos y huye en eterna huida: nada se detiene a esperarnos. Este es el estado que nos es natural y, sin embargo, el más opuesto a nuestra inclinación. Ardemos en deseos de encontrar unos fundamentos sólidos, una última base firme para edificar sobre ella una torre que se eleve hasta el infinito, pero todos nuestros cimientos se resquebrajan y la tierra se abre hasta los abismos” (Bozal, pp. 156, 157).

La transformación entonces es significativa: de lo interesante estético burgués se ha pasado a lo impactante y espectacularizado global. De la delicadeza del gusto ilustrado, o delicadeza de imaginación, que distinguía a un hombre cultivado del siglo XVIII de uno vulgar, pasamos a la estridencia del gusto sensacionalista o al “mal gusto”, factor distintivo en la globalización. Entonces, lo *light*, la alta costura, el turismo, el “mundo del arte”, la *word music*, la publicidad, los diseños del hogar, la farándula, los artistas jet, la literatura de autoayuda y de intimidades de famosos, son las nuevas esferas de un gusto que ha puesto contra la pared todas las antiguas competencias de críticos de arte modernos y del público lector ilustrado en general.

Hoy no podemos negar que aún existen vastas distancias entre el buen gusto burgués de elite y el gusto de masas; entre el gusto del intelectual y artista del salón tradicional y académico con el del artista e intelectual farandularizado por los medios de comunicación. Aún son posibles estos abismos en una globalización que unifica y dispersa a la vez y los acrecienta a través de los productos del mercado con la posibilidad o no de consumirlos. Pero es en el gusto masivo donde se han operado las mayores mutaciones. Si el gusto ilustrado nos situaba ante lo pintoresco y lo interesante, ofreciéndonos la naturaleza y la ciudad al alcance para disfrutarlas, en la globalización el gusto por lo impactante es el disfrute de lo entretenido, lo inmediato, lo fugaz, lo espectacular. Del *flâneur* al turista; de los géneros epistolares con sus cartas de amor y su libro de viajes, a los seriados y *reality show*. Las nociones de paisaje, de lo agradable, lo interesante o nuevo, la sorpresa, lo contemplativo desinteresado han cambiado en la era global donde, aparentemente, todos tienen acceso a los bienes de consumo. En esta multiplicidad y diversidad de sensibilidades, el simulacro de la democratización de los gustos es grande.

Este proceso del gusto, que integra los deseos por el mercado, lleva a un hedonismo estético de lo temporal. Sensibilidades de lo inmediato. Consumo, uso y desecho. El placer aquí es aceleración, flujo, velocidad, dinamismo efímero como en las redes telemáticas. Al producir cantidad y variedad de productos seductores estetizados, la sociedad posindustrial promueve el desecho como actividad formativa de ciudadanos enérgicos. De esta manera, se ha formado un gusto por lo desechable, el cual nos vuelve visitantes turísticos. Un *gusto zapping* que hace gala de su inmediatez pasajera. El mercado, al lanzar más bienes de consumo de los necesarios para sobrevivir, retroalimenta aquella sensación



▲ Superman con artritis. Performancia callejera. 2013.

del *aquí se puede escoger libremente*. Ahora soy dueño de mi libertad para consumir el mundo mediático: puedo cambiar de canal, escuchar el C.D., apagar o encender la televisión, ser turista virtual. Sin embargo, solo se está impulsando un anhelo que al sublimarse se frustra, pues no rompe con la barrera puesta entre la realidad y su deseo. He aquí los nuevos Tántalos posindustriales. El gusto actual se debate entre la idealización que propone el cambio de canal y la transformación de la realidad concreta del iconoadicto.

La cultura del mercado ha construido un gusto ágil que di-vaga, como sonámbulo, por el arte y no lo habita como casero, ni como voyerista en la fascinación de la obra. El gusto del espectador turista, el *gusto zapping*, es también la consecuencia de dar gran variedad de lo mismo. Gustos volátiles como lo instantáneo digital en internet. Arte para consumir no para contemplar<sup>10</sup>. La mirada desinteresada estética que exigía Kant, pierde

10 Respecto a esto, Bozal se pregunta: "¿Qué significa consumir una obra de arte?" Y prosigue "El consumo implica destrucción en uno de los sentidos señalados y supone algún tipo de uso y de rapidez en el uso. Lo que se consume no permanece, lo consumible no es, en tanto que consumible, permanente (...) En realidad, consumir es destruir la experiencia estética. Se mira el cuadro rápidamente y se 'conserva' como ya visto, pasando con rapidez a otro; se mira desde la explicación que alguien -guía, profesor...- nos suministra, comprobando lo que dice y convirtiendo así a la obra en su ilustración; se fotografía de forma compulsiva para conservar en un álbum lo calificado de genial" (Bozal, 1999a, pp. 32, 35).

aquí su magnitud: el ojo receptor actual va dirigido a un artefacto artístico que se entroniza por su efecto publicitario. El interés está puesto en el consumo que de este se realiza. No hay pues contemplación sino espectacularización; no hay miradas sino pantallas, en opinión de Baudrillard. Las obras de arte actuales se han vuelto objetos-desechos. Al arte de lo ágil, lo frágil y fácil se le concede un tiempo de saltos hipertextuales cuyo resultado es un gusto hipermedial y ecléctico. Esto es algo positivo en tanto que fragmenta al discurso duro sobre el gusto, y da ciertas pluralidades y divergencias en la percepción de la obra de arte. Sin embargo, no es por la heterogeneidad y liberalidad de gustos por la que disparamos nuestra alarma; es por la falta de mirada activa y crítica que la proliferación de imágenes ha impulsado; es decir, por la pérdida del sentimiento de habitar, dialogar, vivenciar con ese universo diverso e infinito del arte.

## La estetización del gusto

Tal como sucede con el sentimiento de lo sublime, el gusto por el entusiasmo estético masivo hace que el sujeto individualista proclame su superioridad al fusionar sus deseos con la grandiosidad de los medios y del mercado, produciéndose el espejismo de trascendencia en la inmediatez, en lo fugaz e instantáneo. Teleología de lo efímero. En este caso, se logra

un simulacro de libertad en la masificación. Soledad masificada, libertad atada a las necesidades del establecimiento. El gusto ilustrado del sujeto autónomo, fruto del de la época de los grandes sistemas filosóficos modernos, es diferente en la época de los grandes sistemas de hipermercados posmodernos.

Así, observamos que, el gusto por lo interesante y lo pintoresco, que llamaba al disfrute de la naturaleza y de las "fisiologías" de la ciudad –tales son los casos del héroe romántico, del *flâneur* y del bohemio–; y el gusto por lo sublime, que llamaba a superar las adversidades de la naturaleza y de la historia para lograr el placer de una pena hasta llegar al deleite humano, se han convertido, en la globalización, en el disfrute de los sistemas de símbolos del mercado. La naturaleza, transformada por el capitalismo en realidad y materia prima; y la historia, mutada por la posmodernidad en museo y colección, caen derrotadas como teleologías del gusto estético y poético, pues están bajo regímenes más ingravidos y leves, dominados por una virtualización de las acciones civiles y ciudadanas a través de la presencia masiva –y muchas veces agresiva– de la iconoadicción tecnocultural. Ya se nos hace casi imposible proceder a disfrutar de los silencios en la sociedad del bullicio y del aplauso estruendoso; ya es un don alimentar nuestras capacidades de mirar y escuchar en medio de la *cultura clip*, en la sociedad de los video-juegos. ¿Qué otra mirada, qué otra manera de escuchar se ha constituido en fundamento de nuestro gusto desterritorializado y global? Gusto en red y aceleración. La mirada se aísla en su ensimismamiento, se le priva de interpretar y construir ilusiones estéticas sublimes de lo invisible visionado, de ir más allá del objeto presentado. La mirada está discapacitada y necesita de prótesis para disparar un imaginario que no solo penetre en lo real, sino que lo subvierta e inquiete.

Como consecuencia, el gusto por lo ágil favorece al surgimiento de otro tipo de memoria, no la "memoria histórica", tan explotada por los radicalismos políticos, sino una "memoria instantánea" que privilegia el ahora-presente y que es heterodoxa, simultánea, múltiple, dispersa, contrario a la memoria grávida, histórica y crítica –analítica de la modernidad–. El gusto por una memoria global instantánea, inmediata, ubicua está despreocupado ante los compromisos con el futuro y con el macroprogreso histórico, pero se preocupa por integrarse a la euforia masiva de las ofertas tecno-culturales y concibe a la historia, a la naturaleza y lo urbano como objetos museificados que están allí no para cambiar ni superar las condiciones que soportan.

Estas sensibilidades, alfabetizadas como hemos dicho, en el gusto turístico de lo efímero, abordan las representaciones artísticas como espectadores estéticos multimediáticos, hechizados ante imágenes heterodoxas y fragmentadas. Este espectador del *shock art*, más que contemplador es un programador de la fugacidad de cortes instantáneos y lleva sus gustos a los extremos límites, estremecido por la sensibilidad del golpe y del efecto. Gusto extremo, compulsivo, gusto por los *procesos-espectáculos*. Sensibilidades del golpe, estupefactas frente a la maquinaria de imágenes audiovisuales. Al decir de Anderson: "Antaño la modernidad estaba poseída, con júbilo o con alarma, por las imágenes de la maquinaria; ahora la posmodernidad es presa de una maquinaria de imágenes" (Anderson, Perry, 2000, p. 122). El gusto por lo interesante y pintoresco, dado en la modernidad se transforma en un gusto por lo chillón, lo escandaloso y estridente. Se goza del arte sí, pero con estrés sensible, convulsión y grito. A la sensibilidad no se le da tiempo de apreciar; se le golpea tanto hasta el punto que no puede ya sentir. El masoquismo es patético: infarto espiritual hasta el desfallecimiento; aceleración, máxima velocidad y placer en su agotamiento. He aquí los turistas estéticos, el arte *jet*, la farandularización de la vida.

En la actualidad, la capacidad de impacto y espectacularización de la cultura icónica; la masificación de lo fascinante y del éxtasis por lo extremo sensitivo, agenciado por los *medias* y la publicidad; las vitrinas telemáticas que proponen un gusto estridente; la galería de gustos por el entusiasmo conmovedor sin duda generan una sensibilidad del sensacionalismo estético. Inmersos en una cultura de lo efectista y de lo novedoso, percibimos en el arte solo lo que conmueve y emociona por su placer sensorial. ¿Qué es lo que nos causa placer actualmente? ¿Lo bello, la gracia, la elegancia, lo sublime? No solo esto, sino lo que se ha estetizado, es decir, lo estrambótico, lo desaforado, la efímera presencia de lo real, lo efusivo y lo estridente, la sangre, lo sensacionalista. De manera que la sensibilidad de hoy propone el placer como teleología totalitaria y efectiva en busca de un fin supremo: el consumo como posesión inmediata.

Como resultado, el sensacionalismo se toma los palcos principales de las graderías globales. Entra en acción no para romper cánones ni paradigmas estéticos, sino para aplaudir los estruendos del mercado y de los medios. Aullidos hechos por encargo para las preferencias del cliente. La especulación es una de sus consecuencias. Se imponen nuevos "artistas genios" de la noche a la mañana. De la misma forma, se derrocan viejos y



▲ Superman con artritis. Performance callejera. 2013.

obsoletos artistas que ya no funcionan en el campo de las ventas. Un flujo constante mueve el mundo del arte, creando pánico, paranoia y temor al destierro entre los implicados. Sostenerse en el ámbito del éxito y de la fama son sus propósitos, la más alta ganancia. El sensacionalismo les asegura la aureola, da significado a su estadía. Galerías, museos, marchantes y la gran industria cultural procuran sostener el *boom* de los nuevos genios mientras el público no se cansa de consumir sus estéticas estandarizadas. Cuando ello sucede, la máquina serial los expulsa y pasan a ser parte de la masa de los iguales y comunes. El signo del famoso se diluye, se pierde entre las multitudes. La obsolescencia cultural plasma así su terrible sello: el arte y el artista sirven solo cuando proyectan lo novedoso sensacionalista, y lo novedoso significa ventas, cajas registradoras ilimitadas. El mercado, gran padrino, lo avala todo. El artista pasa de ser alguien preocupado por los problemas intrínsecos a su creación, a un buen conocedor de los problemas financieros. Síntomas mayores de una sociedad totalitariamente ecónoma.

Esto ha gestado que las tecnologías hayan entrado al juego de lo morboso, lo brutal y lo sórdido, al proyectar un simulacro de escándalo en la cultura de escándalos programados y vendibles. La fotografía, el vídeo-arte, el *net-art*, o las creaciones multimedia, por ejemplo, se han constituido en lenguajes impactantes promovidos por los *medias*. El gusto por lo estridente y chillón, lo repulsivo y repugnante, son en gran medida sus paradigmas estéticos. Entonces, banalidad, mediocridad, facilismos y ligerezas se toman las escenografías de la figuración tecno-artística como ganancia de una confusa y casi no entendida apertura pluralista. Por lo visto, esta apertura ha servido para que toda acción, por ridícula y mediocre que sea, se considere un programa y un proceso artístico significativo. Así, se promueve lo sensacionalista estridente como lugar no artístico sino financiero. De cierta manera, se propaga una virulencia contagiosa que logra infectar al arte de excesos mediáticos propagandísticos. Lo mórbido, la sexualidad, el porno, las enfermedades terminales, las perversiones, el homosexualismo, lo obsceno, el *body art* impactante

y exhibicionista, el voyerismo del *reality*. De la sensación al sensacionalismo: sensibilidades producto de la estetización.

Nos encontramos, entonces, con una sensibilidad mediada por lo tecno-cultural y con nuevas formas de asumir los procesos de representación artística. Un sujeto con un gusto por lo lúdico extremo. Sensibilidad hedónica en el estruendo, identificada con la gama de variedades globales. Estas sensibilidades se alimentan del calidoscopio estético que se ofrece en lo contemporáneo: *estéticas de los efectos publicitarios* con sus objetos trans-estéticos; *estéticas del acontecimiento*, de *happenings* cotidianos y *performances* de frágil factura; *estéticas del simulacro masivo*: todos nos convertimos en comunicadores del *show*, podemos ser creadores; *estéticas de la desfachatez*, con una visión relajada, banal, del trabajo artístico; *estéticas de la estandarización* y de la *repetición*, con su fórmula de réplicas de prototipos en serie y con su entusiasmo por la identificación con el mercado; *estéticas turísticas* y de *zapping* artístico, con la idea de consumir, usar y desechar los productos culturales en el menor tiempo posible; *estéticas de la cibercultura*, como arte del programador y de la multimedia telemática digital. Cada una de estas estéticas ha procesado estilos de vida y juicios de gustos dispersos y desterritorializados en lo local, pero a la vez unidos en lo global. El mercado mundial procede a homogeneizar la pulsión deseante de los sujetos (a todos se le impone el deber de ser ciudadanos consumidores), y a la vez diversifica los objetos de gusto (cada uno es "libre" de escoger individualmente los objetos ofrecidos en cantidad y variedad). Simulacro de libertad de juicio de gusto. Estandarización de los deseos de consumir y heterogeneidad de elección para que se puedan llevar a buen término dichos deseos. El juicio de gusto cae prisionero en las redes de esta conflictiva ambigüedad: homogeneidad y pluralidad, lo que no quiere decir, necesariamente, democracia y libre autodeterminación activa y crítica.

Desde el sujeto-centrismo, el sistema mundo-sujeto ilustrado ha explicado el arte por las sensaciones que este ofrece: placer, alegría, agrado, gracia. La función del arte sería la de dar placer, experimentado por el sujeto según su libre gusto. No otra cosa ilustra Kant cuando afirma que:

Las diversas sensaciones de agrado o desagradado, no se sustentan tanto en la disposición de las cosas externas que las suscitan, cuanto en el sentimiento de cada hombre para ser por ellas

afectado de placer i desplacer. De allí que algunos encuentran alegrías en lo que otros les causa asco, la pasión enamorada que frecuentemente resulta un enigma para todo el mundo, o también la viva repugnancia que algunos sienten en aquello que para otros resulta del todo indiferente. El campo de las observaciones para estas particularidades de la naturaleza humana se extiende con gran amplitud y esconde además abundantes descubrimientos, que serán sin duda tan amenos como instructivos (Kant, 1990, p. 29).

La obra agrada o desagrada, complace o no. Entramos en simpatía y empatía con ella desde la sensibilidad o la rechazamos de inmediato. La argumentación vendrá después. Este proceso sensorial se mutará en un placer intelectual y espiritual en un momento posterior.

En la actualidad, la inestabilidad, las mutaciones y disoluciones de estos cánones de identidad artísticos, están, entonces, provocando contradicciones en red e incertidumbres epistemológicas en las sensibilidades actuales. Las hibridaciones de conceptos, efectos y afectos, de opiniones culturales y políticas respecto a lo que es y cómo debe ser el arte, modifican el concepto de crítica sobre la estética y sobre el gusto de elite o masivo. Debido a estas mutaciones, la crítica se ha disuelto en una coexistencia pacífica que anula todo riesgo y cualquier forma de ruptura. ¿Desde dónde se critica? ¿Desde qué referencias conceptuales se podría lanzar un juicio de gusto crítico-creativo? Estas preguntas están llevando a cierto travestismo que genera una des-responsabilidad tanto del artista, del público, como del experto. Están provocando un camaleónico nomadismo que raya con lo cínico y con un autismo personal y colectivo. Entonces, las migraciones conceptuales se nos presentan cada vez más riesgosas, más débiles, por lo cual no dan mucha confianza. Migrar de un concepto a otro, como si cambiáramos de vestido, puede desembocar en un sin sentido, en una transferencia superficial de conocimientos, un collage de muestrarios yuxtapuestos.

La pluralidad de relatos y de sensibilidades en la actualidad está entonces procesando esta heterogeneidad en los juicios de gusto y cierta simultaneidad entre los mismos, donde se edifica la quimera del *todo vale lo mismo* en las manifestaciones culturales. Dicha condición descentrada y múltiple, es la que hace pensar a los estudiosos del juicio estético en la imposibilidad de construir un canon para abordar las obras de arte.

El escepticismo es grande, la desilusión mayor. Sin embargo, debemos admitir que la experiencia estética es diversa, diferente en cada momento de la apreciación y aprehensión de acuerdo con la obra que se observa, lo que en lugar de empobrecer al juicio lo enriquece, pues amplía sus horizontes gracias a una mirada no unitaria ni excluyente, sino multimediática. Los intereses de las personas ante las obras son distintos y variados. Algunos espectadores son seducidos por la técnica y los aspectos formales, otros dialogan con la obra desde la historia del arte, los más se interesan por los componentes biográficos, íntimos del artista, o bien, por los elementos contextuales socio-culturales de época. Por tanto, las obras de arte son seres vivos que hablan desde su universo de distintas maneras, constituyéndose en flujos y procesos en gestación que, en el intercambio intersubjetivo, se muestran como presencias rítmicas, acontecimientos, sensaciones vivientes.

Ahora bien, los gustos son educables y propicios para un aprendizaje estético. Sería ideal que se incluyera como proyecto pedagógico la comparación de las obras, la experiencia constante con las mismas, el diálogo activo, la apertura de las sensibilidades frente a la heterogeneidad artística, lo que superaría la espontaneidad ingenua e inmediata de un juicio ligero, ingrátido. Pero sabemos que una de las primeras escuelas de nuestros gustos se encuentra en los medios de comunicación y de información. En su gran mayoría, ellos promueven un exclusivismo totalitario que invita a consumir lo que imponen las industrias culturales masivas, dejándonos sin posibilidades de comparación, de interpretación activa, llenos de prejuicios para aceptar la alteridad y las diferencias artísticas. El desequilibrio publicitario entre el llamado arte de masas y el de elite desnuda cada día, y de forma atroz, la cultura, impartiendo estrechas normas divisionistas que van desde la reglamentación hasta la estandarización del arte y del gusto. Se incuban así conformismos, conciliaciones, aplausos a la oferta del día, obediencia a los cánones masivos y globalizados que controlan y proponen lo que es de admirar, consumir o rechazar. Ante esta unidimensionalidad de los criterios y de los juicios estéticos, es menester defender la apertura multidinámica de la experiencia estética, que exige poseer una sensibilidad abierta hacia la diversidad de manifestaciones artísticas, superando la unilateralidad a que nos someten los "patrones del gusto".

Por todas estas situaciones, nos encontramos ante la crisis del "en sí" del arte moderno y de su *finalidad sin fin* kantianos. El mercado ha impuesto al arte un fin

más secular: volverse mercancía. Se somete al gusto a un *interés último* y no a la "*contemplación desinteresada*" del idealismo estético. Tal como lo hemos argumentado en otros apartados, el concepto de finalidad sin fin kantiano va en contravía de la concepción utilitarista e instrumental que se propone conseguir un fin eficaz, constituyéndose en una "belleza adherente". En su lugar, Kant invita apreciar una "belleza puramente formal", sin finalidad posesiva y funcional, libre del sentido de propiedad privada. Por tanto, la dicotomía entre "belleza pura" y "belleza adherente", gusto con interés y gusto sin interés, atraviesa el siglo XIX y llega hasta el XX, arrastrando la división entre las artes puras y aplicadas. En estas últimas, cae todo el Constructivismo, la *Bauhaus*, las industrias culturales, del diseño y del *kitsch*, gerenciados por el capitalismo global, en síntesis, la contraposición entre formalismo y funcionalismo.

En la actualidad, el arte, al asumir la teleología de la mercancía, se une a la rentabilidad, a lo eficaz y efectivo, por lo que se espera de él "productos" y resultados concretos, es decir, condiciones sociales que lleven al éxito, y esto no es más que entrar al *spot* de los famosos, gracias a las transnacionales industrias de la cultura. Arte efectivo y rentable. La mutación de las utopías modernas es notable: "ya no puede soñarse como es debido con una flor azul" escribía Walter Benjamin refiriéndose a la imposibilidad de instaurar el ideal del romanticismo alemán y del poeta Novalis. Se ha puesto en acción un arte dirigido, administrado, planeado por las industrias culturales que requieren no de resistencias ni de rupturas, sino de productos vendibles, prácticos, eficaces. Arte diseñado para ciertos gustos turísticos, alfabetizados en la sociedad de los hombres de negocios y del relajamiento crítico.

Las industrias culturales, al diseñar, dirigir y planear tanto al arte como a los juicios de gusto, ejercen un control social que le resta al arte toda fuerza contestataria. Primacía de lo administrativo y del mundo planificado sobre aquello que se le oponga, por lo que se busca un arte conformista, solo como artículo de esparcimiento. Pretensión totalitaria global que resigna a los artistas y a sus receptores a una ideología efec-tista. O se concilia con el statu quo, o se les rechaza; o se colabora o se les desaparece de la pasarela que propone éxito y fama. Estos cambios en la teleología del arte han instrumentalizado al gusto y practicado una forma de funcionalismo observado en la estética del acontecimiento publicitario; una *finalidad con fin*: el consumo de la mercancía artística.

He aquí lo que consiguió unir la estetización globalizada: un arte como decoración, adorno complaciente, divertido, relajante (lo *kitsch*, el *Arte Deco*, lo *light*, lo *interesante*, lo *pintoresco*) que cumple una función práctica en una sociedad asaltada por la rentabilidad pragmática, lo que da como resultado un gusto por los artefactos artísticos y objetos tecnificados de *funcionalismo ornamental*. Es decir, se ha generado una *contemplación interesada*: un arte funcional unido al formalismo de este, gracias al diseño y a la publicidad. Milagro de las industrias culturales; gusto por el *funcionalismo ornamental* estético y cambio en el valor de uso que adquiere el arte.

## Referencias

- Adisson, J. (1991). *Los placeres de la imaginación y otros ensayos de The Spectator*. Madrid: Visor.
- Anderson, P. (2000). *Los orígenes de la posmodernidad*. Barcelona: Anagrama.
- Aumont, J. (2001). *La estética hoy*. Madrid: Cátedra.
- Baudelaire, Ch. (1995). *El pintor de la vida moderna*. Santafé de Bogotá.
- Baudelaire, Ch. (1999). *Salones y otros escritos sobre arte*. Madrid: Visor.
- Bayer, R. (1993). *Historia de la estética*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Beardsley, M. y Hospers, J. (1997). *Estética. Historia y fundamentos*. Madrid: Cátedra.
- Benjamin, W. (1973). *Discursos interrumpidos*. Madrid: Taurus.
- Benjamin, W. (1988). *Poesía y capitalismo. Iluminación II*. Madrid: Taurus.
- Benjamin, W. (1994). *Discursos interrumpidos*. Buenos Aires: Planeta-Agostini.
- Benjamin, W. (1999). *Imaginación y sociedad. Iluminación I*. Madrid: Taurus.
- Berman, M. (1988). *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*. España: Siglo XXI.
- Bozal, V. (1999a). *El gusto*. Madrid: Visor.
- Bozal, V. (1999b). *Necesidad de la ironía*. Madrid: Visor.
- Bozal, V. (1999c). Transformaciones en tiempos de crisis. En *Las transformaciones del arte Contemporáneo*. Madrid: Fundación Juan March.
- Burke, E. (1995). *De lo sublime y de lo bello*. Barcelona: Altaya.
- Freid, M. (2000). *El lugar del espectador. Estética y orígenes de la pintura moderna*. Madrid: Visor.
- Jameson, F. (1986). Posmodernismo y sociedad de consumo. En *La posmodernidad*. Foster Comp. Barcelona: Kairós.
- Jameson, F. (1995). *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona: Paidós.
- Jameson, F. (1996). *Teoría de la postmodernidad*. Madrid: Trota.
- Kant, E. (1989). *Crítica del juicio*. Madrid: Espasa Calpe.
- Kant, E. (1999). *Crítica del juicio*. Madrid: Espasa Calpe.
- Kant, E. (1990). *Observaciones acerca del sentimiento de lo bello y de lo sublime*. Madrid: Alianza.
- Lyotard, J. F. (1989a). *La condición postmoderna. Informe sobre el saber*. Madrid: Cátedra.
- Lyotard, J. F. (1998). *Lo inhumano. Charlas sobre el tiempo*. Buenos Aires: Manantial.
- Marchán Fiz, S. (1996). *La estética en la cultura moderna*. Madrid: Alianza.
- Marchán Fiz, S. (1997). *Del arte objetual al arte del concepto*. Madrid: Akal.
- Marchán Fiz, S. (2000). *La estética en la cultura moderna*. Madrid: Alianza.
- Marchán Fiz, S. (Mayo, 2002). Modernidad y vanguardia en las artes, Ortega y Gasset en sintonía. En *Revista de Occidente*, 252, 95-117.
- Marchán Fiz, S. (Comp.) (2006). *Real/virtual en la estética y la teoría de las artes*. Barcelona: Paidós.

Vilar, G. (2005). *Las razones del arte*. Madrid: Antonio Machado Libros.

Volpe, G. della (1987). *Historia del Gusto*. Madrid: Visor.

Xibille Muntaner, J. (1995). *La situación posmoderna del arte urbano*. Medellín: Universidad Nacional de Colombia, Universidad Pontificia Bolivariana.