

EL ARTE EN LA ÉPOCA DE LA REDES SOCIALES

ALEJANDRA LONDOÑO GONZÁLEZ

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

FACULTAD DE FILOSOFÍA

LICENCIATURA DE FILOSOFÍA Y LETRAS

MEDELLÍN

2021

EL ARTE EN LA ÉPOCA DE LA REDES SOCIALES

ALEJANDRA LONDOÑO GONZÁLEZ

Trabajo de grado para optar por el título de Licenciada en Filosofía y Letras.

Asesor:

ANDRÉS FELIPE LÓPEZ LÓPEZ

Filósofo y Doctor en Filosofía

Posdoctorado de investigación en Ciencias Sociales

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

FACULTAD DE FILOSOFÍA

LICENCIATURA EN FILOSOFÍA Y LETRAS

MEDELLÍN

2021

Índice

| | |
|---|----|
| Introducción..... | 5 |
| Contextualización del Arte en la época clásica y moderna..... | 5 |
| El Arte en la actualidad..... | 9 |
| Conclusión: La necesidad del Arte emancipatorio..... | 19 |
| Referencias..... | 25 |

Resumen

El arte ha tenido múltiples transformaciones a través de la historia tanto a nivel técnico como conceptual dependiendo de la época y su contexto sociocultural.

Actualmente nos encontramos en la era digital donde la internet ha permeado y resignificado la dimensión social y cultural de la existencia humana. Esto se debe principalmente a lo indispensable y sencillo que se ha vuelto adquirir cualquier tipo de información en el momento que deseemos; pero la incursión del internet en la vida cotidiana también se debe en gran medida a la facilidad para comunicarnos con el otro. Esta comunicación se da a través de plataformas conocidas como redes sociales, en las cuales se difunde contenido masivamente.

Instagram y Facebook son nuevas herramientas digitales a través de la cuales se difunde el arte; nos vemos en la obligación de analizar cómo este fenómeno ha transformado el concepto de arte en la época actual y cómo éste reproduce una cultura capitalista. Finalmente veremos la necesidad de un arte emancipatorio que nos ayude a cultivar la sensibilidad con un sentido crítico que nos eduque para la vida.

Palabras clave: Arte, cultura, redes sociales, estética.

Abstract

Art has undergone multiple transformations throughout history both at a technical and conceptual level depending on the time and its sociocultural context.

We are currently in the digital age where the internet has permeated and redefined the social and cultural dimension of human existence. This is mainly due to how indispensable and simple it has become to acquire any type of information whenever we want; But the incursion of the internet into everyday life is also largely due to the ease of communicating with the other. This communication occurs through platforms known as social networks, in which content is massively disseminated.

Instagram and Facebook are new digital tools through which art is disseminated; We are forced to analyze how this phenomenon has transformed the concept of art in the current era and how it reproduces a capitalist culture. Finally we will see the need for an emancipatory art that helps us cultivate sensitivity with a critical sense that educates us for life.

Key words: art, culture, social network, esthetic.

Introducción

El Arte en la época de las redes sociales

Contextualización del Arte en la época clásica y moderna

Como bien sabemos, a lo largo de la historia el concepto de arte ha ido mutando conforme las condiciones materiales de la época. Es decir, a cada época corresponden unas técnicas, tecnologías y contextos específicos que hacen que la forma en que se manifiesta el *arte* cambien.

Si bien, este artículo se centrará en las implicaciones de la era digital en el concepto de *Arte*, consideramos fundamental realizar un pequeño recorrido por la época clásica, moderna y finalmente contemporánea para esclarecer varios conceptos a los que nos remitiremos al hablar de la época actual, al menos en occidente.

Remontándonos a la época clásica, en el mundo griego no se implementa un concepto de Estética ni de *Arte* en un sentido estricto sino que se habla del concepto *téchne*.

Este concepto proviene de la palabra griega *τέχνη* y se utilizaba de manera amplia para señalar manifestaciones que hoy día llamaríamos artísticas, pero también comprendía las artesanías. Por tanto, en aquel momento no existía una especificidad respecto al arte como se tiene ahora. Los griegos intuyeron algunos principios fundamentales en el arte como por ejemplo la *mímesis*, la *belleza* y la *libertad*, pero no atribuían estos principios al concepto de *arte* que se ha venido consolidando desde el siglo XVIII, el cual separa la artesanía del *arte* como tal.

Para profundizar un poco en el concepto de *téchne* en el mundo griego hablaremos sobre algunas de las ideas más representativas de la época.

En Aristóteles podemos comenzar a vislumbrar unos elementos claves para comprender lo que se intuía sobre el *arte* en aquel momento. Dichos elementos son: habilidad, conocimiento y producción.

Cada arte es una producción, mas no cada producción es un arte. Sólo es arte, al decir de Aristóteles, una producción consciente, basada en el conocimiento. Siguiendo este razonamiento, el arte pertenece a la producción, su rasgo distintivo resulta de estar basado en el conocimiento, gracias al cual obra de manera consciente y se vale de reglas generales. (Tatarkiewicz 2001)

Para Aristóteles un arte que proviene del instinto no es arte, ya que éste debe realizarse bajo unos conocimientos específicos y desarrollar una técnica específica para finalmente arrojar un producto.

En esta definición de arte o *téchne* lo que podemos ver es que el arte comprendía una explicación que abarca la artesanía, ya que ésta tiene un producto final; es decir, tiene una utilidad y requiere de unos cánones de conocimiento diversos que se requieren para producir artesanías.

Aunque en Aristóteles el arte debe tener un fin o utilidad, ésta no tiene que ser una utilidad de carácter productivo en el sistema económico, también se refiere al placer de hacerlo como fin en sí mismo, o a un fin catártico: entendiendo la *catársis* como la depuración de las emociones a través de expresiones como la poesía, escultura o teatro, es decir, las artes miméticas.

Desde los pitagóricos se hablaba de este conocimiento que Aristóteles describe como *reglas generales* dependiendo del área en que se encuadraba el arte que se fuese a realizar.

En los pitagóricos estas *reglas generales* se basan en los conocimientos matemáticos, en términos de armonía y verdad. Por tanto, una de las artes más perfectas era la arquitectura, puesto que el conocimiento que debía tener el artista para realizar dicho producto se mide en las perfectas proporciones que manifiestan una armonía.

Uno de los elementos que atraviesa la idea de arte en la época clásica es la *mímesis*. Este concepto se refiere a la imitación; por esto, la escultura, pintura, música, teatro y poesía se consideran artes miméticas, porque imitan la realidad haciéndola más o menos bella.

En Aristóteles podemos ver que las artes imitativas tienen como finalidad la imitación misma, ya que esta imitación no se queda en la copia fiel de la realidad, sino que pretende superarla, como decíamos anteriormente: haciendo la realidad más bella o menos bella. Se requiere entonces de un conocimiento, habilidad y producción para alterar la realidad y producirla de una manera que sea verosímil.

Este arte imitativo no se juzga, desde luego, por las realidades en las que se basa la obra, sino que debe juzgarse bajo sus propias condiciones, ya que, al no ser una copia fiel, está siendo una creación distinta de la realidad.

Tanto en Platón como en Aristóteles el término *mímesis* se refiere a la imitación del mundo externo, de la realidad.

En Platón, la *mímesis* no tiene una connotación del todo positiva ya que nos encontramos con el concepto de belleza como base fundamental en su perspectiva *estética* y en esta perspectiva el concepto de belleza está íntimamente relacionado con la verdad y la virtud. Al imitar la realidad no se está aspirando a la idea, que es lo bello; a excepción de la música. Ésta al no tener letras puede acercarse más al mundo etéreo de las ideas.

En cambio, en Aristóteles, la *mímesis* es completamente positiva debido a que no solo se reduce a una simple representación de la realidad, sino que también involucra una forma de libre expresión en la cual la persona que realiza la *mímesis* puede llegar con ésta más allá de la realidad, la *mímesis* puede ir hasta donde no llega la naturaleza.

Pese a que en la época clásica no existe una distinción marcada entre lo que es *arte* y la artesanía, en Aristóteles ya existía una intuición de la distinción que se hará más adelante de las bellas artes, cuando separa las artes *miméticas* de la artesanía.

No fue entonces hasta el siglo XVIII que se realizó finalmente una delimitación del *arte*, basado en el concepto de las *bellas artes*, que se componían de la danza, la escultura, la poesía, la música, la arquitectura y la pintura. Es decir, el arte se divorcia de la artesanía.

Desde el siglo XVIII en adelante no había quedado ninguna duda de que los oficios manuales eran oficios y no artes, y que las ciencias eran ciencias y no artes: de este modo, sólo las bellas artes eran realmente artes. Y como esa era realmente la situación se pensó que era posible y adecuado denominarlas sencillamente artes, puesto que no existía ningún otro tipo de artes. Y esta terminología sí que fue aceptada; no sucedió inmediatamente, por supuesto, sino en el siglo XIX (Tatarkiewicz 2001)

Este término de las *Bellas artes* se hizo famoso gracias a Charles Batteaux, quien finalmente decidió ponerle nombre a esta delimitación, basado en las *artes imitativas* que mencionamos en la época clásica.

En la modernidad, ya no tenemos el problema inicial sobre ¿Qué es *arte*? Sino ¿Cómo es? Esto es un cambio importante de paradigma ya que comienza a desarrollarse la Estética con base en las nuevas reflexiones filosóficas empiristas que proponen una nueva visión que va a ser el *subjetivismo*.

El *subjetivismo* se refiere a la percepción y sentimientos del sujeto como el que dictamina un juicio estético sobre el objeto y deja de lado la idea de que el objeto antes de ser contemplado estéticamente posea una cualidad de belleza.

El *subjetivismo* se da gracias al nacimiento de la Teoría del Conocimiento, la cual consiste en el estudio de los procesos cognitivos del sujeto.

Por consiguiente, la belleza ahora no se encuentra en el objeto sino en la percepción del sujeto; lo cual significa que todo juicio estético recae en el sujeto con relación al objeto. A partir de este momento, no se puede decir que una cosa sea bella por sí misma, sino que es el sujeto quien tiene una experiencia agradable que le permite decir que la cosa es bella.

Si nos remitimos a Kant, vemos que lo bello es un juicio estético que no requiere un conocimiento a priori sino que es un juicio de gusto y éste no es reflexionante ni busca saber qué es lo bello, solamente lo contempla y lo siente. Este juicio del gusto es facultativo, es decir, todos poseemos la facultad de gustar de algo y decir que es bello.

El placer que sentimos en el juicio del gusto, lo exigimos de todos como necesario; como si al llamar a una cosa bella, se tratase para nosotros de una cualidad del objeto determinada por conceptos, y, sin embargo, la belleza no es nada en sí, independientemente de su relación al sentimiento del sujeto. (Kant 1876)

Lo que es universal entonces no es la belleza de un objeto sino la *facultad* que nos permite emitir un juicio estético, pues todos podemos experimentar lo *bello*.

La posibilidad que tenemos los humanos de experimentar lo bello, (porque lo bello es una experiencia) esa facultad, se debe a los sentimientos de placer desinteresado que despierta en nosotros el objeto, pues solamente cuando tenemos la experiencia es cuando decimos que algo es bello, antes de experimentar este sentimiento de lo que agrada, no podemos decir que haya una característica en el objeto que lo haga bello sin la percepción.

Es preciso recordar que toda esta reflexión Estética se da en medio del período de la ilustración, momento en el cual se plantea a la razón como una salida de la ignorancia que debe ser mostrada a las personas.

Este ideal de la ilustración atravesó varias esferas de conocimiento, tales como: la moral, la estética y por supuesto el conocimiento de carácter científico.

El movimiento romántico surge como consecuencia del endiosamiento de la razón que propone la ilustración.

En el romanticismo hay una rebeldía que pretende reivindicar los sentimientos del individuo, el arte, la Introspección como algo igual de importante que la noción de un saber práctico o científico. De hecho, en el texto El Programa Sistemático más Antiguo Alemán (Hölderlin, Schelling y Hegel) se habla de mitologizar la razón refiriéndose precisamente a unificar la razón y lo místico como un conocimiento integral, reconociendo lo segundo como otra dimensión del hombre que también encarna una verdad que es distinta a la de la razón.

Artistas como William Blake como principales exponentes perspectiva romántica a la hora de hacer sus pinturas y poemas con la particularidad poseían un misticismo que exploraba la dimensión metafísica del hombre, volviendo a la divinidad y a los sentimientos inconmensurables del ser humano.

Sin embargo, Blake no vuelve al misticismo involucrando los antiguos Dioses como dictadores de la moral, sino que muestra al ser humano como aquel que alberga su propia divinidad y misticismo.

Los poetas de la antigüedad animaron los objetos sensibles con dioses y genios, nombrándolos y dotándolos con las propiedades de los bosques, ríos, montañas, lagos, ciudades, naciones y todo lo que sus enormes numerosos sentidos podían percibir Así olvidaron los hombres que todas las deidades residen en el corazón. (Blake 1793)

En obras como *El Matrimonio entre el Cielo y el Infierno* Blake explora elementos metafísicos como el bien y el mal a partir de una visión humana, es decir, una visión que reivindica los sentimientos y el razonamiento como unidad (idea que nos remite a la mitologización de la razón que nos presenta Hegel, Schelling y Holderlin en El Programa Sistemático más Antiguo Alemán), una perspectiva que rescata la dualidad que alberga el ser humano, y nos sugiere

una ética en el sentido en que éste nos invita a reflexionar de manera *estética* sobre las acciones que edifican nuestra existencia.

En 1794, Schiller intuye en sus Cartas sobre la Educación Estética de la Humanidad que la belleza es la superación de los opuestos: razón y sensibilidad. Pues en el arte Schiller halla la manera de expresar una verdad que concilie lo particular y lo general, lo interno y lo externo, y esta manera es a través del Arte.

Recordemos que Schiller viene de la ola del Romanticismo Alemán. No es raro entonces que esta proposición de unión como verdad en el *arte* tenga similitud con lo que ya proponía Hegel, Holderlin y Schelling en El Programa Sistemático más Antiguo Alemán, aquella llamada mitologización de la razón como una unión y superación del dualismo ya citado anteriormente.

En esta unión del interior y el exterior, del fragmento y el todo, es donde Schiller encuentra una verdad que puede ser transmitida por medio de la *estética*, ya que la educación *estética* pasa primero por los sentidos.

En el libro de Hegel Introducción a la Estética éste nos dice que lo bello en Schiller es considerado como el resultado de la fusión de lo racional y lo sensible, ya que esta fusión es la realidad verdadera, es por esto que Schiller propone la educación a partir de los sentidos ya que la percepción del mundo que poseemos es de carácter estético.

El Arte en la actualidad

A continuación, nos comenzaremos a situar en la actualidad, para esto es necesario entonces hablar del giro que da este concepto a partir de unos cambios materiales en la forma en que se reproduce. Primero hablaremos de los fenómenos que se dan en la era digital para así analizar dichos fenómenos con relación al *arte*.

La internet es un fenómeno que nos ha facilitado la realización de distintas tareas al ser un medio global que procesa rápidamente información. En este sentido, podríamos comparar la llegada del internet con la revolución industrial ya que en esta última el nacimiento de nuevas herramientas tecnológicas que tienen como objetivo producir en masa, impactan al individuo a nivel económico, social y cultural.

Lo mismo sucede en esta época digital ya que la internet no es un fenómeno aislado que solamente nos ayuda en tareas de búsqueda rápida o de interacción social. La internet ha atravesado la dimensión económica, social y cultural, tal y como lo hizo en su momento la Revolución Industrial.

En sus inicios, la internet constituía una mera herramienta sin mucho poder ya que no muchos tenían acceso a esta tecnología, por lo tanto, no hacía parte de la vida cotidiana; pero esto cambió rápidamente, ya que como era de esperarse, cada vez se le fue facilitando al individuo la adquisición de esta nueva tecnología y se le comenzó a crear una necesidad inocente.

No nos percatamos de lo que estaba ocurriendo, no creíamos que esta nueva herramienta fuese el comienzo de todo un cambio de paradigmas y percepciones. Simplemente nos dejamos envolver en la bruma de las demandas de rapidez a las cuales nos somete la modernidad líquida, como la denominaba Bauman.

Así pues, tampoco nos percatamos de que el capitalismo no es solamente un modelo económico sino toda una estructura de pensamiento que nos dictamina cómo vivir dentro de este sistema, es decir, el capitalismo absorbe y transforma la dimensión social, política y cultural del individuo.

En este orden de ideas, el capitalismo absorbe cada nueva tecnología y la utiliza para su beneficio, resignificándola en consumismo.

Las redes sociales son reconocidas plataformas que están hechas para interactuar con otras personas de forma rápida, ya sea por mensajería o videollamadas. Sin embargo, estas plataformas no son sólo serviciales a nivel de mensajería, sino que también dan cabida a un ciberespacio que nos dice constantemente cómo debemos vivir, cuáles son los objetivos que deberíamos tener en la vida, es decir, este ciberespacio es la más grande máquina del sistema para homogenizar la masa, encuadrándola dentro del sistema.

El impacto de la producción masiva de la obra en el concepto de *arte* y estética la va esbozar muy bien Walter Benjamin en su libro *La Obra de Arte en la Época de su Reproducibilidad Técnica*.

Si bien nos encontramos en el siglo XXI, nos remontaremos al siglo XX para hablar de la actualidad, puesto que es allí donde Benjamin comienza a analizar una serie de fenómenos en el arte a nivel material y conceptual que nos servirá para someter a juicio reflexivo las nuevas herramientas digitales Instagram y Facebook y cómo éstas impactan en el concepto de arte en la actualidad.

Benjamin desarrolla su pensamiento a la luz de la teoría crítica, entendiendo teoría crítica como aquella que critica el sistema capitalista bajo el cual se encuentra organizada la sociedad y la percepción del individuo, examinando las herramientas de las que se sule el capitalismo para fortalecerse y conseguir un mayor grado de alienación.

Tiempo después de la invención del cine y la fotografía, Benjamin propone una mirada crítica hacia estos nuevos medios de masificación del *arte* para someterlos a reflexión y así analizar las consecuencias de dichas tecnologías en el concepto de *arte*, tal y como se hace en la corriente de la teoría crítica.

El cine al no tener un aquí y un ahora, pierde su carácter aurático entendiendo el aura como el aquí y el ahora de la obra, pues el aura representa en la obra su paso del tiempo y originalidad. Esta originalidad de la obra se pierde cuando ésta puede ser producida en masa, puesto que su aquí y su ahora puede ser cualquiera.

Si bien Benjamin nos pone de ejemplo el cine en este análisis sobre las consecuencias de que la obra de *arte* no sea “aurática” al ser reproducida en masa, se hace casi predictivo lo que nos plantea cuando establecemos un diálogo entre Benjamin y lo que acontece actualmente con las nuevas tecnologías como la internet, ya que en esta nueva herramienta se ha afianzado a niveles inimaginables lo que ya presentía Benjamin en los inicios de este cambio de paradigma.

Si en los comienzos del cine el aura se perdía, ahora, en la era digital perdemos totalmente la huella aurática con la capacidad de difusión masiva que nos ofrece la internet; pues no solamente el cine se vuelve digital y se reproduce a gran escala con esta herramienta, sino que el *arte* en general sufre un cambio de intencionalidad, de significado, a raíz de este cambio en los medios de producción y reproducción.

Este cambio de paradigma en el concepto de *arte* posee unos términos específicos en Benjamin tales como “valor de culto” y “valor de exhibición”.

Antes de la producción masiva de la obra de *arte*, ésta poseía un valor de culto en el sentido en que la obra de *arte* poseía un “aquí y ahora” y el público solamente podía acceder a la obra original puesto que no existía la manera de reproducirla masivamente.

Si bien Benjamin nos aclara que siempre ha existido la manera de replicar una pintura, no se podía hacer de manera volátil y tecnológicamente como hoy día, y tampoco se perdía el valor de la originalidad, puesto que la obra, aún siendo replicada manualmente, no perdía su “aquí y ahora”. Pero luego de la producción masiva, la obra pasa de tener un valor de culto a un valor de exhibición; es decir, ahora el valor de la obra reside en la masificación de esta.

Varios de los elementos que encontramos en Benjamin adquieren un valor casi predictivo cuando lo comparamos con fenómenos específicos actuales como la internet y las redes sociales.

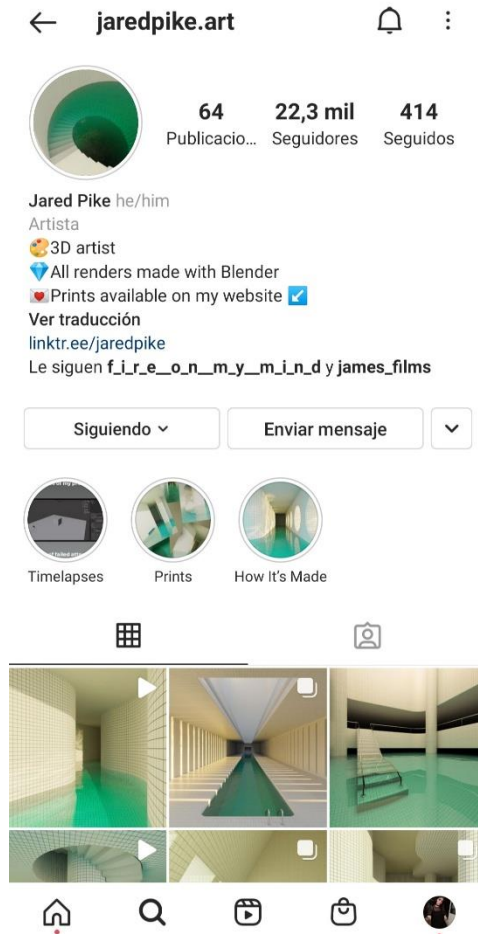
Tal como anuncia Benjamin en *La Obra de Arte* en la época de su reproducción masiva, el hecho de que bajo unos nuevos parámetros técnicos, refiriéndose a la prensa como ejemplo, se comienza a perder la distinción entre autor y público debido a el buzón abierto que abrió la prensa, y como consecuencia de ello, el lector no sólo está determinado a su posición de lector sino que también se convierte en autor, está listo para escribir.

Ahora bien, este suceso que anuncia Benjamin se vuelve predictivo en tanto que actualmente, millones de usuarios quieren producir contenido artístico a través de Instagram y Facebook.

Lo que ocurre, siguiendo la lógica de Benjamin aplicada a las redes sociales, es que se desdibuja casi por completo la distinción entre el artista y el espectador, puesto que quien consume contenido artístico también se encuentra en capacidad de producirlo y puede hacerlo casi que simultáneamente, compartiendo su contenido y a su vez consumiendo.

Esto podemos verlo ejemplificado a la perfección en Instagram donde una persona que se autoprocama artista comparte contenido en su perfil con miles de seguidores (es decir, consumidores) y a su vez sigue a otros cientos de artistas y los comparte.

En la siguiente imagen analizaremos varios elementos a nivel artístico y cultural partiendo de la red social Instagram.



tomado de: https://www.instagram.com/jaredpike.art/?utm_medium=copy_link

Esta imagen es una captura de pantalla tomada de la plataforma Instagram. Como podemos ver, en la parte superior aparece el número de “seguidores” de este artista, los cuales son personas que tienen una cuenta en la plataforma y siguen el contenido específico de este, al lado de los seguidores, encontramos otro ítem que son los “seguidos”, los cuales son las cuentas que, a su vez, este artista sigue. En la mitad, justo antes de las imágenes que constituyen el contenido de la cuenta, encontramos tres “historias destacadas” en las cuales nos muestra cómo realiza su *arte*, expone su técnica, y nos muestra cómo adquirir “prints” de su *arte*, los “prints” son impresiones de las imágenes que realiza este artista en alta calidad en un papel especial, esta compra se realiza por internet y el artista puede realizar miles de impresiones y así miles de personas pueden tenerlas físicamente y todas éstas serían

imágenes “originales” de la obra, aunque la originalidad actualmente no juega un papel importante, pues el espectador podría tomar la imagen de la página de este artista e imprimirla en alta calidad, más bien se trata de apoyar el trabajo que realiza esta persona, comprando los “prints” directamente de su página.

Algunas de las cuentas que sigue este artista son de otros artistas y a veces comparte el contenido de estos otros artistas en su página, fomentando así el consumo de contenido en usuarios que lo siguen, mientras él mismo consume y expone su *arte* para ser consumido.

En la imagen podemos ver el tipo de *arte* que realiza este individuo, y se trata de un *arte* digital, imágenes de piscinas realizadas con programas digitales que se realiza en un computador; esto es fundamental para comprender el cambio en la técnica del *arte* dependiendo del contexto en el que nos encontramos, y actualmente nos encontramos en la era digital. Cambia entonces la forma de hacer *arte*, ya no sólo es pintura, ya no sólo es música, sino que se utilizan las nuevas tecnologías para realizar *arte*.

Este arte que vemos en la imagen busca generar emociones, busca realismo tal y como planteaba Aristóteles con la mimesis, es decir, la perfecta imitación de la realidad y se queda meramente allí, instalado en la sensación y el perfeccionamiento de la técnica; es decir, no es *arte* emancipatorio.

¿Qué ocurre cuando la Mona Lisa puede ser vista en cualquier momento y lugar del mundo?

Es claro que la Gioconda tiene su aquí y su ahora en el museo de Louvre y ésta da cuenta del paso del tiempo en su materialidad y en ese aspecto aún posee una originalidad; sin embargo, la virtualidad le confiere un valor capitalista, ya que la Gioconda puede ser fotografiada y fácilmente difundida a través de Instagram y Facebook.

Estas plataformas o redes sociales las ayudamos a fortalecerse y generar ingresos monetarios, solamente dando clic, mientras que quien da clic o comparte contenido en redes como Instagram, por lo general, no se lucra de esto.

Cientos de millones así llamados “productores de contenido” cuelgan sus contenidos en internet sin recibir ningún tipo de compensación con el contenido producido, no tanto por el trabajo intelectual de generar ideas como por el trabajo manual de usar el teclado. Y las ganancias son apropiadas por las corporaciones que controlan los medios materiales de producción virtual. (Groys 2014)

Pero no todo es tan fatal. Aunque ayudamos a subsistir estas plataformas que por lo general representan alienación en el sentido en que pretenden que el individuo no quite su mirada de éstas y que todo el tiempo esté consumiendo contenido a través de las redes sociales, debemos reconocer que gracias a éstas podemos conocer obras de *arte* tan lejanas que de no ser por la reproducción masiva de la obra, no podríamos tener acceso a ellas. Esto lo vemos en las redes sociales

Por otra parte, la resignificación de la obra traducida en objeto de consumo no solamente se da con el mero hecho de virtualizarse a través de estas redes sociales, sino que, cuando esto sucede, la obra es propiedad pública. Es decir, cualquiera con acceso a internet, obtiene la obra, y al obtenerla puede utilizarla para fines distintos de los que fue hecha originalmente. Siguiendo con el ejemplo de la Mona Lisa, ésta puede ser utilizada en un meme, o bien puede ser estampada en una camiseta para volverse así mercancía, como veremos a continuación



Tomado de: https://instagram.com/_threeup?utm_medium=copy_link

En este punto, la obra de arte pierde toda ritualidad. Si bien en algún momento del renacimiento el *arte* se desliga de lo religioso, todavía existe el valor de culto a la obra original. En este sentido, afirmamos que se pierde toda ritualidad y valor de culto en la actualidad puesto que la obra de *arte* puede ser colectivizada y utilizada al antojo de cualquier individuo con acceso a internet.

Como ya lo plantea Boris Groys en *Volverse Público*, la internet posee un hardware capitalista y un Software comunista, es decir que para acceder al mundo de la internet debemos adquirir con dinero unos dispositivos específicos y pagar el servicio de internet, pero una vez

que obtenemos estos dispositivos y podemos navegar dentro de este ciberespacio, casi que desaparece el concepto de “propiedad privada” debido a la colectivización de la información.

El paso decisivo en la proletarización y explotación del trabajo intelectual y artístico se dio, por supuesto, con el surgimiento de Google. El motor de búsqueda de Google opera fragmentando los textos individuales en una masa no diferenciada de basura verbal: cada texto individual que tradicionalmente se mantiene junto gracias a la intención del autor resulta disuelto, con oraciones particulares que se pescan y se recombinan con otras oraciones perdidas que supuestamente tienen el mismo “tema”. (Groys 2014)

Esta proletarización de la que nos habla Groys, implica poder descargar contenido de internet, así como descargar la imagen de la Mona Lisa o cualquier otra obra de *arte* y resignificarla modificándola como podemos ver en la anterior imagen.

En la imagen de la Gioconda con tapabocas, podemos ver no sólo que se le da una connotación graciosa a la obra original, sino que da cuenta de un contexto específico en el que nos encontramos. Por un lado, da cuenta de la era de los memes, en la cual se utiliza la comedia como lenguaje universal por medio de la imagen y por otro lado, da cuenta de un momento histórico que estamos atravesando con la pandemia del Covid19.

La Mona Lisa estampada en una camiseta es perfecta para ejemplificar lo que le hace al *arte* la masificación, lo convierte meramente en objeto de consumo y cambia el diálogo entre el espectador y la obra, tal y como ocurriría en un espacio como un museo que es un lugar al que el espectador podría entrar con una disposición para la experiencia estética de la obra al encontrarse con su originalidad y su rastro en el tiempo.

El diálogo entre el espectador y la obra cambia en el sentido en que el espectador, como mencionamos anteriormente, ya no se limita a ser espectador, sino que está listo para convertirse también en productor de contenido y está en capacidad de apropiarse de la obra, puesto que ésta es colectivizada gracias al internet, entonces el espectador a menudo utiliza las obras para modificarlas y no para contemplarlas.

Cuando el espectador no modifica la obra y se queda en su papel de espectador, por lo general, debido a la época digital y volátil en la que nos encontramos, suele darle una mirada trivial a la obra, es decir, no suele ir primero al encuentro con la obra y contemplar lo que ésta tiene para decirnos simbólicamente, no se toma el tiempo para apreciarla y sentirla, porque no hay disposición para ello sino que nuestros intereses se encuentran dirigidos culturalmente hacia el consumo rápido y superficial de contenido, esta educación del consumo rápido y superficial se la debemos en gran parte a la internet y los celulares con acceso a ésta.

A continuación, veremos una foto tomada en el museo de Louvre de una aglomeración de turistas intentando tomarle foto al cuadro de la Mona Lisa:



Esta foto tomada en el museo de Louvre da cuenta de un fenómeno fundamental en la actualidad digital del que veníamos hablando anteriormente:

No hay disposición para la contemplación de la obra porque, por un lado, nos encontramos con una época en la que nuestra percepción del mundo está viciada por la internet, que es una herramienta de la que se sirve el capitalismo para dictaminarnos que nuestra vida debería ser pública a través de las redes sociales. Por consiguiente, nos vemos en la obligación de tomar una foto para mostrar que estamos viendo la Mona Lisa en el Museo de Louvre, y así es como se desplaza a un último plano tener una experiencia estética con la obra original de la Mona Lisa por fuera de lo digital.

Es fácil deducir que las personas le toman fotos a la Mona Lisa y se toman fotos con ella porque su interés reside en mostrar que conocieron la Mona Lisa, puesto que fuera de este objetivo, otros no tienen mucho sentido, ya que la obra se puede encontrar fácilmente en buscadores como Google o en plataformas como Instagram.

Recientemente, tuvimos una conversación con una persona que visitó el Museo de Louvre y ésta comentaba que al entrar al museo y ver toda esta gente tomándole fotos a la Mona Lisa le causó pereza de ir entre la aglomeración a ver la obra y a su vez pensaba que era una tontería puesto que podía verla en su celular sin necesidad de esperar entre la gente que sólo se arrimaba a fotografiarse con ésta. En esta pequeña conversación podemos ver la pérdida del valor de culto, ya no interesa la originalidad en la obra como evidencia de su paso en el tiempo en su aquí y su ahora, si podemos tener una obra en un formato digital, está bien, es más rápido, la podemos ver en cualquier momento y es la misma obra (pero no es la obra).

El arte actualmente posee un valor de exhibición porque no pretende quedarse en un espacio específico sino que hay una pretensión de masificación, hay un cambio en la intencionalidad según este nuevo valor en el *arte*.

Debido al fenómeno de producción masiva de la obra, el *arte* se realiza con un objetivo político; entendiendo por político la dimensión social del ser humano que se encuentra en la interacción con el otro.

No es lo mismo cuando el *arte* se realiza para una pequeña parte de la población que va a ir al encuentro con la huella aurática de la obra que cuando éste se realiza para la globalización, pues en ambos casos la intencionalidad del artista es distinta y es allí donde reside el paso del valor de culto al valor político.

Ahora el *arte* no se reduce a la contemplación y si bien esto es negativo en tanto que se pierde el sentido místico de la obra que reside en el sentir y el interpretar el simbolismo de la obra original, también posee un lado positivo puesto que el *arte* hecho para las masas puede causar un impacto a nivel perceptivo y proponer una reflexión disruptiva partiendo de los sentimientos del espectador, en vez de un *arte* que solamente nos brinda comodidad y entretenimiento.

En este punto es necesario comenzar a hablar de un término crucial para nuestra investigación y es el concepto de Industria Cultural.

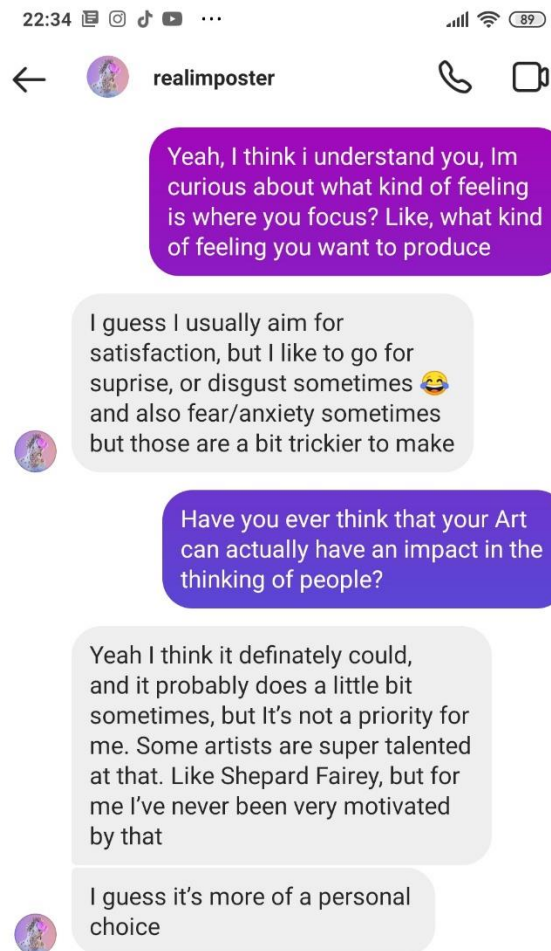
Este concepto lo utiliza Adorno y Horkheimer para determinar cómo los medios de comunicación y producción masivos son apropiados por parte del sistema para reforzar el orden ideológico que se le impone a la masa y esto se hace a través del entretenimiento.

Horkheimer y Adorno intuyeron esto en una época donde apenas se encontraban en auge nuevas tecnologías de difusión masiva en el ámbito del entretenimiento, como por ejemplo la radio, el cine y la televisión. Sin embargo, podemos aterrizar este concepto de industria cultural a la realidad actual de una manera mucho más drástica de lo que ellos lo planteaban; pues si bien en la época donde Horkheimer y Adorno se encontraban ya se vislumbra la alienación por parte de los medios masivos, ésta aún no llegaba a su máximo esplendor.

Diríamos que el máximo esplendor del capitalismo lo estamos viviendo en estos momentos, puesto que nunca de la internet había existido un medio que fuese tan rápido y efectivo para llevar cierto contenido a todo tipo de personas. Con la televisión se alcanzó un alto número de la población, pero esto pasa a otro nivel cuando hablamos de la incursión del smartphone en la vida cotidiana; por donde miremos, las personas tienen uno de estos dispositivos a la mano, y en la mayoría de los casos, tener un dispositivo de estos, implica a su vez tener cuentas en distintas redes sociales, entonces estamos hablando de una alienación a gran escala.

Si bien en la internet existe una libertad a la hora de publicar contenido, existe adormecimiento para actuar en concordancia con un discurso de carácter revolucionario, pues es tal el grado de alienación

A continuación, veremos un fragmento de una entrevista que se le realizó a un artista digital a través de Instagram.



Traducción:

-Me da curiosidad acerca del sentimiento en el que te enfocas (a la hora de hacer *arte*) y qué clase de sentimiento quieres producir.

Artista: Creo que usualmente apunto al sentimiento de satisfacción, pero me gusta ir por la sorpresa o el disgusto a veces y también miedo o ansiedad, pero esos son más complicados de hacer

-¿Alguna vez has pensado que tu arte puede realmente tener un impacto en el pensamiento de las personas?

Artista: sí pienso que definitivamente podría, y probablemente lo hace un poco a veces, pero no es una prioridad para mí. Algunos artistas son súper talentosos en ello, como Shepard

Fairey, pero yo nunca me he sentido muy motivado respecto a eso. Creo que es más una decisión personal.

El *arte* que realiza este artista no consiste en imágenes como el artista que analizamos en la primera imagen, sino que consiste en la renderización de imágenes en 3D por medio de programa digitales pero la renderización de este artista no se queda en imágenes sino que trasciende a la animación.

Las animaciones cortas de este artista nos llamaron la atención porque nos topamos con una animación llamada “Billionaire” con la cual sentimos algún tipo de reflexión y crítica respecto a la actualidad; sin embargo, cuando fuimos al encuentro con el artista y cuestionarlo sobre su *arte*, nos damos cuenta de que en realidad su verdadero objetivo no es enunciar una crítica, ni sembrar duda o reflexión en el espectador sino que el artista simplemente busca generar un sentimiento intenso ya sea de satisfacción o disgusto, aunque como vemos en la entrevista, por lo general el artista busca que la sensación sea de satisfacción.

Conclusión: La necesidad del Arte emancipatorio

Como bien dice el artista en la entrevista anterior, el hecho de volver o no el *arte* una cuestión política es cuestión de elección personal.

Al navegar por Instagram no vemos demasiado contenido artístico de carácter emancipatorio, pues por lo general, el *arte* que abunda en redes sociales es aquel *arte* superficial que se queda netamente en el entretenimiento, no tiene un fin trascendental aparte de generar emociones pasajeras en el individuo.

Le llamamos entonces *arte* trascendental a aquél que es disruptivo y causa en el individuo un impacto que lo hace pensar y replantearse su posición frente a ciertos estatutos establecidos acerca de cómo vivir, ese *arte* reivindicador es el que tendría que abundar en la época actual para lograr recuperar la experiencia de la vida por fuera de la pantalla, por fuera del mero consumo, necesitamos volver a lo sagrado, quizá no en la forma en que se concebía en la época clásica cuando esto estaba directamente relacionado a la religión, pero sí necesitamos recuperar esa parte orgánica del ser humano que se ha perdido en medio de la tecnología.

Pero para lograr esta recuperación de lo sagrado y repensar nuestra existencia es necesario recurrir a las mismas herramientas que el sistema capitalista nos brinda y sembrar la semilla desde dentro. No se trata de acabar el sistema, se trata de vivir conscientemente, y esto puede lograrse a través de la experiencia estética que puede llegar a crear un artista con su arte.

La experiencia estética (...) “Puede ser una experiencia de una visión utópica que guíe a la humanidad desde su condición actual hacia una nueva sociedad en la que reine la belleza; o, en términos un poco diferentes, que redistribuya lo sensible de modo tal que reconfigure el

campo de visión del espectador, mostrándole ciertas cosas y dándole acceso a ciertas voces que permanecían ocultas o inaccesibles. Pero también puede demostrar la imposibilidad de proveer experiencias de una estética afirmativa en medio de una sociedad basada en la absoluta comercialización y mercantilización del arte que, en principio, atenta contra la posibilidad de una perspectiva utópica” (Groys 2014)

En la anterior entrevista el artista menciona otro artista llamado Shepard Fairey que sí enfoca su contenido en realizar un cambio trascendente al presentar una contraposición a ciertos parámetros de pensamiento a los cuales estamos habituados y no hemos sometido a juicio.

El ser humano a menudo acepta las estructuras de pensamiento dadas culturalmente sin cuestionarse si esto es lo correcto porque es lo aprendido en el hogar y posteriormente en sociedad.

Lo que busca este artista es desmontar ideologías de carácter racista, buscando la equidad a través de su *arte*, plasmándolo no solamente en redes sociales sino en murales, en las calles y museos.

Este artista se sirve de las redes sociales para así tener mayor alcance y lograr un verdadero Impacto a nivel social, y es aquí donde vemos cómo se lleva a cabo una función política del arte en una época donde nos encontramos aún sumergidos en ideas impuestas por la tradición, en discursos de odio disfrazados de humor.

En la siguiente imagen este artista nos muestra a través de su cuenta en Instagram cómo plasma su arte en las calles buscando un despertar, una consciencia, en este caso, acerca del racismo:



obeygiant



Tomado de: https://instagram.com/obeygiant?utm_medium=copy_link

A continuación hablaremos de un artista polaco llamado Pawel Kuczynski, el cual realiza *arte* emancipatorio a partir de técnicas como la pintura, lápices y acuarela.

Su *arte* se enfoca en causar una pausa en el espectador para pensar y analizar no sólo la obra sino que a partir de ésta hay una invitación a repensar la cotidianidad, sin necesidad de palabras, es un *arte* que te obliga a detenerte en él, pero no sólo a contemplarlo sino que nos lleva a otro nivel transformando incluso nuestra perspectiva frente a distintos fenómenos que se nos presentan en la actualidad.

Este artista es nuestro ejemplo perfecto de *arte* disruptivo, pues a pesar de que utiliza técnicas tradicionales, utiliza redes sociales como Instagram para tener un mayor alcance y crear un impacto significativo; aunque cabe notar que no todos los seres humanos desean o necesitan esta emancipación y es por esto que este tipo de artistas no tienen mucha fama o logran una alta difusión. Pues la alienación a la que nos enfrentamos es tan grande que aún sabiendo que estamos alienados, no podemos desligarnos totalmente del *arte* de entretenimiento que es creado por y para el capitalismo.

A continuación, veremos algunas obras de este artista:



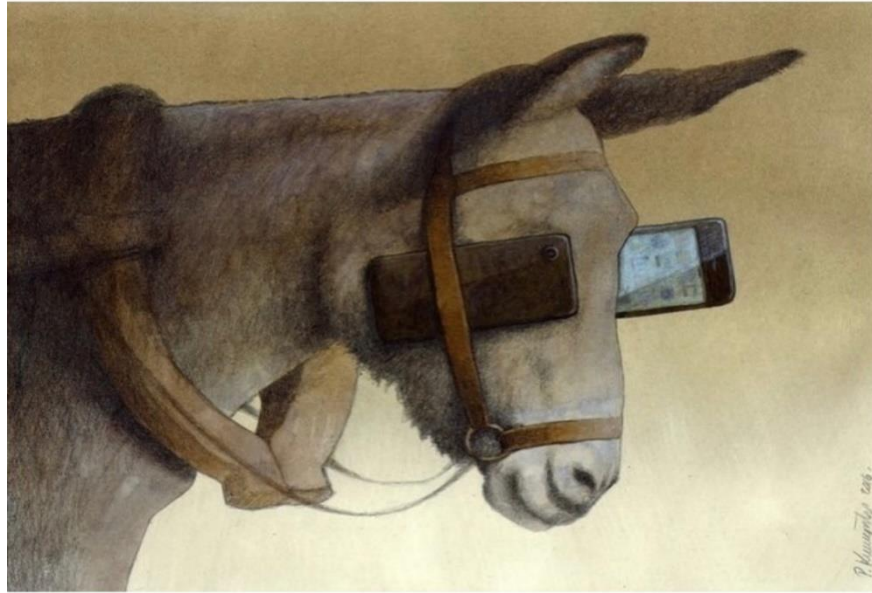
pawel_kuczynski1



Tomado de: https://instagram.com/pawel_kuczynski1?utm_medium=copy_link



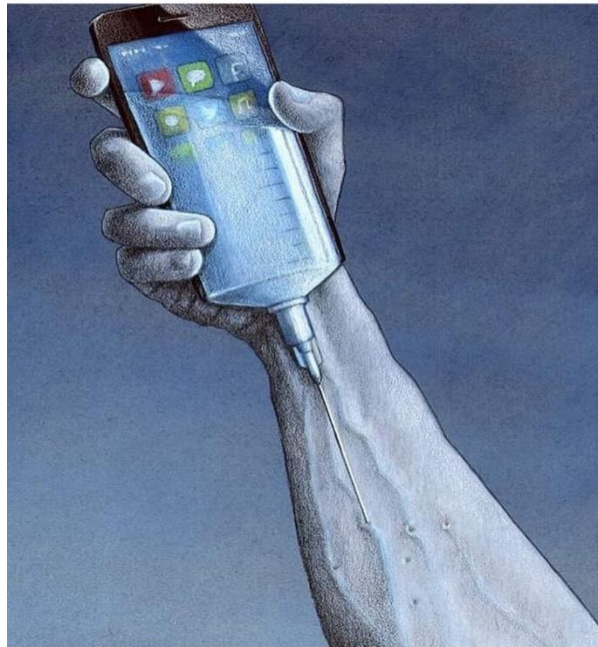
pawel_kuczynski1



Tomado de: https://instagram.com/pawel_kuczynski1?utm_medium=copy_link



pawel_kuczynski1



Lo que analizamos en estas imágenes es una fuerte crítica hacia la perspectiva que nos impone la internet y que atraviesa toda la existencia y pensamiento del individuo, este *arte* nos invita a pensar por nosotros mismos y observar el fenómeno de la internet con una mirada crítica.

En la última imagen podemos ver claramente cómo plantea este artista lo adictivo que se han vuelto las redes sociales y cómo a través de esta adicción constantemente perdemos nuestra vida tras una pantalla persiguiendo falsas metas e ilusiones como lo son los *likes* en Facebook o Instagram, por ejemplo.

Nos encontramos en una época donde no sólo somos adictos al celular y las redes sociales, sino que éstas no promueven en la masa una cultura de pensamiento crítico, sino que se promueve una cultura de imágenes donde la atención es volátil y existe poca concentración y detenimiento en una sola cosa. El mensaje para la masa es claro, es un mensaje que se centra netamente en tratar al individuo como un consumidor y no como un ser humano, dejando así de lado la parte ritual, la dimensión sagrada en el ser humano para reemplazarla por una experiencia consumista a través de nuevas tecnologías que reafirman nuestra mentalidad en producir-consumir.

Concluimos entonces que en una época donde la humanidad se encuentra dominada por la internet y se encuentra adormecida gracias a los nuevos dispositivos productores de información, es necesaria la reproducción masiva de un arte disruptivo; este arte transgresor debe buscar sacarnos de la comodidad y el letargo para ponernos en sintonía con el trasfondo de las estructuras de pensamiento a las que nos han acostumbrado y que aceptamos sin cuestionar, educándonos así para una estética de la vida cotidiana. Es decir, el *arte* no solamente debe hacernos reflexionar de la manera en que un ensayo lo haría, el *arte* debe partir de las emociones del individuo para que desde allí comience una educación estética, pues si bien el *arte* educa nuestros sentidos, debe educarlos para la cotidianidad, para el contexto político al que estamos sometidos constantemente con las relaciones humanas.

Bibliografía

Oliveras, Elena. *Estética la Cuestión del Arte*. Buenos Aires: Grupo Editorial Planeta S.A.I.C 2005

Benjamin, Walter. *Obras libro 1 vol 2*. Madrid: Abada editores S.L 2008

Blake, William. *El Matrimonio entre el Cielo y el Infierno*. Madrid: Cátedra 2002

Groys, Boris. *Volverse Público*. Buenos Aires: Abada Editores, 2014.

Hegel. *Introducción a la Estética*. Barcelona: Ediciones Península, 1985.

Hölderlin, Schelling, y Hegel. *Esbozo El más antiguo programa sistemático del idealismo Alemán*. Traducciones Menores, 1986.

Horkheimer, Max & Adorno. Theodor. *La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas*. Buenos Aires, 1988.

Kant, Emanuel. *Crítica del juicio seguida de las observaciones sobre el asentimiento de Lo bello y lo sublime*. Madrid, 1876.

The Social Dilemma. Dirigido por Director Jeff Orlowski. Año 2020.

Schiller, Friedrich. *Cartas sobre la educación estética del hombre*. Cuyo: Universidad Nacional de Cuyo, 2018.

Tatarkiewicz, Wladyslaw. *Historia de las Seis Ideas*. Madrid: Technos, 2001.

Tatarkiewicz, Wladyslaw. *Historia de la Estética*. Madrid: Akal 1991.