

**El arte: campo de batalla para la lucha
de clases e ideales**

Oscar Ponce

oscar.ponce@ues.edu.sv
Departamento de Filosofía
Universidad de El Salvador

Recibido:

24 de julio de 2017

Aceptado:

18 de agosto de 2017

Resumen

El arte es un producto cultural sujeto a las dinámicas históricas, por tanto, su crítica y estudio debe realizarse desde el plano de inmanencia teniendo en cuenta que en la producción y consumo del arte hay intereses políticos e ideológicos concretos, por lo que es inviable la visión romántica de la producción artística como producción de belleza disociada de la facticidad de la historia. La producción artística sirve para la difusión de ideales políticos.

Palabras clave:

Arte, politización del arte, estetización de la política, carácter ritual.

Abstract

Art is a cultural product that is subject to the historical dynamics, therefore, its criticism and study must be realized from the plane of immanence taking into account that in the production and consumption of art there are concrete political and ideological interests, reason why is Unfeasible the romantic vision of artistic production as production of beauty dissociated from the facticity of history. The artistic production works for the political ideologies.

Keywords:

Art, art's politicization, ritual character.

El arte: campo de batalla para la lucha de clases e ideales

Oscar Ponce

oscar.ponce@ues.edu.sv
Departamento de Filosofía
Universidad de El Salvador

Queremos glorificar la guerra- única higiene del mundo- el militarismo, el patriotismo, el gesto destructor de los anarquistas, las bellas ideas que matan y el desprecio a la mujer. Queremos demoler los museos, las bibliotecas, combatir el moralismo, el feminismo y todas las cobardías oportunistas y utilitarias.

Filippo Marinetti

Introducción

Los productos culturales, en tanto que productos históricos deben ser interpretados desde el plano de inmanencia, esto significa recurrir a condiciones objetivas y materiales de existencia, éstas se concretizan en la historia. El arte, el lenguaje, la costumbre, el derecho entre otros, como productos culturales son productos históricos, ergo, no escapan de la dinámica de la historia. La teoría marxista está consciente de tal situación, por ello, propone un estudio histórico de los fenómenos. Pretender que los productos culturales carecen de historicidad es caer en el error metafísico fundamental del positivismo ingenuo, que quita lo vital de cada fenómeno para tratar de estudiarlo como un elemento atómico desprovisto de carga histórica e interés social.

La historia como proceso dinámico está marcado por la lucha y las contradicciones, el avance histórico acaece como resultado directo de la superación de las contradicciones inherentes a las sociedades. La historia misma es la dinámica de la lucha y las contradicciones. “Toda la historia de la sociedad humana, hasta la actualidad, es una historia de lucha de clases.” (Marx & Engels, 2002 p. 53) esta lucha se lleva a cabo en todos los productos culturales, cada uno de ellos sirve como campo de batalla para superar las contradicciones de clases.

En el presente artículo se hace una aproximación al arte desde su historicidad como producto cultural, se describe cómo se ve el arte en los regímenes totalitarios del fascismo y el nazismo, luego se describe cómo se ve en el capitalismo para finalmente concluir como debe ser un arte al servicio de la liberación.

Método de investigación

El presente opúsculo es el resultado de aplicar un método cualitativo para resolver el supuesto que el arte es una manifestación cultural que sirve como espacio para desarrollar la lucha de ideales políticos. Primero se estableció la naturaleza social e histórica del arte, su caracterización y su origen, luego se hace una interpretación de dichos elementos a partir de la dualidad, opresor y oprimido. En esta interpretación se proponen ejemplos de los usos que ha tenido la expresión artística para fines políticos.

Esta interpretación se hace desde una lectura de Walter Benjamin, quien observa cómo el arte sufre un cambio en su función en el capitalismo y se convierte en una mercancía desprovista de su carácter original y se torna en un instrumento de propagación ideológica, sobre todo el fascismo.

El arte como interpretación de la realidad

El arte está indisolublemente ligado al del lugar de enunciación, su comprensión y goce también refiere, necesariamente, a un orbe sociológico implícito y esencial en la obra. En toda obra de arte está presente la perspectiva personal y social del artista, éste no puede crear fuera de su entorno, precisamente la originalidad de todo producto cultural, depende del compromiso del autor con sus propias circunstancias sin el reconocimiento y plasmación de sus condiciones propias en la obra de arte ésta sería vacía y sin valor, una artesanía más que una obra de arte.

La autenticidad de la obra de arte implica un compromiso ético y político, el artista plasma una realidad según su marco categorial, que le permite entenderla y representarla. Esto significa que la obra de arte tiene una carga subjetiva que configura su contenido semiótico, así evidencia también su conformidad o disconformidad con un estado presente de cosas.

“Ciencia” e “ideología¹” son términos de la teoría social marxista según la cual, la ciencia es la verdadera percepción y comprensión de la realidad mientras la ideología es un conjunto de ideas falsas y distorsionadas presentadas por aquello que tienen un interés en resistirse al cambio social radical. Esto implica que el arte está a la mitad del camino entre ambas, por tanto, tiene una naturaleza dual. Por un lado, en efecto se encuentra una representación del mundo en el arte, pero no tan fidedigna como se cree. El arte expresa, en parte, los límites históricos de la percepción de cada sociedad y periodo específico. Por ello el arte es ideológico, porque

1 La connotación usada por Gharam refiere a Engels y no a Marx, y es refutada por otros marxistas.

disfraza, interpreta la realidad. Por otro lado, el arte se reconoce como arte. Es decir, se entiende como algo proveniente de la imaginación, no es investigación científica y por ende, puede revelar la irrealidad del mundo ideológico, mostrarlo hecho de ideas e imágenes. (Graham, 2005 p. 231)²

La naturaleza de la obra de arte es la representación de una realidad desde la interpretación del artista, esto indica que la objetividad en el arte es imposible de conseguir, incluso la obra hiper-realista está teñida de la subjetividad del artista; la elección del título para una obra está marcando la relación entre signos y el sentido de éstos. En toda obra de arte hay un sesgo perteneciente al artista por lo que la creación artística es también un campo de batalla entre intereses, perspectivas e interpretaciones sobre la sociedad y la realidad. La producción artística tiene en el fondo un signo político.

Los sistemas políticos y sociales han hecho uso del arte como herramienta propagandística a favor de sus ideales. El artista, sin saberlo en algunas ocasiones, está al servicio de una visión política del mundo. La obra que produce brinda una interpretación del mundo desde su perspectiva subjetiva e individual, más esta subjetividad es producto de situaciones

2 Science' and 'ideology' are terms from Marxist social theory according to which science is the true perception and understanding of reality while ideology is the false and distorting set of ideas in which reality is presented by those who have a vested interest in resisting radical change. To say that art is halfway between the two, therefore, is to say that it has a dual nature. On the one hand, we do find a reflection of the world in art, but not as it really is so much as how people take it to be. Art expresses, in part, the historically limited perceptions of each particular society and period. To this extent art is ideological because it disguises reality. On the other hand, art is recognized as art. That is to say, it is understood to be the outcome of imagination, not scientific inquiry, and because it is understood in this way it can also reveal the unreality of the ideological world, show it to be made up of ideas and images. Texto original en inglés, traducción del autor.

concretas e históricas, depende del lugar que ocupa en la sociedad y del tipo de sociedad a la que pertenece.

La obra de arte es una realidad objetiva indiferente, *prima facie*, a otras realidades materiales pero su característica ontológica propia se revela al ser percibida por la conciencia de un espectador. La obra de arte se consolida como tal cuando genera goce estético en una conciencia subjetiva que valora la belleza intrínseca en la obra.

Todo esto significa que esta ópera o cualquier otra composición musical, alcanza su realización estética hasta que es oída por una conciencia; pues, puntualmente, gracias a la conciencia las dichas obras se tornan objetos estéticos, ello es, objetos de experiencia estética.

En otras palabras: la obra de arte es concebida para ser objeto de vivencia. Aquella estatua de Miguel Ángel, este mural de Diego Rivera yace allí, es cierto; todos pueden verlos como objetos reales, pero sólo quienes se acerquen a ellos con intención artística, descubrirán su belleza. (Larroyo, 1961: 359)

La obra de arte tiene propiedades objetivas inmediatamente perceptibles sensorialmente, no obstante, también posee cualidades perceptibles únicamente para la conciencia refinada en la que genera el goce estético. La comprensión y gozo de la obra de arte se da en diferentes niveles, todos vinculando las conciencias subjetivas del artista y el espectador.

La obra de arte como tal nace en una conciencia, la del artista, y se propaga en y otras conciencias, la de los contempladores. La obra misma contiene las cualidades objetivas que provoca la experiencia estética, porque un espíritu las puso

allí previamente. Precisa buscar, por ello, el origen y fundamento del hecho estético en la conciencia humana. (Larroyo, 1961: 360)

La obra de arte tiene que generar una armonía entre dos subjetividades, la del artista y la del espectador. El goce estético implica que a través de la contemplación de la belleza dos conciencias han establecido un nexo y un objeto material cualquiera ha trascendido su materialidad y se ha convertido en obra de arte. El arte es pues, en síntesis entre lo objetivo y lo subjetivo; entre lo inmediatamente verificable y lo aprehensible por interpretación. En toda obra de arte hay condiciones objetivas representadas por la imaginación del artista desde su subjetividad.

La producción simbólica está determinada por el marco categorial del autor, es decir, condiciones históricas reales. Esto significa que el arte es producto de una conciencia subjetiva situada, real y ubicada históricamente. Las formas de definir el arte varían en función de la historicidad de los críticos, teóricos y artistas. La modernidad concibió el arte como un producto ahistórico cuya única función era la producción de belleza. El arte se vio como producto auto-justificado.

El fascismo concibe al arte de forma diferente, como un elemento propio de la propaganda. El arte debe representar los ideales políticos del fascismo.

El futurismo y el arte fascista

El fascismo y el nazismo lograron entender las cualidades del arte y lo convirtieron en una herramienta de difusión ideológica. La producción de belleza estaba supeditada a la exaltación de los ideales promovidos por los regímenes fascista y nacionalsocialista. El fascismo hizo una estética de la guerra y la violencia, exaltó la producción artística con contenido belicista.

El futurismo fue un movimiento de vanguardia afín al fascismo. Marinetti máximo representante del futurismo, fue miembro del partido fascista y expresó, en el Manifiesto futurista, los elementos que debería tener la nueva poesía, elementos que eran propios del ideario fascista.

- I. Queremos cantar el amor al peligro, a la fuerza y a la temeridad.
- II. Los elementos capitales de nuestra poesía, serán el coraje, la audacia y la rebelión (Marinetti, 1909)

El manifiesto futurista es un manifiesto estético y a la vez político. Las ideas versadas en él tienen como finalidad orientar la producción literaria hacia la difusión de contenidos pro fascista. El arte es claramente un medio de difusión de ideas políticas y una estrategia de seducción de allegados. El fascismo hizo del arte un brazo más de la política y la propaganda, lo estético es también lo programático en el partido.

Las ideas fascistas de una ciencia que mecanice al hombre, que lo convierta en un ser desprovisto de individualidad y se convierta en un sujeto anónimo, carente de voluntad propia y libertad individual, es también el ideal estético del futurismo. La obra de arte no debe ser personal, sino anónima, como las masas de fervientes fascistas al servicio del Estado.

Por consiguiente, el declamador futurista deberá:

- 1.- Llevar un traje anónimo (si es posible, por la tarde, un smoking), evitando todos los modos de vestir que pudieran suscitar un ambiente especial.

Nada de flores en el ojal, ni de guantes.

- 2.- Deshumanizar completamente la voz, quitándole sistemáticamente todas sus modulaciones y matices.
- 3.- Deshumanizar completamente su rostro, evitando todas las muecas y todos los guiños. (Marinetti, 1914)

La propuesta futurista es también la visión del fascismo. La estética es un fenómeno político y la política se hace estética.

El arte masivo como arte del capitalismo

El triunfo del capitalismo como modo de producción económico ha hecho sentir su impacto en diversas áreas de la vida humana y en la naturaleza misma. El modelo industrial, el mercado global y sociedad de consumo han deforestado y contaminado el planeta, mientras reducen la cultura a una programación sistemática de consumo masivo. La producción artística, el sentir religioso, la norma jurídica están en consonancia con el programa ideológico de la sociedad industrial burguesa.

Toda creación artística tiene un valor intrínseco dado por su autenticidad. La carga estética, conceptual y afectiva que una obra posee la hace valiosa históricamente, es decir, dentro de un sistema de valores e ideas concreto.

La dinámica del mundo capitalista y su exitoso modelo industrial reduce la obra de arte a una mercancía, la des-personifica. W. Benjamin aborda el tema del arte en la época industrial del capitalismo maduro, describiendo como toda obra artística enfrenta un proceso de revalorización en el que entran en tensión los efectos estéticos con los intereses económicos. La capacidad para reproducir técnicamente una obra pone en peligro su condición ontológica original, obligando a interrogar sobre el valor de la copia y la degradación de la pieza original.

La obra de arte ha sido siempre fundamentalmente susceptible de reproducción. Lo que los hombres habían hecho podía ser imitado por otros hombres. Los alumnos han hecho copias como ejercicios artísticos, los maestros las hacen para difundir las obras, y finalmente, copian también terceros ansiosos de ganancias. Frente a todo ello, la reproducción técnica de la obra de arte es algo nuevo que se impone en la historia recientemente, a empujones muy distantes unos de otros, pero con intensidad creciente. (Benjamin, 1972 p. 18)

La tendencia natural del arte es a ser copiado, en primera instancia como recurso pedagógico, un parámetro para adquirir las habilidades de los grandes artistas; en otra instancia para promover el producto del artista. Estas situaciones revelan un valor estético en la obra original y la copia, la reproducción reconoce la carga estética de la obra. En última instancia, la obra de arte es reproducida con fines comerciales, aquí el valor estético es relegado y emerge plenamente el valor económico como determinante último de la producción y reproducción artística.

El avance de la técnica en la sociedad industrial y su propuesta de dominación de la naturaleza y la sociedad a través de la ciencia y la tecnología facilitan la reproducción de la obra de arte a tal grado que las réplicas pueden ser verdaderos clones indiferenciables de las originales. En este momento la curaduría artística no es solicitada para establecer una objetividad estética, sino para parametrizar el valor económico de la pieza debido a su originalidad sobre su resolución técnica, la autenticidad de la obra de arte es importante porque así se establece un precio en el mercado, apelado a lo irrepetible que hay en ella.

Incluso en la reproducción mejor acabada falta algo: el aquí y ahora de la obra de arte, su existencia irrepetible en el lugar en que se encuentra. En dicha existencia singular, y en ninguna otra cosa se realizó la historia a la que ha estado sometida en curso de su perduración. (Benjamin, 1972, p. 20)

La copia carece de alma, falta en ella la historia que la original ha vivido. La obra de arte es comparable a un ser humano, porque tiene su propia historia que le brinda su originalidad. Ella es auténtica y original porque en el tiempo “ahora” tiene una carga histórica; su ontología no depende de la esencialidad hilemórfica, también comprende la dimensión histórica, en tanto que temporalidad fáctica y peculiar. Como un ser humano, la obra de arte es única y valiosa en la historia y a través de ella queda definida. Seres humanos y obra de arte evolucionan con parámetros similares, la interrogante por la autenticidad de una obra de arte es una referencia a la pregunta antropológica por la esencia individual de cada ser humano. Esto implica delimitar diáfananamente qué hace ser a cada quien lo que es; de la misma forma cómo se diferencia una obra de una reproducción. El valor de la obra de arte refiere, como en los seres humanos, a una interpretación histórica-hermenéutica. Comprender su origen es comprender los misterios de su valoración.

Las obras artísticas más antiguas sabemos que surgieron al servicio de un ritual primero mágico, luego religioso. De decisiva importancia que el modo aurático de la existencia de la obra de arte jamás se desligue de la función ritual. Con otras palabras: el valor único de la auténtica obra artística se funda en el ritual en el que tuvo su primer y original valor útil.

Dicha fundamentación estará todo lo mediada que se quiera, pero incluso en las formas más profanas del servicio a la belleza resulta perceptible en cuanto ritual secularizado. (Benjamin, 1972, p. 26)

El origen de la producción artística está emparentado con el culto religioso, por tanto, toda obra de arte tiene dos ámbitos de valor, lo estético y lo ritual. Éstos se concretizan en la cultura y la técnica. En consecuencia, la reproductibilidad técnica de la obra de arte ejecuta un cambio óptico de la obra misma, desplaza lo estético y abandera lo exhibitivo, es decir, que lo ritual reaparece bajo una forma, no religiosa sino mercantil.

La recepción de las obras de arte sucede bajo diversos acentos entre los cuales hay dos que destacan por su polaridad. Uno de esos acentos reside en el valor cultural, el otro en el halo exhibitivo de la obra artística. La producción artística comienza con hechuras que están al servicio del culto. (Benjamin, 1972 p. 28)

El arte es absorbido por la dinámica de mercado imperante en el capitalismo y se convierte en mercancía industrial destinada al consumo masivo, de ahí que el gran consumo artístico sea el cine, pues él logra solventar la contradicción expuesta por Hegel entre ciencia y arte, necesidad y libertad. El cine es un producto de la técnica, la ciencia, pero es también un producto artístico y como tal está sujeto a las valoraciones de toda obra de arte. Su éxito es tal porque fortalece la dimensión exhibitiva del arte haciendo que el culto sea más secular y sobre todo masivo. Es un producto cultural de consumo de masas, la cinematografía es la expresión artística de una sociedad industrial que descansa sobre patrones consumistas.

La reducción ontológica de la pieza cinematográfica a mercancía se oculta con el mercadeo. Se crea un discurso de exaltación hacia los actores de forma que no aparecen ante el público como obreros de una industria establecida, sino como personas especiales a la que hay que rendirles culto porque son conocidas masivamente. El cine como industria está al servicio del control social, se planta como un dispositivo de control de opinión, esperanzas o adormecimiento de las masas. Es sabido el uso que los nazis dieron al cine y, evidente, el uso en el presente, sobre todo en la industria de Hollywood, cuyas producciones son ideologizantes y enajenantes, en gran mayoría.

Este mercado del arte centrado en la cinematografía vende la ilusión de poder ingresar en él y recibir sus beneficios. Una estratagema del capitalismo que genera esperanza entre todos aquellos que no gozan de las comodidades y mercancías que el capitalismo presenta, además revela el carácter des-personalizante que tiene la sociedad de consumo. Muchas personas están ilusionadas con el reconocimiento colectivo porque se valoran desde la aceptación colectiva, se han cosificado tanto por el sistema que sólo se sienten valiosas al comportarse como mercancías, es decir, al ser aceptadas masivamente.

La reproductibilidad técnica de la obra artística modifica la relación de la masa para con el arte. De retrógrada, frente a un Picasso, por ejemplo, se transforma en progresiva, por ejemplo, cara aun Chaplin. Este comportamiento progresivo se caracteriza porque el gusto por mirar y por vivir se vincula en él íntima e inmediatamente con la actitud del que opina como perito. Esta vinculación es un indicio social importante. A Saber, cuanto más disminuye la importancia social de un arte, tanto más se disocian en el público la actitud crítica y la frutiva. (Benjamin, 1972 p. 44)

La industria del arte, en especial la cinematográfica y la musical, manipulan rápidamente la opinión del público consumidor hacia quien se dirige el producto. Las listas de los Best Seller, para la literatura, las listas de las canciones más pedidas, los programas en horario estelar. Son pensados no como productos de cultura sino como mercancías que deben generar utilidades. Los contenidos, temas y recursos técnicos de los productos artísticos en el mundo de las masas responden al mercado, por eso es necesario todo un andamiaje que controle la crítica de dichos productos artísticos y mantenga oculto que este arte para las masas, que versa sobre lo cotidiano y común, vulgariza al público. Lo satisface con un goce estético barato y simple que lima toda cumbre de individualidad y originalidad en el público, el arte masivo vuelve más masas a las masas. Es en palabras de Ortega y Gasset un arte de lo colosal porque sólo lo colosal puede contener a las masas. Se aleja de ese ideal del arte como instrumento de liberación y se convierte en su antagónico, en una expresión cultural represiva. “Es, pues, el arte una actividad de liberación. ¿De qué nos libera? De la vulgaridad.” (Ortega y Gasset, 1956, p. 126)

Conclusiones

El arte debe ser un augurio del futuro, sus creaciones deben ser pregoneros de un destino venidero, pero con compromiso político claro, es decir, con conciencia de su historicidad. Los artistas no sólo son profetas de la proximidad histórica que se avecina, también aceleran el decurso del tiempo en una precipitación de fantasía e imaginación que asalta la realidad, no obstante, la visión al futuro se hace desde la cotidianidad concreta que vive el artista, su entorno y con identificación política.

El arte en el capitalismo es una mercancía porque las condiciones históricas concretas orientan a ello; lo estético es secundario, lo primario, como en cualquier mercado, es la generación de ganancias. El arte se somete a la misma dinámica que las otras mercancías, reducción de costos y maximización de ganancias. La producción artística de fácil consumo es la más exitosa y la menos estética.

La consecuencia de esta situación es el vacío de la creación artística que prueba el vacío existencial de la cultura contemporánea aparecido como principio y fin de la degeneración “espiritual” a la que nos ha conducido el sentimiento burgués y su conducta consumista tendiente a des-individualizar a los consumidores que han perdido el goce estético.

“Para una burguesía degenerada el recogimiento se convirtió en una escuela de conducta asocial y a él se enfrenta ahora la distracción como variedad del comportamiento social.” (Benjamin, 1972 p. 51) El arte puede redimirse de su enajenación en el sistema capitalista, como señala Gasset, “El arte deshumanizado” tiene un germen mesiánico al dirigirse al hombre concreto y vivo en contraposición de buscar a su público en el hombre abstracto, el consumidor obrero.

El arte entonces tiene una doble veta, por un lado, es continuidad de un régimen alienante, por otro, es redentor del ser humano en ese régimen. La orientación del goce estético y el uso del mercadeo para colocar el arte en el público sitúan políticamente al arte en la sociedad. Benjamin señala el uso que el fascismo hace del arte donde se instrumentaliza como prolongación del aparato propagandístico del Estado sin máscara alguna. El fascismo hace de la política y la guerra un hecho estético. La defensa de Marinetti de la guerra, de la violencia y el fascismo hace que Benjamin enfatice el papel que debe tener el arte en el

comunismo. El fascismo ha hecho del arte un instrumento de propaganda y el capitalismo lo ha convertido en una mercancía que produce abulia y enajenación. “Su autoalienación ha alcanzado un grado que le permite vivir su propia destrucción como un goce estético de primer orden. Este es el esteticismo de la política que el fascismo propugna. El comunismo le contesta con la politización del arte” (Benjamin, 1972 p. 57).

Referencias bibliográficas

- Bayer, R. (2000). *Historia de la Estética*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Benjamin, W. (1972). *Discursos interrumpidos I*. Madrid: Taurus.
- Benjamin, W. (1980). *El surrealismo, última instantánea de la inteligencia europea*. Taurus: Madrid.
- Graham, G. (2005). *Philosophy of the arts. An introduction to aesthics*. New York: Routledge.
- Larroyo, F. (1961). *Lecciones de lógica, ética y estética*. México D.F.: Porrúa.
- Marinetti, T. (1909). *El manifiesto futurista*. Consultado el de julio de 2017 http://webdelprofesor.ula.ve/humanidades/belfordm/materias/corrientes_y_movimientos_literarios_contemporaneos/textos_de%20lectura/Marinetti%20Filippo%20-%20El%20Futurismo.pdf
- Marinetti, T. (1914) *La declamación dinámica y sinóptica*. Consultado el de julio de 2017 http://webdelprofesor.ula.ve/humanidades/belfordm/materias/corrientes_y_movimientos_literarios_contemporaneos/textos_de%20lectura/Marinetti%20Filippo%20-%20El%20Futurismo.pdf
- Nietzsche, F. (1997). *El Anticristo*. Barcelona: Fontana.
- Nietzsche, F. (1998). *Más Allá del Bien y del Mal*. Madrid: Edimat.
- Nietzsche, F. (1999). *Así habló Zaratustra*. Madrid: Edimat.
- Ortega y Gasset, J. (1956). *Estética de la razón vital*. Buenos Aires: La Rreja.