

SÓLO PARA LAS MASAS (*Remix Condensed*)

Por PSJM

Publicado en el catálogo de la exposición comisariada por PSJM “Sólo para las masas”.
Enero 2005.

La sociedad industrializada, el crecimiento demográfico que resulta de los avances de la ciencia, en concreto en el campo de la medicina, y la concentración humana en determinados lugares privilegiados son factores determinantes para la aparición de las masas, la sociedad de masas. Aunque encontramos su cuna en el siglo XIX será en la centuria que le sigue donde las masas cristalicen. El siglo XX es la época de la sociedad de masas y no parece que el XXI siga diferente camino. Más bien lo excede. Esta era de sobremodernidad que vivimos, bajo el exceso de información, el exceso de imágenes y el exceso de individualismo (1) sigue siendo un campo de cultivo idóneo para la producción masiva y el control ejercido por medio de las tecnologías de la información y de la producción de bienes de consumo.

Las masas, la masa. Esa masa que se visualiza únicamente en los sondeos, en las cifras y niveles de audiencia, ese ente neutralizador, “agujero negro en el que lo social se precipita”. Jean Baudrillard (2) nos habla de unas masas que son la nada: “Así es la masa, reunión en el vacío de partículas individuales, de desechos de lo social y de impulsos mediáticos”. Y sigue así definiendo ese cuerpo que acoge la pérdida de sentido, ser liberado de sus obligaciones simbólicas: “Un ser sin atributo, sin predicado, sin cualidad, sin referencia. Esa es su definición, o su indefinición”.

A todos en algún momento del día nos acosa esa incómoda sospecha de saberse masa, participante anónimo de esas “mayorías silenciosas”. Y todos, pobres y ricos, negros y blancos, hombres y mujeres consumimos los productos de la cultura de masas (3). La industria cultural produce y distribuye, masiva y frenéticamente, los elementos consumibles que constituyen esta cultura homogénea y dominante. Esa masa indefinida y neutralizadora consume arte, y mucho. El arte de masas. Noël Carroll (4) define así la obra de arte de masas “es una obra tipo o de múltiples ejemplares, producida y distribuida con la tecnología de masas, concebida intencionalmente para inclinarse por su estructura (por ejemplo, en la forma narrativa, el simbolismo, los afectos e incluso el contenido) hacia aquellas opciones que prometen la accesibilidad con menor esfuerzo, al menor contacto, al mayor número de público sin instrucción (o relativamente poco instruido)”. Una obra de arte producida y distribuida con la tecnología de masas y accesible al mayor número de personas posible. Este aspecto de la accesibilidad que enfrenta a Carroll con David Novitz es considerado como un “requisito estructural y funcional del arte de masas”, diferenciador esencial de este tipo de arte respecto al arte de vanguardia producido con tecnología de masas. Con la sociedad industrializada y el arte de masas nace al mismo tiempo y casi por negación el arte de vanguardia. “El arte vanguardista, más que ninguna otra forma de arte esotérico, está concebido intencionalmente para problematizar el consumo fácil y la comprensión, y a menudo, para atacar lo que se considera la complacencia estética, intelectual y moral de la trayectoria general de la humanidad”. (5) El filósofo mantiene que “ninguna obra de vanguardia puede ser arte de masas” basándose en su teoría de la accesibilidad y

definiendo el arte de masas por oposición al de vanguardia, como dos polos opuestos y complementarios. (6) En este sentido y aunque el americano no entra en valoraciones peyorativas, coincide con otros críticos y pensadores, tanto apologetas como detractores de este tipo de arte, en su definición por oposición. Con el título de “Vanguardia y kitch” Clement Greenberg (7) publicaba su artículo más beligerante contra el arte de masas y aquellos que lo defienden, un peligro para la cultura de la modernidad. El teórico más importante e influyente de la América de postguerra entendía el kitch (8) (el arte de masas) como “una nueva mercancía: cultura sucedánea, kitch, destinada a aquellos que, insensibles a los valores de la cultura genuina, están ansiosos, no obstante, por la diversión que cierta cultura puede proporcionar”. Diversión, entretenimiento, actitud pasiva y alienante que contrasta con el poder emancipador para las masas que Walter Benjamin encontraba en las nuevas tecnologías (9). Apocalípticos e integrados, así denomina Eco (10) a las posiciones enfrentadas en este diálogo que ya parece eterno entre los que critican y los que aplauden la cultura popular de las sociedades industrializadas. Eco aconseja una postura mixta de integración crítica y recomienda a los intelectuales intervenir en los medios de masas con un propósito educativo y de divulgación cultural. Con este espíritu ilustrado, el semiólogo y teórico de la comunicación, “consiguió que una gran novela, sin renunciar a determinados niveles de lectura sólo accesibles a una minoría, pudiera ser a su vez un auténtico éxito de ventas.” (11)

Hacer llegar la cultura al público, al mayor público posible. Quizá muchos olviden que sin público no hay arte, que “el lector, espectador o público está activamente involucrado en la construcción de la obra de arte, y sin el acto de recepción/consumo, el producto cultural está incompleto” (12). ¿Pero qué público? Los diferentes niveles culturales parecen corresponderse con los diferentes niveles de arte. Alto y bajo. Exclusivo y masivo. Para Pierre Bourdieu “la sumisión a la necesidad que, como se ha visto, inclina a las clases populares hacia una “estética” pragmática y funcionalista, rechazando la gratuidad y la futilidad de los ejercicios formales y de cualquier especie de arte por el arte, se encuentra también en la base de todas las elecciones de la existencia cotidiana y de un arte de vivir que impone la exclusión de las instancias propiamente estéticas como si de “locuras” se tratase”.(13). Si el público instruido, poseedor del código, consume el arte con una predisposición estética más que práctica (14), las clases populares demandan soluciones pragmáticas y accesibles.

El arte avanzado que nos ocupa se mueve en ese espacio indefinido entre la realidad y el código, una situación que describe Martí Perán: “...de un lado, se admite la existencia de un arte de masas, comercial y popular que, de algún modo, viene a representar el lugar donde lo artístico se ha disuelto definitivamente a favor de lo inmediato y lo práctico, de otra parte, al describir la cultura contemporánea como aquella que añade esta “inmediatez” de lo popular a su discursividad distinguida, a su papel como alta cultura, entonces el resultado final no es otro que ese arte que, (...) no sintetiza sino que soporta la contradicción estructural de operar simultáneamente desde la “disolución” y la “distinción”(15). Un arte que opera en los territorios de la realidad, que se confunde con ella y que institucionalizándose se distingue. Artistas que critican la sociedad de masas y se sienten al mismo tiempo fascinados por sus medios, estrategias y productos.

- (1) Marc Augé, “Sobremodernidad. Del mundo de hoy al mundo del mañana”, México, Memoria, No. 129, noviembre de 1999,
- (2) Jean Baudrillard, “A la sombra de las mayorías silenciosas” (1978) en “Cultura y simulacro”, Barcelona, Kairos, 2001.
- (3) “Hoy, la llamada cultura de masas difundida por nuestra industria cultural no se vincula directamente a una clase o grupo social concreto, ya que se trata de una cultura básicamente interclasista y consumida por un público muy heterogéneo”. Vicenç Furió, “Sociología del arte”, Madrid, Cátedra, 2000.
- (4) Noël Carroll, “Una filosofía del arte de masas”, Madrid, Antonio Machado libros, 2002.
- (5) *Ibíd.*, p. 211.
- (6) Habría que señalar aquí algunos casos como el del cineasta Quentin Tarantino, corruptor incansable del lenguaje cinematográfico, que construye sus películas a base de flash back y largos monólogos y que siendo un productor de arte para las masas no parece adaptarse a esa condición que Carroll considera necesaria para este tipo de arte. O quizá también será conveniente repensar la naturaleza del arte avanzado y reubicar el límite de esta clasificación.
- (7) Clemente Greenberg, “Avant-garde and Kitch” originalmente publicado en *Partisan Review*, Fall, 1939. (AA.VV., “La industria de la cultura”, Madrid, Comunicación, 1989)
- (8) Vocablo alemán de etimología incierta que empezó a ser utilizado entre 1860 y 1870 por pintores y marchantes de Munich al referirse al material artístico barato.
- (9) Walter Benjamín. “La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica” en “Discursos Interrumpidos I”, Madrid, Taurus , 1982. Especialmente refiriéndose al cine y la fotografía.
- (10) Umberto Eco, (1965), “Apocalípticos e integrados” , Barcelona, Lumen, 1985.
- (11) Vicenç Furió, “Sociología del arte”, Madrid, Cátedra, 2000, pág. 170.
- (12) Janet Wolf, “La producción social del arte”, Madrid, Istmo, 1997, pág. 117. La autora cita a Marx: “El consumo produce producción (...) porque un producto sólo llega a ser eso realmente cuando lo consumimos. Por ejemplo, una prenda de vestir sólo llega a serlo cuando nos la ponemos; una casa en la que no se vive no es realmente una casa; así, el producto, a diferencia del objeto natural, demuestra ser, se convierte, en un producto sólo a través de su consumo. Sólo descomponiendo el producto, da su consumo al producto el toque final”.
- (13) Pierre buordieu (1979), “La distinción. Criterios y bases sociales del gusto”, Madrid, Taurus, 1988.
- (14) “la categoría de los objetos de arte se definiría por el hecho de que reclama ser experimentada según una intención propiamente estética, es decir en su forma en vez de en su función”. Pierre Bourdieu comentando la “intención” de Erwin Panofsky. Madrid, Lápis, N° 166, octubre 2000.
- (15) Martí Perán, “Space Invaders (o el arte entre la disolución y la distinción)”, en “Tendencias del arte, arte de tendencias a principios del siglo XXI”, Juan Antonio Ramírez y Jesús Carrillo (eds.), Madrid, Cátedra, 2004.