

Cátedra Estética / Fundamentos Estéticos

Plataformas digitales para contenidos de la materia.

Oliveras y Albero

<https://view.genial.ly/60b8e4967e13db0cff511872/interactive-content-oliveras-y-albero>

Albero:

- El fin del arte según Danto.

¿Esto es arte?, se pregunta Danto ante la obra de Andy Warhol, “Caja de jabón Brillo”. En su análisis parte del concepto de “lo indiscernible”, o sea, objetos que han sido transfigurados al entrar en un nuevo contexto. La diferencia entre una obra de arte y una cosa es que la obra hace referencia a un sentido que debe ser interpretado y en cambio, la cosa no. Las cajas de Warhol dicen otra cosa diferente de lo que muestran las que se encuentran en las estanterías de los supermercados, son ontológicamente diferentes. Cualquier objeto puede ser obra de arte pero no cualquiera lo es. Debe haber una sintonía conceptual entre el receptor y el artista.

Ya no es suficiente la habilidad o destreza del artista, porque una obra es un signo, un lugar de articulación de significados a descubrir mediante un esfuerzo de interpretación, entonces el nuevo espectador deberá disponer de nuevas competencias interpretativas que exigen de él un renovado campo de conocimientos.

Cuando el objeto artístico no se diferencia del objeto cotidiano, la pregunta ¿qué es arte? pierde su sentido y hemos de preguntarnos ¿por qué es arte? Es decir, ya no puede haber un relato que diga qué es arte y qué no es arte, sino una pluralidad de expresiones artísticas. Esto es lo que caracteriza el fin de la historia del arte.

Estas nuevas obras traen nuevos cuestionamientos. Lo que diferencia los objetos artísticos de los cotidianos se halla en el autor, en la intencionalidad con la que la obra es creada, su contexto.

- El arte poshistórico.

El arte contemporáneo es demasiado pluralista en intenciones y acciones como para ser encerrado en una única dimensión. Danto entiende a lo contemporáneo como lo poshistórico. Lo poshistórico es concebido como un periodo de unidad estilística. Se caracteriza por ser un momento de información desordenada, equiparable a un periodo de una casi perfecta libertad. Pero si todo está permitido, ¿Cuándo algo deviene en obra de arte? Para dilucidar esto es necesario una teoría estética que permita marcar la línea divisoria entre el arte y el no-arte.

- Lo indiscernible y la transfiguración.

Danto reconoce en la sutil transfiguración de objetos cotidianos en objetos artísticos, la imposibilidad de determinar qué es arte mediante los parámetros tradicionales de identificación artística.

Las diferencias representativas, intencionales, ontológicas pueden pasar desapercibidas ante el ojo que observa. ¿Cómo es posible que de dos objetos indiscernibles uno sea obra de arte y el otro no? A través de las convenciones y todo aquello que las convenciones autoricen como obra de arte, será obra de arte. En estas convenciones, la obra de arte posee una estructura intencional (propone algo) contrariamente al objeto; esta estructura intencional no pertenece naturalmente a la entidad artística. La intencionalidad es interpretación, una obra de arte no existe si no es interpretada. Siempre teniendo en cuenta que esa intencionalidad está dada por el artista.

En la medida en que el contemplador al interpretar la obra pasa del plano material y perceptivo, al plano intencional, se produce la “TRANSFIGURACIÓN”: gracias a ella el soporte material se transforma en medium artístico.

Para que la transfiguración se dé, es condición necesaria una teoría del arte, ya que si esta es improbable verla como arte. Esto lleva a un nuevo tipo de espectador con renovadas competencias de interpretación.

- La obra de arte como signo y las nuevas competencias del espectador.

Hay condiciones necesarias que hacen que la obra de arte solo tenga existencia en un horizonte artístico global, un “mundo del arte” que predetermina las posibilidades que una época histórica ofrece a los artistas. (Estas obras en otro momento histórico no hubieran sido posibles) En este sentido, UNA OBRA DE ARTE ES UN SIGNO y el arte no puede considerarse como una realidad inefable situada más allá de nuestras maneras de pensar y de decir.

El arte existe en tanto es constituido por la actividad semántica del hombre. Para comprenderlo es necesario un contexto proporcionado por el propio mundo del arte.

El nuevo tipo de espectador necesita renovadas competencias de interpretación, que remiten a saberes de la historia del arte, teorías del arte, filosofía, sociología del conocimiento. Estas competencias permiten comprender y aceptar otro tipo de obras.

- Dickie y el mundo del arte.

Para Dickie, “la institución arte” es la que confiere a un objeto el estatuto de obra de arte. Esta institución está compuesta por el artista, la obra y el público. Centra su análisis en esta relación y abandona el criterio de que se confiera o no estatus a la obra para legitimar o no su inclusión en el mundo del arte. Por lo tanto, una obra de arte es un “artefacto”, algo creado, hecho o no por el artista, que se justifica como objeto de arte al ser presentado ante un público que integra el mundo del arte. Por ejemplo, el urinario utilizado por Duchamp fue construido en el campo de la industria. El objeto de la industria es un objeto “simple”, mientras que el elegido por Duchamp es un objeto “completo”. Es un doble artefacto, este puede venir de otro contexto y así atrae nuestra atención. Esta atención tiene como objetivo que atendamos como referente algo muy distinto del que se revela con nuestra relación con lo útil.

- La institución arte.

La institución del mundo del arte es la producción, circulación y recepción del arte comprendiendo un conjunto de actividades que están elaboradas culturalmente, es decir que no son espontáneas, ya que se encuentran sujetas a las convenciones culturales y políticas, y también a los condicionantes materiales que conjuntamente las articulan en ese campo social.

(En oposición a esta visión, existen planteos que postulan la producción artística como una actividad que es llevada a cabo en soledad; este tipo de concepción es llamada “romántica” en un sentido negativo. Dicha postura reduce la gran complejidad de sistemas, subsistemas y sus agentes, que condicionan las dinámicas de circulación de las manifestaciones artísticas a la figura heroica del artista).

Ingresar a la institución arte es el resultado de un determinado trato por parte del colectivo de agentes e instituciones que componen los subsistemas del mundo del arte. Ser obra de arte no reside en el objeto, sino que es el resultado de los vínculos que se establecen entre esos objetos y el entorno dentro del cual el objeto circula.

Los actores e instituciones del mundo del arte son el artista que Dickie lo define como una persona que participa con entendimiento en la elaboración de una

obra de arte; su público que lo define como conjunto de personas cuyos miembros están preparados hasta cierto punto para comprender un objeto que les es presentado y que ejercen un papel fundamental en la presentación de una obra de arte; otros componentes son la empresa artística que puede verse como un sistema complejo de roles interrelacionados gobernados por reglas-, existen los roles de los mediadores, los curadores, los productores, directores de museos, coleccionistas, críticos, historiadores de arte, etc.

Algunos de estos roles tienen por objeto dirigir la mirada del público. Son los que producen y reproducen la intervención discursiva entre el artista, la obra y el público. Otros roles giran en torno a la obra presentada como objeto de estudio e investigación académica.

**EL MUNDO DEL ARTE CONSISTE EN LA TOTALIDAD DE SUBSISTEMAS Y ROLES ARRIBA EXPUESTOS.**

Estos agentes no se constituyen como un conjunto coherente, no poseen un criterio homologado.

- La doble artefactualidad.

La primera condición exigida a la obra de arte es pertenecer a la categoría de los artefactos que Dickie define como un objeto fabricado por el hombre con vistas a un uso futuro. Esta noción resulta problemática para aplicarla a algunas obras.

Otro punto trata las condiciones que rigen qué tipo de artefacto puede considerarse una obra de arte. Toda obra de arte accede a esta categoría, habiendo sido candidata para la apreciación por algún miembro de la institución conocida como el mundo del arte. Esta noción de candidato para la apreciación permite la existencia del arte nunca apreciado como del arte "malo". Esta ausencia de juicios de valor resulta importante, ya que introducir la apreciación por parte de algún individuo limitaría la definición.

Al aplicar la idea de que la categoría de Candidato para la apreciación se incorporan los últimos cambios en el mundo del arte. Ser obra de arte no está por lo tanto en el objeto, sino que es el resultado del entorno en el cual el objeto se encuentra.

- Las dos versiones de la teoría estética de Dickie.

La primera formulación decía que una obra de arte en sentido clasificatorio es un artefacto y un conjunto cuyos componentes le han conferido el estatus de ser candidato para la apreciación por alguna persona o personas que actúan de parte de una cierta institución (el mundo del arte). Así, la primera condición es LA ARTEFACTUALIDAD.

La segunda versión o formulación tardía señala que una obra de arte es un artefacto de un tipo creado para ser presentado a un público del mundo del arte. El marco de referencia indispensable para que se den las obras de arte está compuesto por el artista o productor, la obra de arte o producto y el público o los receptores de arte.

El comportamiento artístico como toda actividad institucional está guiado por reglas. Son dos las que determinan la producción artística: crear un artefacto y que éste sea de los que se presenta a un público.

Oliveras:

- La noción de público del arte y su relación con el museo.

Tan importantes y sorprendentes como los cambios operados en las obras resultan los del público que las recibe. La autora resalta que no existe público, sino públicos. Las obras circulan hoy fuera de los límites tradicionales de los museos o galerías, intervienen el espacio de la ciudad y desembarcan en la intimidad del hogar con el net art. La noción de "público de arte" no se trata de un simple conjunto de personas que asisten a una exposición. Lo constituye el agrupamiento de sujetos capaces de cumplir con un rol que requiere de conocimiento y comprensión. Lo mínimo exigible para ellos es tener la conciencia de que lo que se les presenta es una obra de arte. El arte contemporáneo hace que esa exigencia sea difícil de alcanzar, en el caso de los ready made por ejemplo.

Tradicionalmente el público del arte es el "público del museo". Los museos nacieron del nacionalismo, que buscaban exhibir su patrimonio cultural. Los primeros destinatarios eran las nuevas capas sociales ligadas a la burguesía. El burgués del iluminismo veía en el contacto con las obras de arte una clave para mejorar su situación, buscando un perfil de ciudadano "cultivado". Pero la motivación más general es una enorme sed de cultura y belleza, según Henry James en "La copa dorada" (1904). La "tribalización" del público de otros tiempos contrasta con la diversidad de los que recorren los museos hoy.

- La recepción contemplativa tradicional y la recepción productiva.

El tipo de recepción tradicional, del museo convencional, ES LA CONTEMPLATIVA. Corresponde al receptor ideal de Kant que se concentra en la bella apariencia, en la forma pura liberada de todo concepto limitante. La contemplación y la paz interior llegaron a ser para el burgués una escuela de conducta social.

Se trata de un estado de quietud y de silencio alcanzados que permite un contacto íntimo de devoción casi religiosa. La obra impone su aura y con ella, una distancia reverencial similar al de la iglesia.

La recepción PRODUCTIVA o poiesis del espectador se da porque hoy en día la atracción de las obras contemporáneas lleva a preguntarse frente a ellas si eso es arte, la mirada es crítica, inquisitiva, cuestionadora. (Sobre todo en la obras del conceptualismo que se presentan como objetos ambiguos para el museo tradicional). La duda sobre el estatuto ontológico de la obra de arte dividirá a por un lado quienes aceptan un arte desdefinido y por otro quienes no pueden encasillarla dentro de la ontología platónica.

Solo un receptor crítico, dotado de las competencias necesarias podrá re contextualizar objetos ambiguos, banales. Al encontrar la idea o los significados implícitos de la obra les dará una nueva identidad a lo conocido banal (POR ESO RECEPCIÓN PRODUCTIVA).

Jauss es quien plantea la actividad poiética del espectador como proceso en el que el receptor se convierte en coautor de la obra. La poiesis del espectador pone en juego un construire (construir) que presupone un connaitre (conocer) que ese conocer consiste en la capacidad que hace que el saber y el producir sean una misma cosa.

Dado el estado conceptual del arte contemporánea, la actividad poiética del espectador es el tipo ideal de recepción.

- La idea de receptor formado y desprejuiciado asociado a las exigencias del arte contemporáneo.

Este tipo de receptor conformado y desprejuiciado deja atrás a un sector del público que no es avisado por los cambios del arte contemporáneo. Julio Le Parc considera que esta situación es discriminatoria, por lo que debería ser rechazada. Según él, para apreciar el arte hoy hace falta conocimiento, información, sensibilidad artística. "Los que responden a estas exigencias son de una clase determinada". Aceptando que el arte contemporáneo es exigente con el espectador y que no se puede volver atrás, se formula la pregunta: ¿Qué posibilidades tiene el público latinoamericano en acceder a él? No obstante, la audiencia no encuentra continuidad en los medios de difusión, que parecen disminuir. Hacen falta revistas de arte y artículos serios en los medios de comunicación.

- El público de las ferias de arte.

El público de las ferias de arte: debido a que las obras exhibidas en las ferias suelen ser desniveladas en calidad porque las galerías que exponen provienen de diferentes rangos, hace que las haya para todos los gustos. Así, hay al menos cuatro tipos de públicos: el común que se rige por el gusto tradicional, el snob que se pega a lo que está de moda pretendiendo saber y hablar como experto porque anhela pertenecer a una elite, el absolutista que sabe más pero mira en una sola dirección y el ojo crítico que es el ideal porque es desprejuiciado y con suficiente formación.

El visitante de una feria de arte es un coleccionista de catálogos, folletos y documentos porque es su forma de adueñarse de las obras e incorporarlas a su “patrimonio” personal.

El público de las ferias quiere evadir el aburrimiento de la rutina cotidiana consumiendo arte. Espera un acceso facilitado al placer estético, de allí que abundan las obras “gastronómicas”. El placer estético suele mezclarse con el gastronómico.

- El espectador casual.

El público de las obras que suceden en la ciudad que dan como resultado espectadores casuales: se habla acá del espectador desprevenido que debe decidir en el lugar y momento si acepta el papel del espectador. Para “atraparlo” el artista intentara despertar su curiosidad, seducirlo, sorprenderlo proponiéndole participar de un juego o un enigma a resolver (por ej. el siluetazo).

La implicación del público, que interviene activamente llevando a cabo las acciones previstas, permite hablar de un arte del público y no solo de un arte público.

- El receptor usuario.

El público de internet siendo receptor-usuario: entre los nuevos canales de transmisión de la obra, internet es el que más novedad aporta en el campo de acceso y recepción de las obras. La interactividad es el rasgo definitorio de un nuevo modelo de recepción estética. En el arte producido para la red no existe estrictamente “público” como conjunto de receptores que perciben una obra en el mismo espacio y tiempo. Existe un usuario (individual) que puede conectarse con la obra desde donde se encuentre, principalmente desde la intimidad del hogar. Desaparecen así los límites entre lo público y lo privado y lo real y lo virtual.

Internet permite el contacto con las obras e incluso con museos enteros. Por su fácil accesibilidad, la comunicación con la obra de arte a través de la web es una de las más democráticas de la historia. Aunque caracteriza este contacto por el sedentarismo de sus receptores.

Se suele considerar que el receptor ideal es el joven capaz de ejercitar una rápida y eficiente interactividad, que se mueve con rapidez porque cuenta con una destreza especial que no cuenta el adulto.

- ¿público o públicos de arte?

La autora plantea que el público del arte en realidad no existe y lo que existen son PÚBLICOS.

La noción de público de arte en general en Latinoamérica incluye que se le exija mínimo la conciencia de que eso a lo que se enfrenta es una obra de arte. Así mismo, en un grado mayor la comprensión o interpretación de la obra. Tradicionalmente éste es el público del museo que surge como consecuencia de los nacionalismos y como continuación del coleccionismo por ejemplo el Louvre que albergaba las colecciones de las monarquías. Los primeros destinatarios del museo fueron las nuevas capas sociales ligadas a la burguesía en ascenso en consonancia con el pensamiento ilustrado; el burgués veía en el contacto con las obras de arte un perfil de ciudadano cultivado, de buen gusto. Motivando así la sed de cultura y belleza.

En las últimas décadas la sed de cultura del público latinoamericano estaría de la mano de la necesidad del aggiornamiento cultural luego del freno de las dictaduras militares. Así los siguientes gobiernos democráticos ponderarán políticas culturales para captar audiencias amplias y variadas.

La “tribalización” del público de otros tiempos contrasta con la diversidad, el museo se convierte en meca del turismo cultural y las categorías de burgués o elite no permitirían definir el público del arte actual.