

**Cómo explicar el arte.** (Gabriel Borba, Galería Paulo Figueredo)

## (2) Explicar la Distribución (Conferencia 30/10)

Vilém Flusser

Antes de explicar cómo son distribuidos los mensajes artísticos, es necesario considerar por qué necesitan ser distribuidos. La necesidad, lamentada por el artista, de hacer que su mensaje alcance un “público”, es la necesidad (mucho menor), lamentada por el “público”, de recibir mensajes artísticos. Es un problema muy curioso, y su consideración revelará un aspecto característico de la situación presente. En efecto: el problema no existió en épocas anteriores al Renacimiento, y no existe en culturas no occidentales, por la simple razón de que no hay en tales culturas “arte” a ser o no distribuido. Ni hay “público” que pueda recibir sus mensajes.

Por cierto: el hombre es un ente que articula sus vivencias para que sirvan de modelo a otros hombres. En este sentido, no sólo hay “arte” en toda cultura, sino que no existe hombre que no haga “arte”. Pero el hombre es un ente que no puede vivenciar sin conocer y valorar lo vivenciado. No hay vivencia “puramente estética”, toda vivencia implica a la epistemología y a la ética. Todo arte implica a la ciencia y a la política, como toda política implica a la ciencia y al arte, y toda ciencia implica a la política y al arte. El arte es un método de conocimiento y de modificación del mundo, como la ciencia es un método de modificar la vivencia y el mundo, y como la política es un método de modificación de vivencia y del conocimiento. En este sentido, todo lo que el hombre hace, sea una estatua, una flecha o una ley, es la articulación de una vivencia, un conocimiento y un valor, y nada de esto es una “obra de arte” en el sentido occidental moderno del término.

Las sociedades “no-modernas” vivían culturalmente, esto es: participaban de la cultura que rodeaba al individuo, y el individuo abrigaba a la cultura en lo íntimo de su estar-en-el-mundo. El individuo encuentra su cultura en torno a sí, y en lo más íntimo de sus vivencias, de sus sueños, deseos y pensamientos. Lo “público” y lo “privado” se confunden al punto de que tales términos pierden todo significado. La “conciencia infeliz” hegeliana que hace que pierda el mundo cuando me encuentro, y que me pierda cuando encuentro el mundo, es una conciencia moderna. En las sociedades “no-modernas” encuentro el mundo en mí y me encuentro en

el mundo. No hay pues, en sociedades “no-modernas”, ni arte a ser distribuido, ni público para el cual debiese ser distribuido. Lo que hay son modelos de vivencias, que son también modelos de conocimiento y de comportamiento, y que penetran la vida del individuo y de la sociedad.

Lo que aconteció en el Humanismo y en el Renacimiento es una reformulación radical de la teoría griega. Para los griegos “teoría” es contemplación de modelos eternos, modelos inmutables. Comenzó a ser elaboración deliberada de modelos modificables y perfectibles. Tal reformulación de la teoría se reveló extremadamente poderosa en el campo del conocimiento. Surgían teorías científicas que permitían un conocimiento siempre mejor del mundo. Y tales teorías permitían “aplicaciones”, esto es: hacían posible la transformación siempre más eficiente del mundo. De manera que surgió algo desconocido en el resto de la humanidad: ciencia pura y técnica aplicada, lo que permitió al Occidente moderno conquistar el mundo y prácticamente destruir a las demás culturas. Pero esto llevó a la amputación de la dimensión estética de los modelos. La técnica siguió modelos de conocimiento científico y modelos de comportamiento político, y pasó a producir, por primera vez en la historia de la humanidad, cultura “fea”, gris e invivible, ejemplificada por las ciudades industriales del siglo XIX. Por primera vez en la historia de la humanidad la dimensión estética se divorció del hacer humano. Simultáneamente la gran masa de la sociedad, arrancada del campo y aglomerada en torno a las máquinas, dejó de participar de la cultura en el sentido antes esbozado. La cultura que el proletario encontraba en su intimidad ya no correspondía a la cultura que encontraba a su alrededor. De esa forma, se iba constituyendo un “público” que recibía modelos desde afuera hacia adentro.

Los renacentistas creían que la amputación de la dimensión estética había emancipado al arte de su servidumbre a los modelos de conocimiento y comportamiento, de su servidumbre a la Iglesia. Que iba a surgir el gran “Arte”, el genio, el “uomo universale”, el cual iba elaborando modelos estéticos para la ciencia, la técnica, la política, (por ejemplo Leonardo). Y los príncipes y banqueros renacentistas, estos burgueses victoriosos, construían almacenes para tales modelos estéticos gloriosos, los museos. El propósito de los museos era triple: guardar los modelos; inmortalizar al artista; sustentarlo económica y socialmente. Pero la interpretación renacentista del arte “emancipada” se reveló engañada. La ciencia, la técnica y la política no seguían los modelos propuestos por los artistas. Los museos pasaron a formar ghettos en la sociedad. El hacer artístico iba adquiriendo mentalidad de ghetto, se separaba cada vez más de la cultura general, y era cada vez más inaccesible para el resto de la sociedad. Por cierto: los descubrimientos

científicos, técnicos y políticos no pasaban desapercibidos para los artistas, y su arte los refleja. Pero tal comercio entre cultura general y arte comenzó a ser cada vez más unilateral: el artista, este incomprendido por la sociedad, se iba marginando. Y, aunque siempre “glorificado”, pasó a ser indeseable, desempleado innato. Tal marginación del arte se reveló conveniente para los detentores de las decisiones, ya que les permitió mantener a la sociedad en inconsciencia vivencial, y más fácilmente manipulable. Por esto fueron instituidas academias y escuelas de arte, instituciones para contestadores indeseables. Es en tal contexto (actualmente en vías de transformación) que se ubica el problema de la distribución del arte.

El problema era (y aún lo es parcialmente) este: el artista se siente coartado en su sociedad, y desea, a veces desesperadamente, transmitirle los modelos de su vivencia que está elaborando. La gran masa, el “público”, es incapaz de descifrar tales modelos, y aunque resienta sordamente su carencia de modelos vivenciales, no está interesada en empeñarse en la difícil tarea del desciframiento. La élite, ese único “público” accesible al artista, va recibiendo tales modelos como entretención de los auténticos modelos de conocimiento y de comportamiento que la programan, o como justificativo de tales modelos. Y los canales de distribución disponibles para el artista son instrumentos de los detentores de la decisión, y eliminan modelos indeseables, o los recuperan para las propias finalidades, u obligan al artista a adaptarse a ellas. De manera que el hacer artístico se encontraba (y se encuentra aún parcialmente) en impasse. Por un lado el “arte” es innecesario e indeseable para el desarrollo de la ciencia, de la técnica y de la política. En suma: de la cultura; por otro lado, la falta de arte hace a la cultura estrictamente invivible. Los modelos científicos, técnicos y políticos, desarraigados de su dimensión estética, son estrictamente in-humanos.

Pues con la segunda revolución industrial (de la cual hablé en la última conferencia), la escena se va modificando. El divorcio entre el hacer artístico y los demás haceres humanos están siendo superados. En este sentido va siendo superada la modernidad. Estamos elaborando, por primera vez desde el gótico, un auténtico “estilo de vida”. Los cientistas se están haciendo conscientes que uno de los criterios de sus “verdades” es el criterio estético: economía de términos. Los técnicos están recurriendo a criterios estéticos, al “diseño”, en la elaboración de sus obras. Los políticos están dotándose con criterios estéticos, con la “calidad de vida”. Y, sobretudo, los nuevos medios de comunicación están elaborando numerosos modelos de vivencias (imágenes, música, textos, gestos), que constituirán una auténtica “arte de masa”. De polvorienta y despreciable, la sociedad empieza a ser nuevamente, como en el gótico, colorida

y llamativa. Por cierto: nuestro nuevo estilo no es la articulación de un consenso, como era en el gótico, sino la articulación de programas. Pero el arte nuevamente comenzó a participar de la vida cotidiana, y a ser una dimensión inseparable del conocimiento y del comportamiento.

Pues lo sorprendente (por no decir lo macabro), en todo esto, es que esto está pasando con la casi exclusión y contra la intención de los “artistas”. Es como si el ghetto de las artes representase un resquicio de la edad moderna en el contexto de la sociedad post-moderna. Y son sobre todo las artes de la vanguardia las que representa el verdadero anacronismo. La explicación de la marginación aún más acentuada del arte en el significado moderno del término es esta: el nuevo estilo de vida que está irrumpiendo es intolerable para quien reflexiona sobre los modelos estéticos, porque es *Kitsch*, un estilo de vida programada. Y para quien vive en tal estilo, los modelos propuestos por los artistas son intolerables, ya que ponen en peligro el estilo. La nueva forma de vida es enemiga de los “artistas”, y los “artistas” son enemigos de la nueva forma de vida. Tal contradicción entre el “arte de masa” (que es el arte en el sentido post-moderno), y es “arte de vanguardia” (que es arte en el sentido moderno), no se es siempre conciente ni por parte del “público” ni por el “artista”, y da origen a numerosos mal entendidos, de los cuales las Bienales son un ejemplo. Y son estos malos entendidos los que caracterizan actualmente la distribución del arte.

Daré ejemplos más concretos. Quien pasea, sin importar por qué calle, sin importar de qué ciudad occidental, será expuesto a un sin número de imágenes: en las vitrinas, en las latas de conserva, en los carteles. Tales imágenes le transmiten modelos de vivencias, de conocimientos y de comportamientos que son modelos de los que no se puede escapar. Programan las vivencias, los conocimientos y los comportamientos. Tales imágenes son parte de su cultura, y él forma parte de la cultura expresada en tales imágenes. Si tal paseante entrara en la “galería de arte” instalada en tal calle, estará confrontando imágenes de otro tipo. Imágenes de una cultura exótica, extraña, lo que hace difícil su desciframiento. Por cierto: con algún esfuerzo reconocerá en tales imágenes aspectos insospechados de su propia cultura. El reconocerá el esfuerzo del productor de las imágenes por combatir la cultura de la cual, el paseante, participa. Pero ¿para qué hacer todos esos esfuerzos? El paseo por la calle es una experiencia más rica, es más accesible, que la visita a la galería. Es la calle, y no la galería, la que distribuye el arte actual, y lo distribuye haciendo participar al receptor, no relegándolo a un papel pasivo, como lo hace la galería.

El propósito de la galería es, por lo menos en teoría, emancipar al paseante del poder programador de las imágenes de la calle. La galería se quiere anti-calle. (Se puede preguntar si tal propósito no es un pretexto, y si el verdadero propósito no es espantar a los paseantes para que el dueño de la galería, el artista y el aparato que sustenta a ambos puedan ganar dinero). Pero admitiendo el propósito aparente, no se ve que tal “agujero en la calle” pueda interrumpir el tránsito programado por las tecno-imágenes. Parece obvio que, si el propósito del “artista”, en el significado moderno del término, fuera efectivamente emancipado de la sociedad de los modelos programados, la única estrategia viable es la de penetrar tales modelos programados. Esto es: en vez de hacer exposiciones en galerías, el artista debe hacer vitrinas, latas de conservas y carteles. Parece obvio que debe dejar de ser “artista” en el significado moderno, para serlo en el post-moderno.

No discutiré hoy los problemas involucrados en tal estrategia de subversión de los modelos programados por la penetración de otros modelos, ya que esto es el tema de la cuarta conferencia. Lo que importa en el presente contexto es contrastar si es que la cuestión de la distribución del mensaje artístico no es: “¿cuáles son los canales de los cuales el artista se puede servir para transmitir su mensaje?”, sino: “¿cuáles son los canales que el artista debe penetrar para poder perturbar los mensajes que transmiten?”. La situación actual del artista no es la situación romántica del siglo pasado: la de un marginal que elabora sus modelos en el ghetto privado, y después busca publicarlos por canales disponibles. Su situación es más bien parecida a esta: la de que está sumergiéndose en el arte masificado y masificante, y que busca nadar contra corriente.

Uno de los aspectos más característicos de los actuales canales de transmisión es que rotulan sus mensajes, y que lo hacen según criterios ajenos a los propios mensajes. Por ejemplo: la fotografía de la superficie lunar es rotulada como “científica” cuando es publicada en el *Scientific American*; “política” cuando es expuesta en el consulado americano; y “artística” cuando es expuesta en una galería de arte. Son los canales los que deciden lo que debe ser considerado “arte”. El malentendido antes mencionado hace que los artistas busquen penetrar aquellos canales que se hacen llamar “arte”: determinados programas de tv, exposiciones, galerías, salas de concierto, determinados cines. En realidad, en la situación actual, como en la pre-moderna, todo mensaje tiene dimensión estética, y nada es “arte” en el significado moderno. De modo que los canales rotulados de “arte” no deberían tener nada especialmente atractivo para los artistas. Participar de la elaboración de modelos de automóviles, de lápices, de programas poli-

ticos o de planteamiento económico, es un empeño artísticamente tan “válido” como el de participar de Bienales o conciertos. El artista no debe caer en la trampa de la cultura de masas, y escoger sus canales según los rótulos que tal cultura le propone para recuperarlo.

Por cierto: tal paso para salir de la situación cultural programada, exigido al artista, y tal acción artística bajo la situación de esta manera transcendida, implica una modificación radical de la praxis del artista. No elaborará más sus modelos en función de determinado objeto (piedra, tela, vibración sonora), sino en función de determinado canal (tv, propaganda comercial o política, planeamiento urbano). Esto es: ya no en función de la obra, sino en función de la distribución del modelo, en función del otro. Tal praxis nueva es llamada “arte sociológica” en Francia, pero puede ser observada en todas partes. Su impacto (transferencia del interés a partir del objeto hacia el otro), fue discutido en la primera conferencia. En la medida en que el artista consigue transferir su interés de la obra a la distribución, va a dejar de ser “moderno”, y tendremos la esperanza de ser salvados del poder del programador del verdadero arte actual, el del *kitsch* al servicio de los aparatos productores y distribuidores de los mensajes.

Traducción del Portugués: Andrea Soto Calderón