



CUADERNOS VALEOLÓGICOS

Serie: Valores
Nº: 7



CUADERNOS VALEOLÓGICOS

Serie: Valores

Nº: 7

Los **Cuadernos valeológicos** tienen como propósito ofrecer materiales de información acerca de los temas que se trata en las reuniones de la asociación, así como algunos productos del trabajo académico e investigativo que desarrollan sus integrantes.

- Thot. Relieve del palacio de Ramsés II, s. XIII a.n.e. En la mitología egipcia, el inventor de todo orden de saberes: la escritura, la medicina, la música, la astrología, la magia y la alquimia.

Horizontes Valeológicos A. C.
Seminario sobre problemas humanos

Cuadernos valeológicos
Serie: Valores
No. 7

Derechos del dominio público
Editorial: Samizdat
Edición artesanal
Diseño: Mädy Fuerbringer Bermeo
Primera edición: octubre de 1999
Puebla, Pue., México

Consejo editorial

Ph. D. Fil. José Ramón Fabelo Corzo
Ph. D. Fil. Romelia Pino Freire
Pas. Ph. D. Fil. Gilberto Valdés Gutiérrez
Pas. Ph. D. Comp. Héctor Jiménez Salazar
M.C. Fil. Elías Pérez Ochoa
M.C. Leng. Sivia Kiczkovsky Yankelevich
M. C. Norma Idalia Márquez Sánchez
Lic. Enf. Eugenia Barrientos González
M.C. Ped. Juana Rodríguez Velázquez
M. C. Electr. Jaime Cid Monjaraz
Ped. Erna Anna Niegemann Horn
Sra. Liliana González Fuerbringer
Ejec. Danza Xavier Ulises Ramírez Ramírez
Arq. Galia Arriaga García
M.C. hist. María Elena Estefanón López
Lic. Eco. Lidia Ivón Borja Aldave
Lic. Der. Raymundo Alfaro Pérez
Prfra. Cecilia Huerta Hernández
Dra. Nuby Ligia Adriana Glockner Corte
Ing. Arq. María de la Cruz Campos Vázquez
M. C. Fisiol. Abel Martínez Reyes
Ph. D. Psic. Andréé Fleming-Holland
Ph. D. med. Mädy Fuerbringer Bermeo

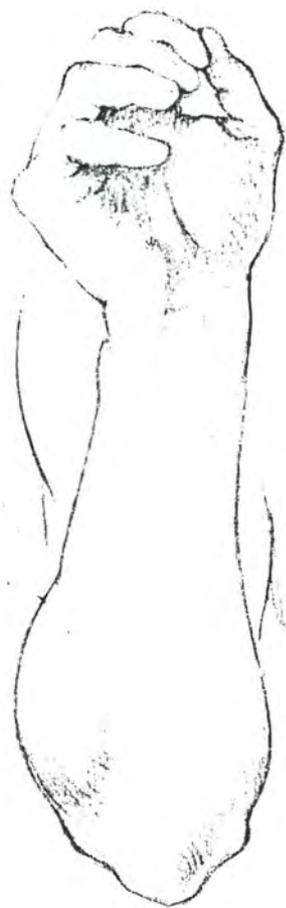
INDICE

INTRODUCCIÓN

CATORCE TESIS SOBRE LOS VALORES ESTÉTICOS

José Ramón Fabelo Corzo

	Pag.
Tesis 1	1
Tesis 2	3
Tesis 3	4
Tesis 4	7
Tesis 5	9
Tesis 6	13
Tesis 7	14
Tesis 8	16
Tesis 9	19
Tesis 10	22
Tesis 11	26
Tesis 12	29
Tesis 13	32
Tesis 14	36



INTRODUCCIÓN

El problema acerca de la naturaleza de los valores humanos ha sido uno de los más debatidos en el último siglo de desarrollo del pensamiento filosófico universal. Diferentes respuestas –naturalista, subjetivista, objetivista, sociologista- han intentado explicar, desde distintas perspectivas, el intrincado asunto de los valores, sin que pueda decirse que al respecto haya sido dicha la última palabra. Debido al hecho de que los valores desempeñan un papel protagónico en la vida de los seres humanos, matizan su concepción del mundo, orientan su vida, condicionan su conducta práctica y que, al mismo tiempo, la sociedad enfrenta hoy, en una dimensión global, una evidente y muy preocupante crisis en sentido axiológico, es que la temática de los valores cobra una renovada importancia no sólo teórica, sino también práctica, al involucrar el destino mismo de todos los hombres y mujeres del planeta.

Tanto en sentido social como individual, por sus modos de expresarse en los objetos valiosos, en la conciencia valorativa o en las normas y preceptos que rigen las instituciones sociales, los valores se ramifican y penetran las más diversas facetas de la vida humana y poseen su manifestación específica en la moral, en la política, en el mundo del derecho y la religión y también en el arte y la conciencia estética. Especialmente difícil –a la vez que necesario- resulta atrapar conceptualmente a los valores en esta última

esfera. Si el asunto de la naturaleza de los valores sigue siendo un problema abierto, mucha menos elaboración teórica ha tenido el tema de los valores estéticos, cuyo abordaje exige una teoría axiológica general y un adentramiento en el mundo de lo estético y lo artístico, con toda la especificidad que los caracteriza dentro del sistema de valores humanos. Los valores estéticos se presentan como los más escurridizos, los más polémicos y relativos y en donde los diferentes criterios y valoraciones parecen carecer de algún referente objetivo. Al mismo tiempo, nuestra asistencia a un mundo en franco proceso de globalización, donde unas culturas se erigen como dominantes mientras que la cultura y el arte de una gran parte del resto de la humanidad es asumida sólo, en el mejor de los casos, como folklore y artesanía, hace que el asunto de los valores estéticos se emparente con problemas tan trascendentales como el de la salvaguarda de las identidades culturales y el derecho de cada una de ellas a un espacio dentro de la llamada cultura universal.

A través de su actividad práctica el hombre transforma la realidad que le rodea provocando que ésta sea incorporada en el sistema de relaciones sociales y adquiera una significación humana o valor. Los valores así surgidos actúan como entidades objetivadas socialmente sobre los individuos y grupos. Pero cada uno de ellos establece con esos valores una relación particular, mediada por la educación, los patrones culturales y, sobre todo, por las necesidades

e intereses específicos. Como resultado, en la conciencia individual o social se forma un sistema subjetivo de valores, relativamente estable, que media la percepción de la realidad y orientan la conducta práctica. Al mismo tiempo, en cada sociedad o contexto cultural se institucionaliza un determinado sistema de valores que se convierte en oficial y dominante y que se expresa en la política interna y externa, en el derecho, en la educación pública, etc. La dinámica de la interrelación de los valores en estos tres planos de análisis —el social objetivo, el subjetivo y el oficial o instituido— constituye la fuente de la gran complejidad del mundo valorativo humano. Esta dinámica es aun más complicada en el caso de los valores estéticos, valores que presuponen para su surgimiento no sólo el acto práctico de creación artística, sino además el disfrute estético de algún espectador que no puede apropiarse de la experiencia estética que provoca en él la obra de arte si no es mediante una relación también creadora hacia dicha obra. La dinámica interactiva de lo objetivo, lo subjetivo y lo instituido varía en los valores estéticos en dependencia del tipo de arte y experiencia estética de que se trate. La especificidad, autonomía y relatividad que caracteriza la creación artística matiza, a su vez, el vínculo de los valores estéticos con otros valores como los morales, los políticos, los religiosos o los utilitarios, cuya diferencia específica no impide la penetración mutua de los contenidos distintivos de cada uno de estos valores.

Alrededor del tema de lo estético y su lugar en el sistema de valores humanos gira el tema de investigación que venimos desarrollando en los marcos de la Maestría de Estética y Arte de la Facultad de Filosofía y Letras de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Con la colaboración de los estudiantes de la primera generación de esta Maestría hemos arribado a algunas conclusiones parciales que constituyen una primera aproximación a tan importante y escabroso problema. En forma de resumidas tesis presentamos esos resultados a juicio del lector.

José Ramón Fabelo Corzo

Puebla, México, 28 de octubre de 1999

CATORCE TESIS SOBRE LOS VALORES ESTÉTICOS

José Ramón Fabelo Corzo

Tesis 1

El origen de lo estético está íntimamente asociado al origen y evolución de lo humano, a esa capacidad sólo presente en esta especie de transformar creadoramente el mundo que le rodea para ponerlo, mediante la praxis, al servicio de sus siempre crecientes necesidades. Lo estético, el objeto artístico mismo, es un producto de la práctica, de la "actividad sensorial humana" (Marx), es una prolongación objetivada del sujeto. La relación práctica del hombre con la naturaleza presupone en sí misma la **creación** de una naturaleza humanizada. Esta creación se hace, ante todo, con el supremo propósito de subsistir, de dominar la naturaleza y favorecer la satisfacción de las necesidades, pero con

ello el ser humano aprende él mismo a vivir humanamente, como especie que se autoreconoce diferente (y a la vez parte) del mundo natural que le rodea. Esta humanización simultánea del propio ser humano y del objeto de su actividad conduce, como lógica consecuencia, a una progresiva humanización de sus necesidades naturales, que tienden a diferenciarse cada vez más, por la sensibilidad subjetiva que despiertan y por el modo objetivo en que se satisfacen, de sus originarias necesidades naturales como ser biológico. Las mismas necesidades comunes entre el ser humano y el animal se hacen diferentes en el primero, precisamente por ser humanas. Esta humanización de lo natural en el ser humano sienta las bases para la aparición de nuevas necesidades, ya sólo en él presentes, distanciadas notablemente de lo biológico, necesidades típicamente humanas, esencialmente sociales, cuya más alta expresión son las necesidades espirituales y, dentro de ellas, las necesidades estéticas.

Tesis 2

La riqueza humana, en comparación con el animal, "es riqueza de necesidades y riqueza de relaciones con el mundo" (Adolfo Sánchez Vázquez: *Las ideas estéticas de Marx* -en lo adelante LIEDM-, 50), a lo que podríamos agregar que es riqueza de modos de la actividad humana. El hombre verdaderamente rico es el hombre necesitado de productos humanos que sólo pueden ser producidos, distribuidos y consumidos como resultado de la actividad material y espiritual del propio hombre. Mientras más humanos son los productos que necesita más rico humanamente es el hombre y más rica, variable y multilateral es su actividad y su relación con el mundo. Las necesidades crecen precisamente como producto de esa activa relación enriquecida con la realidad. Los distintos tipos de relaciones se corresponden con distintos tipos de necesidades y con distintos tipos de actividades y de objetos que las satisfacen, para lo cual el propio ser

humano se desdobra, dentro de su integridad, en distintos tipos de sujetos. Esta riqueza de necesidades y de relaciones es lo que puede explicar el surgimiento de lo estético como especial modo de actividad y forma de sensibilidad humana. Sujeto, objeto, necesidad, relación y actividad, son todos elementos de lo estético que adquieren en él sus formas específicas de manifestación. Todo ello resulta imprescindible comprenderlo para entender el modo peculiar del funcionamiento de los valores estéticos.

Tesis 3

Cualquier actividad humana, en tanto es precisamente humana, presupone la exteriorización u objetivación de la subjetividad propia. Ello responde a una necesidad sólo existente en el hombre: la de autoafirmación y autorealización, requisito indispensable para la humanización del propio sujeto y del medio con el que él interactúa. Al hacerlo, y en dependencia del tipo de actividad de que se trate, el sujeto debe tener más o menos en cuenta las condiciones materiales de su

actividad, los requerimientos que la realidad impone para que pueda llevarse a cabo con éxito la actividad dada. Mientras mayores son estos requerimientos, más atada en consecuencia será la actividad a las reglas que dimanen del propio mundo exterior, menos libertad de opciones y menos posibilidades de despliegue creativo de la subjetividad tendrá el sujeto. Por esa razón en el arte, a diferencia de otras actividades también creativas como la misma producción material o la ciencia, el peso del componente subjetivo del creador es significativamente mayor. En la producción material, el fin utilitario que guía este tipo de actividad condiciona, limita a ciertos rangos, las posibilidades creativas del productor. La finalidad suprema de la actividad científica, vinculada al conocimiento de la verdad, provoca que la actividad subjetiva del sujeto se encuentre en buena medida moldeada por el objeto que ha de conocerse. En el arte estas restricciones no existen o no tienen la misma fuerza. Aunque esto no signifique que la creación artística pueda interpretarse como el mero resultado de la voluntad anárquica o

caprichosa del creador, lo cierto es que en ella se satisface la necesidad de expresión y afirmación de manera más plena que en cualquier otra forma de actividad humana. Este hecho marca una de las especificidades de los valores estéticos creados por el arte, en comparación con los valores utilitarios o cognitivos. En los primeros hay una dosis mucho mayor de subjetividad, de relatividad y de flexibilidad. Una necesidad utilitaria requiere un tipo específico de objeto para satisfacerla. Aunque la industria moderna ha demostrado la gran variabilidad de formas y marcas con las que se puede producir ese tipo de objeto, este último tiene que estar dotado de ciertas características precisas para que pueda desempeñar su función útil. Una necesidad del conocimiento puede obtener como respuesta diversas hipótesis o teorías, pero el valor epistemológico de ellas dependerá de su mayor o menor apego a una verdad lo más completa y profunda posible. Una misma necesidad estética, sin embargo, puede tener una cantidad virtualmente infinita de objetos que la satisfagan, objetos que no tienen que ser en ocasiones ni siquiera

parecidos entre sí y que, a pesar de ello, logran cumplir con similar eficacia la misma función espiritual de generar el goce estético.

Tesis 4

Parecería que esta alta dosis de subjetividad, de relatividad y de flexibilidad presentes en la creación artística libera a esta última de cualquier sujeción a normas, reglas o leyes. De hecho así ha sido interpretado el arte por no pocas concepciones subjetivistas. Representarían en apariencia un contrasentido aquellas palabras de Marx en 1844 al definir al arte como "creación conforme a las leyes de la belleza". Sin embargo, en esta pequeña frase se sintetizan aspectos esenciales de este tipo de actividad humana: a) el arte es creación, es decir, no es mera reproducción de una realidad preexistente, incorpora siempre cierto ingrediente adicional a lo que el artista encuentra como dado en su mundo; b) esa creación, no por el hecho de serlo, es "invención" arbitraria; como toda creación, el arte presupone una transgresión, pero al mismo tiempo es una actividad sujeta a

determinadas reglas o regularidades, a lo que aquí se llama "leyes de la belleza", leyes que tampoco han de considerarse como dadas apriorísticamente, sino que son un resultado histórico del propio devenir social y de la evolución del arte como forma específica de actividad práctica humana. Pero, ¿de dónde salen esas leyes de la belleza?. ¿Acaso se trata del mismo tipo de leyes físicas, digamos, que pueden condicionar la producción de cierto objeto útil, o de las leyes biológicas que, al ser apropiadas por el hombre, se transforman en leyes del conocimiento, en este caso de la Biología? Las leyes de la belleza parten de otra fuente; sólo pueden tener un origen social, humano; el artista, mediante su labor, cumple con determinadas leyes estéticas que extrae del contexto social y cultural en que vive y, al mismo tiempo, a través de su capacidad transgresora, enriquece esas leyes e incorpora ciertos elementos novedosos que pueden, al encontrar un contorno social favorable, convertirse en nuevas leyes de la belleza. Las leyes de lo estético sólo existen en y por la sociedad.



Tesis 5

El alto nivel de creatividad y la amplia participación de la subjetividad que presupone la producción artística han hecho pensar en ocasiones que el contenido esencial del valor estético creado por el arte se circunscribe únicamente a la realización de la capacidad del artista de objetivarse y autoafirmarse mediante su obra. Así lo sostiene reiteradamente Adolfo Sánchez Vázquez en su libro *Las ideas estéticas de Marx*. No hay duda de que el reconocimiento de esta arista esencial de la producción artística, en tanto modo de objetivación de las **fuerzas esenciales humanas**, es un extraordinario aporte de Marx, redescubierto y redimensionado en el libro de Sánchez Vázquez. Sin embargo, reducir el contenido del valor estético a la objetivación que el artista logra mediante su obra, desligando esto de la significación social que esa obra adquiere al ser inserta en la dinámica social y obviando el acto mismo de consumo de esa obra y la satisfacción, mediante ella, de

determinadas necesidades espirituales, específicamente estéticas, significa atrapar conceptualmente sólo una parte del proceso. En la mencionada obra el pensador hispano-mexicano asume como una diferencia esencial entre la producción práctico-material y la producción artística el supuesto hecho de que la primera produce objetos útiles que responden ante todo a las necesidades materiales de otros hombres, mientras que la segunda produce obras de artes, cuyo principal sentido radica en la satisfacción de la necesidad espiritual de objetivación del propio artista. En primer lugar, no es correcto ni siquiera afirmar que el propio Marx pensara así. En la misma obra donde este último desarrolla la idea de la objetivación - *Manuscritos económico-filosóficos de 1844*-, destaca simultáneamente la importancia de la apropiación como la otra cara de cualquier creación humana: "...la apropiación *sensible* del ser y de la vida humanos, del hombre objetivo, de las *obras* humanas para y por el hombre... no sólo debe ser comprendida como un *disfrute inmediato* y nada más, como mero *poseer, tener*. El hombre se apropia su ser

universal universalmente, o sea como un hombre total... En esa apropiación de la realidad *humana*, en el comportamiento de esos órganos frente al objeto se *pone por obra la realidad humana*" (Karl Marx: *La cuestión judía (y otros escritos)*, Edit. Planeta-Agostini, Barcelona-México-Buenos Aires, 1994, 132). Es decir que en el pensamiento de Marx es *la apropiación* la que convierte en obra -diríamos hoy en valor- la realidad humana. Pudieran traerse a colación muchos otros pasajes de Marx, pero tal vez sea suficiente con el siguiente: "el individuo es el ser social. De ahí que la proyección exterior de su vida -incluso si no se realiza en forma inmediatamente *comunitaria* junto con otros- sea manifestación y confirmación de la *vida social*". Y más adelante: "...los sentidos y el disfrute de otros hombres se han convertido en mi propia apropiación...; la actividad directamente en sociedad con otros... se ha convertido en un órgano para *proyectar mi vida hacia fuera* y en un modo de apropiación de la *vida humana*." (Ibid. , 131, 133). Trasladado a nuestro objeto de análisis esto significa que, independientemente del mayor o

menor grado de conciencia que de este proceso tenga el creador, la sociedad consumidora de arte entra como elemento de la subjetividad productora de la obra artística. En otras palabras, la especificidad del valor estético no radica en el hecho de ser el resultado de una abstracta necesidad espiritual de objetivación del creador artístico, desligada de la otra necesidad de subjetivación de quienes han de disfrutar su obra. Un arte no apreciado por otros es un arte no totalmente realizado como valor estético, es, en todo caso sólo potencia, una posibilidad no convertida aún en realidad. De la misma forma que Marx no pudo comprender la verdadera esencia del capital hasta que no cerró el ciclo *producción-circulación-distribución-consumo*, hoy no podría comprender la esencia del arte si no lo llevamos hasta su usufructuario, ese ser humano que se hace tal a través de la incorporación a su subjetividad de la subjetividad objetivada de otros seres humanos.

Tesis 6

Si todo tipo de creación humana presupone una objetivación de la subjetividad creadora - o, lo que es lo mismo, una humanización de la realidad transformada- en correspondencia con las necesidades que los productos de esa creación han de satisfacer en otros seres humanos, ¿en qué radica entonces la especificidad del valor estético? Habrá que reiterar aquí lo ya esbozado en la tesis # 3: la objetivación en el arte es más libre, menos dependiente de las propiedades materiales del objeto a crear, porque no está sometida a una relación de dependencia material entre el objeto-fin y el sujeto-necesidad. Por esa razón, la necesidad estética que la obra artística satisface en quienes la disfrutan, si bien constituye un ingrediente indispensable para el análisis del valor estético, es, en comparación con otras necesidades, más indefinida, más abstracta, más moldeable, más variable y, en este sentido, más dependiente del objeto artístico creado. La

ausencia de una sujeción tan directa de la creación estética en relación con los determinantes físico-naturales es lo que provoca la tan amplia variabilidad de lo estético y de sus valores y las tan acentuadas diferencias, a veces radicales, en los patrones de belleza si comparamos entre sí a las distintas épocas e historias culturales.



Tesis 7

El desarrollo histórico del trabajo, de la actividad productiva, ha servido de preparación físico-psicológica para la creación de obras de arte. En los primeros estadios de desarrollo humano, la praxis sólo podía perseguir una inmediata finalidad utilitaria ante las inminentes necesidades vitales del hombre. La calidad alcanzada por el trabajo y sus instrumentos apenas si permitía la satisfacción de esas necesidades. El incipiente mundo humano se organizaba en torno a una única y primaria finalidad: la conservación de la vida, la sobrevivencia misma. No había, ni podía haber, una espiritualidad que se abstraiera de esa finalidad. La conciencia tenía

que ser sincrética e imbuida en los fines prácticos más inmediatos. Imposible pensar en una relación estética con la realidad en tales circunstancias. Es por eso que al analizar el proceso evolutivo humano, Plejanov con mucha razón afirmara que “el hombre considera primero los objetos y los fenómenos desde el punto de vista utilitario y únicamente después adopta ante ellos el punto de vista estético” (Tomado de: LIEDM, 71) Sin embargo, en la medida en que se perfecciona el trabajo y, con él, sus instrumentos y productos, el ser humano desarrolla habilidades antes inexistentes. La propia mano se hace más fina, más dócil. Al unísono se afina también la conciencia y la sensibilidad ante la perfección de las formas. La noción de perfección, vinculada a la creación de objetos cada vez más útiles desde el punto de vista práctico, sentó las bases para una noción más genérica de la perfección, la perfección formal, que tanta importancia tendría posteriormente para el arte. Con el tiempo, a los propios objetos útiles creados por la praxis humana se les comenzó a incorporar propiedades que ya rebasaban la finalidad inmediata para la que

habían sido concebidos y con las que se pretendía adornar o decorar los instrumentos y productos de consumo humano. Aunque el objeto creado en su totalidad seguía teniendo un priorizado destino práctico-utilitario, las nuevas propiedades incorporadas perseguían una finalidad adicional, estética. El paso hacia una producción ya nítidamente estética y con ese objetivo expreso se daría como resultado de las distintas fases por las que atraviesa la división social del trabajo, que al mismo tiempo anuncia la salida del hombre (claro no de todos y ni siquiera de la mayoría) del reino de las necesidades más inmediatas y su tránsito hacia las más altas conquistas espirituales. En términos de valores se había producido el paso de lo útil a lo útil-bello y, de ahí, a lo bello sin más.

Tesis 8

En innumerables textos, prestigiosos especialistas señalan al paleolítico superior como primer capítulo de la historia universal del arte. Uno de los más connotados ejemplos que se aducen es el de las pinturas rupestres

de la cueva de Altamira, cuya ejecución se estima fue realizada hace 15 mil años. Al mismo tiempo ha sido demostrado que aquellas pinturas cumplían una finalidad mágica y no estética. Supuestamente las pinturas, que representaban la imagen de un bisonte saltando, favorecerían la acción real de su caza. No podía ser estético el fin por el hecho mismo de que las pinturas se encontraban en los lugares más intrincados y oscuros de la cueva, lo cual descarta la idea de que fueran producidas para su contemplación. Ante tales evidencias es lógica entonces la siguiente interrogante: ¿puede decirse que se trata de una obra de arte surgida hace 15 mil años y que, por tanto, su valor estético data de esa fecha? La atribución por muchos especialistas de este ejemplo a la etapa inicial de la historia del arte parece ofrecer una respuesta afirmativa a la interrogante. El propio Sánchez Vázquez asume una respuesta tajantemente positiva en su primer libro, al calificar incluso como "artista" al cazador prehistórico que ejecuta el dibujo (Ver: LIEDM - 73). Ya en su segunda obra (casi treinta años después) le llama

“ejecutante-cazador” (Adolfo Sánchez Vázquez: *Invitación a la Estética* –en lo adelante IALE-, 82) y, en sentido general, flexibiliza mucho más su posición y problematiza la cuestión, aunque no pone en cuestión la historiografía oficial del arte y reconoce ya para la época de las pinturas rupestres de Altamira la presencia de una conciencia estética que identifica con conciencia de forma (Ibid., 96). Sin embargo, el hecho de que aquellas figuras tuvieran una finalidad estrictamente mágico-utilitaria indica que no fueron creadas como obras de arte y que no desempeñaron esa función durante mucho tiempo. Por esa misma razón no podían existir como valor estético. Lo estético no es un a priori contenido en la creación misma. La encarnación en el producto de la subjetividad humana es una premisa necesaria, una condición indispensable, pero no llega a ser el valor mismo. Este último está determinado por la función que ese objeto desempeñe en su inserción en el sistema de relaciones sociales. Al cambiar esa función cambia su naturaleza social y cambia su significación y valor. El carácter esencialmente

estético de aquellas pinturas es el resultado de su visión contemporánea. Y el mirador actual no puede determinar la existencia de una relación estética hace miles de años. El consumo estético de hoy no es el fin adecuado para el que fueron realizados aquellos dibujos. Eso implica que como obra de arte, como valor estético, fueron creados por nuestros contemporáneos y no por quienes los plasmaron en la gruta.

Tesis 9

Salvando la distancia, lo mismo sucede con un paisaje natural capaz de generar hoy los más sublimes sentimientos estéticos. Presumiblemente ese paisaje permanece intacto hace más de 15 mil años. ¿Podríamos afirmar entonces que como valor estético existe desde antes de esa fecha, incluso desde antes de la aparición misma del ser humano? Parece evidente que tal afirmación no podríamos hacerla, al menos partiendo de las premisas historicistas que han guiado estas reflexiones sobre los valores estéticos. Para que un objeto funcione como valor

estético es preciso que con él se relacione un sujeto que así lo asuma, es decir que lo consuma o contemple desde el ángulo de este tipo de relación. El objeto puede ser totalmente natural. En tal caso su humanización estética se produce sin que sea necesaria su alteración física, se realiza en la propia acción de contemplarlo. Pero eso significa la imprescindible presencia del factor humano para la aparición en el objeto de este tipo de función o de valor. Fuera de la relación sujeto-objeto no hay valor estético. El sujeto aquí sólo puede serlo el ser humano, y el objeto, para serlo, también tiene que ser humano, aunque su procedencia sea natural. Como señala Sánchez Vázquez, "lo bello no puede existir al margen del hombre. Y ese carácter humano no sólo lo determina el origen humano del arte, sino también lo bello natural en cuanto sólo existe en una naturaleza humanizada". (LIEDM – 90) Posiblemente se reaccione entonces señalando que las pinturas rupestres de Altamira son un producto humano y que esto señala la diferencia. Pero el hombre que plasma el bisonte actúa, desde el ángulo de la relación estética que hoy establecemos con su

producto, como un ser natural, porque su finalidad social es otra totalmente distinta y ajena a cualquier intención estética. En este sentido no hay diferencia entre la pintura rupestre y determinados “productos” naturales capaces de provocar sentimiento estético en quien lo aprecia: la perfección de un panal de abejas, la “arquitectura” de un canal construido por un castor, la belleza del plumaje de un pavo real. En todos estos casos el sujeto de la creación estética coincide con el sujeto del consumo estético y no con el factor humano o natural que provocó su aparición física. Lo mismo sucede con muchas creaciones humanas no sólo de tiempos remotos, sino también actuales, que persiguen propósitos distintos y, sin embargo, son capaces de provocar una reacción estética. La disposición simétrica de un sembrado que sigue ante todo a la intención de garantizar un mejor uso de los suelos y ofrecer facilidades para el cultivo, o el contraste entre el verde de la hierba y el color rojizo de la tierra o arcilla y su ubicación dentro de un terreno de béisbol, con una finalidad esencialmente deportiva, provocan, en ambos casos, cierto efecto estético en

quien los observa desde un avión. Algo similar ocurre con la disposición aparentemente caótica de las luces de una ciudad. Ninguna de estas creaciones ha sido realizada para que sea disfrutada estéticamente desde la altura. Ni el campesino, ni el diseñador del parque beisbolero, ni todos los que tuvieron que ver con la electrificación de la ciudad, tenían como propósito crear esa significación. Su origen está en el acto mismo de la percepción estética y su creador coincide con el mismo sujeto que la disfruta, que es, en estos casos, quien estetiza esa relación.

Tesis 10

Pero, volviendo al caso de las pinturas de Altamira, hay que decir que si bien en su origen no fueron obras de arte ni portadoras de valor estético, albergaban ya potencialidades (habilidades manuales, conciencia de forma, capacidad simbólica) que, surgidas bajo la exigencia de una finalidad práctico-utilitaria, permitió con el decurso del tiempo, crear obras que entonces

sí tendrían una finalidad estética, aunque fuese compartida. Precisamente la forma, unida al conocimiento de la función y del contenido que originalmente tenían aquellas pinturas, es lo que ahora nos despierta la admiración y el interés estético hacia ellas. Hoy nos concentramos en la forma, pero sobre todo porque esa forma es testimonio no sólo de la conciencia formal, sino también de las habilidades manuales y de la capacidad simbólica, en resumen, de las potencialidades transformadoras de aquellos seres humanos. Este hecho nos abre las puertas para la comprensión del importante papel de la forma en el arte y en el funcionamiento de los valores estéticos. Esa trascendencia temporal del valor estético, que permite incluso que hoy, 15 mil años después de haber sido creados, funcionen como tal productos que originalmente no tuvieron ese designio, se debe precisamente a la preeminencia de la forma en la apreciación estética. Ya hace mucho que esos objetos dejaron de cumplir su función práctico-utilitaria original. Su significación humana hoy es totalmente distinta, es estética, debido a la permanencia

de la forma y su capacidad para apropiarse de la sensibilidad contemporánea. Sin embargo, esto no significa que aquella forma que hoy despierta nuestra admiración, lo haga desprovista de todo contenido. La ubicación cronológica de la creación de esa forma, el conocimiento de su función originaria, la representación de lo que ella significaba para aquella comunidad son todos elementos que se integran en su valor estético actual. Una representación pictórica del mismo bisonte mucho más perfecta desde el punto de vista estrictamente formal es totalmente factible en nuestros días mediante el uso de técnicas modernas, incluso de medios computarizados. Pero difícilmente este nuevo producto alcance el valor estético de aquellas pinturas originales. Lo cual significa que no es lo formal por lo formal mismo la esencia del valor estético, sino, en todo caso, lo formal espiritualizado, dotado de una significación humana otorgada por la sociedad y asociada al contenido mismo de la forma en cuestión. Es por esa razón que no cualquier forma en cualquier época y lugar tiene el mismo valor estético. Las pinturas de Altamira ya no

desempeñan su función práctico-utilitaria original, pero esa función, integrada a cierta forma, es parte constituyente de su valor estético actual. Los contenidos arqueológico y antropológico de ese testimonio son también responsables de la sensibilidad estética que hoy despiertan. Esto al mismo tiempo significa que lo estético no existe en una forma pura, ajena totalmente a cualquier otro significado humano. La forma carente de contenido sólo puede ser el resultado de una abstracción, pero nunca el objeto de una relación real, concreta, humana. Lo extra-estético se hace estético en los marcos de una forma adecuada. Si bien es cierto que lo estético no debe ser diluido (en) o reducido (a) lo extra-estético, este último no puede dejar de estar presente en alguna medida en lo estético mismo. La intención, observable en algunas tendencias del arte contemporáneo, de desproveer a la creación artística de cualquier significado es ya un significado concreto, es una intencionalidad que se conecta con la realidad extra-estética. El ideal del arte no ha de ser la esteticidad pura, a riesgo de deshumanizarlo. Si fuera posible privar de todo

significado extra-estético a un determinado producto artístico, ello presupondría, con toda probabilidad, privarlo de su propio significado estético.

Tesis 11

Esta penetración de lo extra-estético al interior de lo estético mismo pone en entredicho la tesis kantiana acerca del desinterés como condición del juicio estético. Esta idea es muy cuestionable en varios sentidos. En primer lugar, la reacción estética que puede provocar un determinado objeto presupone la puesta en tensión de nuestra sensibilidad, cierto nivel de atención y concentración en el objeto dado. Sabido es que la atención es un proceso psicológico selectivo, cuya activación está íntimamente asociada al interés despertado en el sujeto por la presencia de algo significativo para él. Esto quiere decir que el objeto estético no podría atrapar la sensibilidad humana si ésta no estuviera guiada por un interés hacia ese objeto. Por supuesto que se trata, en este caso, de un interés especial, distinto al utilitario o de otro signo; es un interés propiamente

estético, dirigido a la satisfacción de una necesidad estrictamente espiritual. Como señala Sánchez Vázquez “el desinterés total o la indiferencia plena ante la existencia del objeto, cierra las vías de acceso a su contemplación estética”. (IALE -108). En segundo lugar, es cierto que en determinadas circunstancias la preeminencia de otros intereses (utilitarios, mercantiles, políticos) puede obstruir o bloquear la sensibilidad estética hacia determinado objeto. En tales casos el potencial valor estético de una determinada creación, digamos, queda sin realizarse debido a que otro tipo de interés eclipsa la atención. “Un hombre necesitado, con preocupaciones, se queda *insensible* ante el espectáculo más hermoso” (K. Marx: *La cuestión judía...* - 134). Sin embargo, esto está lejos de ocurrir siempre. Entre interés (y valor) estético e interés (y valor) extra-estético no hay necesariamente una relación de exclusión. El interés puede ser compartido. Ya vimos que la forma, que actúa como elemento fundamental del valor estético, no puede presentarse con absoluta abstracción de su contenido. Por esa misma razón el objeto

estético es capaz de mover también intereses extra-estéticos. El sujeto de la contemplación puede estar motivado no sólo por la forma misma, sino también por lo que esa forma expresa. En tal sentido, otros intereses, como pueden ser antropológicos, cognoscitivos, políticos, morales, pueden hasta convertirse en condicionantes del propio interés estético. La producción industrial contemporánea es una muestra fehaciente de la posibilidad de compatibilizar utilidad y belleza. Además de las propiedades que propician el valor utilitario o de consumo de un determinado producto, se le incorporan al objeto producido propiedades extras con una clara intencionalidad estética. El valor utilitario no excluye (y en cierto sentido se complementa con) el valor estético. En ocasiones es ese extra incorporado, de naturaleza estética, el que decide la competencia con otros productos que con igual eficacia pueden desempeñar la misma función utilitaria. De ahí la gran importancia que en la actualidad se le concede al diseño industrial, esa disciplina intermedia entre lo estético y lo extra-estético. Lo útil-bello no es sólo una fase trascendida y olvidada en la

evolución de lo estético, es algo que cada vez cobra mayor presencia en la vida actual.



Tesis 12

Podría aducirse que si el desinterés en relación con cualquier finalidad extra-estética no representa un requisito indispensable para la apropiación del valor estético, sí lo es para su creación, es decir para la labor del artista, empeñado en la producción de una obra de arte con una única y suprema finalidad estética. Sabido es que cualquier tipo de producción en el hombre implica cierto grado de liberación con respecto a su necesidad física inmediata. Mas en el arte esta posibilidad latente de lo humano es aprovechada en grado máximo. La creación artística es precisamente la más elevada expresión de la libertad humana. Es por esa razón que podemos hablar de una producción estético-artística sólo cuando en el objeto producido está presente una forma excedente, un "plus", no justificado por ningún interés utilitario, religioso, político, o de cualquier otra índole extra-estética. Todo esto parece

legitimar la idea del desinterés como un requisito necesario para la creación artística. Sin embargo, como ya se ha señalado, lo estético presupone, en el sujeto de la apreciación, y con más razón en el sujeto de la creación artística, un tipo específico de interés, asociado al disfrute espiritual y movilizador de las energías necesarias (tanto más en el creador) para el establecimiento de una relación estética. Pero, ¿qué sucede con los intereses extra-estéticos?; ¿deben o pueden estar totalmente ausentes de la creación estética? Es obvio, sobre todo ya en nuestros días, que excesivas presiones, digamos, desde la religión, el mercado o la política, pueden limitar, inhibir o anular la libre creación artística, propiciando la elaboración de productos de cuestionable valor estético. Sin embargo, no siempre los intereses extra-estéticos perturban la libre creación. De hecho, libertad no significa ausencia de condicionamiento. El artista pertenece a una época, a un lugar, a determinados grupos sociales. El contexto socio-cultural en que vive condiciona su personalidad, incluso su potencialidad creadora. Ni el más genial e

innovador de los artistas puede “librarse” absolutamente del peso de su historia y cultura, tanto por las posibilidades que ellos abren como por las limitaciones que imponen. Y esto no implica que necesariamente quede cercenada su libertad creadora. El condicionamiento socio-cultural no significa una determinación unilineal; todo lo contrario, dentro de ciertos rangos, abre un diapasón de infinitas posibilidades, tanto más amplio cuanto más humanizado sea el propio hombre, cuanto más emancipado se halle de las fuerzas inhumanas de origen natural o social. El contexto histórico y socio-cultural penetra la obra creadora a través de los intereses que el artista hace suyos, de naturaleza tanto estética como extra-estética. Estos últimos se hacen presente a través de la elección del tema, en los mensajes que explícita o tácitamente el creador trasmite, en el destino para el que se concibe la creación. De una u otra forma, todo ello integra el valor estético de la obra en cuestión. ¿Cuándo, entonces, las presiones extra-estéticas comienzan a afectar la libre creación más allá de lo histórica y contextualmente normal y necesario? Sin que

pueda aquí establecerse una frontera claramente discernible, debe señalarse que cuando lo extra-estético pretende literalmente decidir sobre lo estético mismo, cuando se estructura en forma de mandato, cuando establece reglas o paradigmas inflexibles sobre el tratamiento de la propia forma –ese elemento esencial del arte sobre el que el artista despliega toda su creatividad-, entonces se abren muy amplias posibilidades para que presiones extrañas al arte mismo coarten la libertad. El llamado “realismo socialista”, dominante en el pasado reciente en los países de Europa Oriental, sirve de ejemplo elocuente de lo anterior. Y el mercado,, esa figura divinizada de la sociedad global contemporánea, constituye otro ejemplo que, lamentablemente, no tiene nada de pasado y sí mucho de omniabarcante presente.

Tesis 13

La presencia monopólica del mercado en el mundo de hoy amerita el tratamiento aparte de su vínculo con el arte y con los valores estéticos. Es conocido el señalamiento de

Marx en relación con la hostilidad del capitalismo hacia el arte. Marx tiene en cuenta la estructuración orgánica de este tipo de sociedad sobre el eje del valor de cambio. En tanto mercancía, cualquier producto aquí se reduce a su valor de cambio, pasando a un segundo plano su valor de uso, es decir, su vínculo con las necesidades humanas. Lo importante es que el producto se pueda vender lo mejor posible. La presencia en él de un mayor o menor valor de uso es apenas un pretexto para la realización del fin supremo: maximizar la ganancia. El arte no puede quedar ajeno a estas leyes de la producción mercantil capitalista. Tiene razón Sánchez Vázquez cuando, al referirse al destino en este tipo de sociedad de la obra de arte, afirma que "aunque la produzca para que tenga un valor específico, estético, el artista sólo puede lograr que alcance su destino final -su consumo peculiar: la contemplación y valoración estéticas-, si pasa por el mercado y se sujeta a sus leyes inexorables. Sólo así puede circular y llegar a sus consumidores; pero esto exige a su vez que su valor propio, de uso -o sea, el estético-, se transforme como el de toda

mercancía en valor de cambio". (IALE – 93) El artista se siente compulsado a pensar en el valor de cambio de su producto y no sólo en su valor estético. Y no hay dudas de que esto es potencialmente un factor hostilizador de la libertad creadora. Esta hostilidad se pone sobre todo de manifiesto cuando valor mercantil (de cambio) y valor estético (de uso) se encuentran en una relación de contraposición. Debido a la prioridad del mercado, el valor estético queda subordinado al criterio de la maximización de la ganancia, con lo cual tiende a desligarse de los factores propiamente estéticos que lo condicionan como valor. Ello explica la amplia proliferación de manifestaciones pseudoartísticas de escaso valor estético que, más que expresión de ausencia de talento en sus productores, es índice de la indiferencia del sistema en relación con el verdadero valor artístico. Todo gira alrededor de una divisa: mientras más se vende, más vale. Ahora bien, eso no significa que la verdadera creación artística sea imposible en el capitalismo o que para crear genuinos valores estéticos haya que hacerlo desde una actitud necesariamente

contrasistémica. De hecho en el capitalismo se produce también arte de excelente calidad. Y no siempre, ni mucho menos, sus creadores necesitan condicionar su libre inspiración a las exigencias del sistema. En eso consiste la paradoja del mercado capitalista, en que puede favorecer tanto a las producciones más bajas como a las más sublimes. Cuando se produce una relación proporcional adecuada entre valor estético y valor de cambio, el mercado estimula la elevada producción artística. Si en sentido general se invirtiera la relación y se diseñara un tipo de sociedad en la que el valor de cambio estuviese siempre subordinado al valor de uso y, en consecuencia, el valor mercantil y abstracto de una obra de arte se hiciera depender de su valor estético y concreto, entonces el mercado se convertiría, como regla, en un estímulo benefactor para el buen arte. Pero esa sociedad ya no sería capitalista. Por eso, a pesar de que en el capitalismo se puede producir buen arte, el tipo de sociedad de que se trata no lo garantiza, carece, por su propia esencia, de un criterio discriminador vinculado al verdadero valor estético de la obra. Y es

que el dominio del valor de cambio sobre el valor de uso conduce necesariamente a una abstracción de las necesidades humanas, de su carácter, de su estado, de su importancia vital, de su racionalidad. No son los valores humanos los que guían la actividad social (y económica, en particular), sino las preferencias y caprichos consumistas fomentados por el propio mercado y la competencia. Basta con que tenga un valor de cambio para que cualquier producto, sin importar su posible irracionalidad humana, tenga su realización mercantil. En este sentido quedan igualadas, en la abstracción del valor de cambio, las necesidades más altas con las más bajas e inhumanas.

Tesis 14

Reseñando una de las preocupaciones estéticas más latentes en Marx, Sánchez Vázquez nos refiere cómo para éste “el problema no consiste en explicar la relación entre el arte griego y la sociedad de su tiempo, sino en determinar cómo sus realizaciones, nutridas de los ideales, sentimientos y

aspiraciones de esa sociedad, tienen para nosotros hoy un valor, incluso como un canon". (LIEDM – 96) En efecto, el problema consiste en cómo compatibilizar la tesis (que aquí se ha venido tratando) sobre el condicionamiento del arte por el contexto socio-cultural en que se produce y la innegable perdurabilidad que en muchas ocasiones tiene su valor estético. Con este asunto se entronca otro: el de la posibilidad, también confirmada por los hechos, de que un arte nacido en determinadas condiciones bien concretas irradie su valor estético hacia otros contextos geo-culturales, herederos de tradiciones culturales y artísticas diferentes. Se trata, en resumen, del problema de la universalidad en tiempo y espacio del valor estético de la obra de arte. En verdad, no existe una contradicción insalvable en el hecho de que un valor nazca en condiciones particulares, engendrado por circunstancias específicas, y que luego llegue a funcionar como valor universal. De hecho, se trata de dos procesos diferentes: el primero es aquel mediante el cual determinado medio social y cultural contextualiza y matiza la creación del valor; el segundo se refiere al

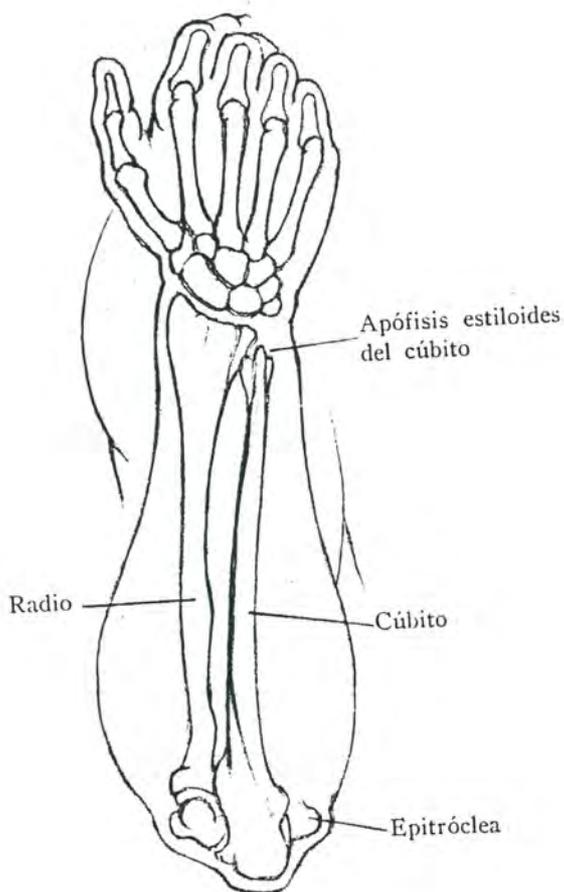
alcance de la significación humana de ese valor. Y no tiene nada de extraño que un producto humano que logre adquirir una dimensión universal haya sido obtenido como resultado de un acto creador particular y concreto. Cualquier valor universal tuvo que haber tenido un origen similar. Lo que sí llama la atención en el caso del arte (y es lo que tenía en cuenta Marx) es su elevada potencialidad universalizante y su gran perdurabilidad como valor universal. Un determinado valor utilitario, digamos, puede universalizarse rápidamente (sobre todo en los marcos de un mercado globalizado como el de hoy), pero con la misma rapidez pierde su universalidad (e incluso su valor) al ser sustituido por otros productos que desempeñan la misma función con mayor eficacia. Por su parte un valor moral, religioso o político afronta dificultades para universalizarse porque en muchas ocasiones chocan con los criterios valorativos de otros contextos. Frecuentemente lo que ocurre en estos casos, más que una universalización real, es la imposición de los valores de una cultura a otra a través de las relaciones de

poder que entre ellas se establecen. Es cierto que también en el arte durante mucho tiempo prevalecieron criterios discriminatorios que obstruyeron el potencial alcance universal de los valores estéticos surgidos en regiones no occidentales. Era hasta cierto punto lógico que tales obstáculos se impusieran en el contexto de una cultura dominante en la que, por el puro arte de magia de la especulación metafísica, nuestros pueblos habían sido extraídos de la historia universal. Hasta hoy nos llega la inercia de esa forma de pensar. Conceptos como los de "artesanía" y "folclore", portadores de una intrínseca subvaloración estética, siguen siendo los preferidos por muchos para caracterizar al arte no occidental. Así y todo hay un reconocimiento cada vez mayor al valor estético universal de creaciones artísticas surgidas en Asia, África o la América pre-hispánica, algunas de las cuales ni siquiera fueron producidas con ese designio. El hecho de que la Coatlicue azteca ocupe un lugar hoy en la historiografía universal del arte y, más que eso, que sea capaz de despertar la sensibilidad estética en un observador europeo o asiático, 5 siglos después de su

concepción, presumiblemente realizada con otro destino, nos habla a las claras de esa universalidad temporal y espacial que potencialmente puede alcanzar el valor estético. ¿A qué se debe esto? Ante todo, precisamente, al predominio en el arte de la forma, de esa forma en la que se reproduce un determinado contenido histórico-concreto, que si bien no puede desprenderse de la propia forma en su funcionamiento como valor estético, tampoco impide la relativa autonomía de ésta para insertarse en la cultura de otra época y lugar. Es más, puede incluso afirmarse que en la misma medida en que aquel contenido quede trascendido por la propia praxis social, menos atada a él se hallará su forma y mayor libertad adquirirá ésta para alcanzar vuelo universal. En otros tipos de valores, donde el contenido es lo fundamental, las posibilidades de su universalización están limitadas por el insuficiente grado de universalidad de su contenido mismo y de la praxis a él vinculada. En un mundo, donde todavía predomina un tipo de praxis que está lejos de representar la universalidad humana y en el que los intereses

que guían esa praxis son ajenos a lo que genéricamente necesita el ser humano, es lógico que el contenido de valores como los morales o los políticos no puedan alcanzar un funcionamiento universal. Es precisamente en la esfera del arte, de la cultura, de los valores estéticos, donde más se ha avanzado en la constitución y funcionamiento de un sistema de valores universales, a pesar de todas las trabas y limitaciones que en este sentido hoy siguen existiendo. El vínculo de lo estético con la forma y, a través de ella, con intereses espirituales humanos que desbordan lo grupal, lo clasista, lo histórico-contextual, dándole espacio a toda la diversidad de lo humano, hace que diferentes valores estéticos, generados por distintos contextos históricos, sociales y culturales, tengan una alta potencialidad universalizadora y no guarden entre sí una relación de incompatibilidad o antagonismo como sí se observa todavía hoy en el caso de los valores políticos, religiosos o morales. Por otro lado, en comparación con los valores utilitarios, cuya trascendencia temporal es efímera, los valores estéticos tienen la ventaja de que su consumo como

regla no agota su existencia ni impide que otros también los disfruten, lo cual a su vez permite multiplicar los sujetos potenciales del goce estético y facilita su universalización y perdurabilidad.





Rústicos

L O S T A L L E R E S

Mirasoles No. 271

Col. Bugambilias

C.P 72580

Puebla, Puebla. México

Tel. (01-2) 2 45 96 55

Fax. (01-2) 2 33 19 56

E-mail beylan@mail.computime.com.mx