

De la contemplación estética a la interacción participativa*

From aesthetic contemplation to participatory interaction

Carlos Fajardo Fajardo**

cfajardo@lasalle.edu.co

carfajardo@hotmail.com

Universidad de la Salle

RESUMEN

La vieja concepción idealista de contemplación y recepción artística ha sido sacudida por una fuerte desacralización del arte moderno, lo que establece diversas formas de relación entre artista, objeto producido y público. Las nuevas formas de presentación y representación de las obras de arte hacen que la concepción de intocabilidad del objeto artístico se derrumbe e irrumpa el carácter de la interacción con lo allí presentado. Este artículo analiza las mutaciones que se han operado en el concepto de receptor del arte en una era de globalizaciones tecnoculturales, la cual ha producido un "nuevo receptor" o espectador del arte.

PALABRAS CLAVE

Contemplación estética, interacción participativa, estética de la recepción, mercado del arte, usuarios-consumidores, museo, globalización.

ABSTRACT

The old idealistic conception of contemplation and artistic reception has been shaken by a strong desecration of modern art, which provides various forms of relationship between artist and audience-produced object. New forms of presentation and representation of works of art, make the concept of untouchability collapse and break the character of the interaction with what was presented. This article examines the changes that have occurred in the concept of receptor of art in an era of techno-cultural globalization, which has produced a "new receiver" or viewer of art.

KEY WORDS

Aesthetic contemplation, participatory interaction, aesthetics of reception, art market, user-consumer, museum, globalization.

* Recibido: 21 de abril de 2009 / Aceptado: 15 de mayo de 2009.

** Doctor en Filología. Profesor en la Facultad de Filosofía y Humanidades, Universidad de la Salle, y Universidad Distrital Francisco José de Caldas de Bogotá, Colombia. Poeta, investigador y ensayista colombiano.

En su ensayo “Más allá de la contemplación estética”, José Jiménez, refiriéndose a la relación profunda que el coleccionador y amante del arte mantiene con sus obras, adelanta estas reflexiones:

Durante siglos, nuestra tradición de la cultura ha concedido en esos términos las condiciones ideales de aproximación a las obras de arte, e incluso ha intentado reproducirlas en los museos. En ellos, la distancia referencial frente a las piezas, la prohibición de tocarlas y la exigencia de silencio y compostura, hacen sentir al público como si estuviera en una iglesia. Después de todo, aunque no haya culto, en los museos de arte hay también imágenes que suscitan la devoción. [...] La categoría en que se cifran todos los referentes de las condiciones ideales de relación entre el espectador y la obra de arte, y de la que vengo hablando, no es otra que la categoría de contemplación (1998: 18).

Dicha categoría, asegura Jiménez, tiene sus fundamentos filosóficos en una concepción teológica, racionalizada y sistematizada en la reflexión que sobre el sujeto adelantó la estética de la Ilustración, principalmente Immanuel Kant.

Desde el siglo XVIII, la idea de público receptor, formulada por una burguesía ilustrada europea en busca de un sujeto autónomo, ciudadano culto y de buen gusto, magnificó la categoría de contemplación. Tal categoría de origen teológico, propuso una relación de silencio respetuoso ante la obra, es decir, la apreciación casi mística del objeto más allá de todo interés teórico y práctico que, en términos de Kant, se sintetiza en una contemplación desinteresada y se resuelve con una actitud ensimismada, íntima, similar a la experiencia religiosa; experiencia personal ejercida por un sujeto impuesto como centro y ombligo del mundo por la modernidad. La contemplación desinteresada dialoga, entonces, con la idea sagrada de estar a solas con Dios, similar a la devoción y al éxtasis que produce la presencia artística. El origen platónico de esta categoría es evidente, y el peso de la tradicional idea de belleza se hace manifiesto. Así, espiritualidad, idealismo, intimismo, receptividad se-

rena son algunos aspectos que se reúnen en este concepto de contemplación de la belleza.

La idea de espectador contemplativo supone un proceso de ensimismamiento en el cual la armonía, el éxtasis y el silencio se muestran como ideales para lograr la emoción estética. Con el ensimismamiento contemplativo se puede llegar a tocar “físicamente” el cuadro, entrar a sus universos. Tal es la idea que mantiene Diderot respecto a la contemplación. En su escrito para el *Salón de 1765*, describe la catarsis que sintió frente al cuadro *Pastorale russe* de Jean Baptiste le Prince:

Estoy realmente allí. Apoyado contra este árbol, entre el anciano y su hija. Mientras el muchacho toca. Cuando deje de tocar y el anciano vuelva a posar sus dedos sobre la balalaika, iré a sentarme junto al muchacho; y cuando caiga la noche, los tres juntos acompañaremos al anciano a su choza. Un cuadro con el que se puede razonar de esta manera, que nos introduce en la escena, y del que el alma recibe una sensación deliciosa, nunca podrá ser un mal cuadro (Freid, 2000: 146).

Esta especie de catarsis que siente el espectador / actor ante el cuadro, la volvemos a encontrar en Diderot en su comentario para el *Salón de 1767* frente a las *Naturalezas muertas* de Chardin:

Atraen indistintamente al ignorante y al entendido. Hay una increíble fuerza de color, una armonía general, un efecto excitante y auténtico, bellas masas, una magia de estilo impresionante, una gran atracción en el conjunto y la disposición. Aléjese, acérquese, la misma ilusión, ninguna confusión, ninguna simetría tampoco, ningún mariposeo; la mirada siempre está recreada, porque hay calma y reposo. Uno se detiene ante un Chardin por instinto, como el viajero cansado del camino que va a sentarse, casi sin darse cuenta, en el lugar que le ofrece un asiento lleno de vegetación, silencio, agua, sombra y frescor (Freid, 2000: 147).

En la época de la ilustración, escribe Jiménez,

en su contexto de crítica de las creencias religiosas como superstición, el espíritu profundamente religioso que es Kant propugna la religiosidad interior, íntima, el estar a solas con Dios, característico de la religiosidad protestante o reformada, frente a la usual asociación de la religión con la prosternación, el rezar con la cabeza inclinada, con ademanes y voces contritos y temerosos (2002: 18).

En su contemplación, el sujeto espectador se diluye como tal frente al cuadro y entra a dialogar activamente con la presencia icónica, logrando un ensimismamiento de poderosa concentración absorta.

Hoy, las nuevas representaciones en el arte han sacudido la concepción tradicional de contemplación, por lo que ha surgido otro tipo de receptor que seculariza, desentroniza las escalas de valores de la estética moderna. La reproducción técnica de las obras de arte hace que esta concepción de la intocabilidad del objeto artístico se derrumbe e irrumpe el carácter de la *interacción* con lo allí presentado (Jiménez, 2002: 226). De este modo, la secularización de la obra permite que surja un nuevo espectador que viola la norma de la lejanía y la distancia, familiarizando lo estético con la vida, liquidando la categoría de contemplación frente a lo que se presentaba como demiurgo sagrado. Entonces tenemos un público que interviene, actúa en y sobre la propuesta artística; un público que interactúa en los procesos tanto de producción (creación) como de recepción de la obra. La transformación de lo contemplativo es evidente: se rompe el silencio estático y se entra al silencio sonoro, a la co-creación programática del artefacto artístico.

La propuesta de hacer participar al público en el proceso de creación ha sido un recurso empleado frecuentemente desde las vanguardias –en Duchamp, por ejemplo, y en los años sesenta los *performances*, los *happenings*, el arte *povera*, etc.–. Ello se hace posible hoy día de forma más contundente gracias a las tecnologías digitales, pues han facilitado la *interacción* que liquida la idea del artista intocado, del artista-dios. De

hecho, la obra deja de ser un producto acabado y pasa a constituirse en un proceso abierto, un punto de partida para la intervención múltiple de diferentes sujetos cocreadores. Es más, no sólo el arte como expresión subjetiva auténtica, sino el contemplador, también ha cambiado de rol al convertirse potencialmente en espectador / creador, receptor / participante.

Actualmente hemos procedido a eliminar las distancias entre lo privado y lo público, tanto que la condición reservada a unos pocos contemplativos privilegiados es destronada por la masificación en red de los espacios artísticos, lo que garantiza el acceso de públicos que en masa se desplazan de una obra a otra en galerías y museos de manera turística sin practicar ya una actitud contemplativa. Ahora somos usuarios / consumidores y el disfrute de la obra no está dado por el silencio íntimo y reverencial ante ella, sino por el dato turístico que confirma la presencia del espectador en las exposiciones y por ese dichoso lema del “yo estuve allí” no para contemplar, sino para demostrar a los otros que realicé un veloz, efímero itinerario por el arte¹ (sin tiempo, al turista estético le queda el agotamiento físico en su paso por los museos. Escuchemos de nuevo a Jiménez,

¿Contemplación estética...? La mayoría de los turistas, en los viajes concertados y con itinerarios fijados con programas y horarios concebidos con criterios tomados de la disciplina militar, con toda la ductilidad técnica para moldear al grupo, suele acabar extenuada, presa a la vez de la excitación de lo distinto y del agotamiento físico (Jiménez, 2002: 23).

Por tanto, en el museo como institución que vincula la sociedad civil a la exhibición pú-

¹ “El ‘contacto’ con la obra de arte tiene así lugar, en no pocas ocasiones, a través del turismo de masas, en términos que se hace realmente difícil, si no imposible, cualquier pretensión de ‘contemplación’ o de quietud, y que, curiosamente, vale más como ‘confirmación’ personal de un acto, de una presencia: ‘yo estuve allí’, que como contacto, conocimiento y disfrute de la obra. Una obra que, por otra parte, ha sido ya ‘conocida’ y jerarquizada a través de reproducciones y de inevitables guías turísticas que señalan lo que debe verse y su importancia mayor o menor” (Jiménez, 2002: 149-150).

blica y, más aún, a las posibilidades de selección y ordenamiento de las exposiciones, se entra a considerar el catálogo de la exposición como sustancial, el cual se valora más que las obras mismas, ya que el visitante lo adquiere como un fetiche de recuerdo de su recorrido vivido, y como testimonio del “Yo estuve allí”, garantía y prueba de haber asistido al espectáculo museístico. De manera que en el museo tenemos, al decir de E. H. Gombrich, “una forma secular de peregrinación” donde las obras, como objetos “dignos de ser vistos”, se vinculan a la experiencia religiosa de veneración y recogimiento; de luz, visibilidad y silencio, exigidos en el recorrido por este templo artístico. La unión entre ritual religioso y arte se hace evidente. Su giro transformativo está en que el museo es una institución secular que “hace ver” a la sociedad el arte, constituyéndose en una propuesta educativa con intencionalidad cívica y política, lo que en palabras de Zunzunegui, expresa una “ideología de la visibilidad” como estrategia institucional y oficial (2003: 51).

Dicha secularización cívico-política no destierra, sin embargo, la pulsión de lo sagrado en la experiencia estética de su recorrido. La necesidad de preservar del olvido y su característica de mantener viva la memoria, lo une a la teleología religiosa. Así, el museo, como espacio secular de lo privado y lo público, dialoga con el espacio de la inmortalidad; salva a las obras y a los artistas de la marcha destructora del tiempo. Su proyección social es inmanente, su simbología trascendente.

El museo se ha vuelto asequible a un gran público usuario. Museo masivo frente a museo exclusivo. Este tipo de museo-masa es sucedáneo a la cultura del mercado. Por lo regular, tenemos que el museo actúa también como tienda, cafetería, librería, etc., realizando todo un montaje publicitario. Son espacios de atracción y producen imaginarios de participación y pertenencia para los ciudadanos. Se han constituido en uno de los lugares más importantes para los turistas. Sitios de mercadeo tanto de productos simbólicos como materiales. En el museo contemporáneo, los espectadores interactúan con las zonas peatonales construidas a sus alrededores, lo cual modifica la tradicional visita a su interior,

y desterritorializa la llamada “caja blanca” gracias al paseo por sus exteriores, los cuales también se constituyen en parte de la visita². De esta forma, el museo se proyecta a la intemperie, hace dialogar lo público con lo privado, se establece como proyecto ciudadano; se presenta como museo-espectáculo, atrayendo al público masivo y al público culto. Dicha escenografía requiere de un nuevo espectador que genera otras formas de relación, ampliando sus funciones receptoras, transformando la emoción estética, acorde a las exigencias del mercado y del cliente.

Gracias a la cultura de masas y a las industrias culturales se han ido diluyendo ciertas distancias, produciéndose fusiones de fronteras hasta el punto que las barreras entre el artista productor y el consumidor o cliente han desaparecido gracias al macrorrelato del mercado. Éste los une y los nivela. Lo privado se disuelve en la masificación de la obra que se consume. El artista pasa a ser también público consumidor y el público, artista del consumo. Interacción y co-creación en lo masivo. El sujeto contemplativo, desinteresado, al decir de Kant, se transforma en usuario / consumidor que gira en el circuito de la lógica del mundo del arte, desde donde se imponen y proponen cánones de gustos a sus compradores. Esto ha llevado a que la estética de la estandarización y de la homogeneización sea cada vez más manifiesta en la globalización económica y en la mundialización cultural, pues los artistas pretenden vender lo que más se consume o proponer al mercado productos según las preferencias del cliente, y el público desea comprar lo que más se publicita. Entonces, los productos artísticos entran a la estética de la repetición y son consumidos por su capacidad de promoción y de espectacularización.

Tal situación ha hecho que el proceso de construcción del nuevo receptor esté unido a las instituciones del arte, llámense estas galerías, museos, medios de comunicación, publicidad, críticos, artistas, etc., las cuales componen cá-

² “Los museos se revisten como lugares de ocio, al estilo Disneylandia, cuando añaden modos de presentación chabacanos, cintas de audio, exhibiciones caprichosas con botones y vídeos, megatiendas de regalos, etc.” (Freeland: 2004: 116).

nonas y gustos determinados casi siempre por el mercado.

Gracias a la cultura de masas y a las industrias culturales se han ido diluyendo ciertas distancias, produciéndose fusiones de fronteras hasta el punto que las barreras entre el artista productor y el consumidor o cliente han desaparecido gracias al macrorrelato del mercado. Éste los une y los nivela. Lo privado se disuelve en la masificación de la obra que se consume.

Ahora bien, si en la tradición occidental se impuso una distancia contemplativa “pasiva” entre el receptor y la obra, deberíamos preguntarnos si las nuevas dinámicas del receptor usuario y participativo impulsan y proponen una “distancia” crítica, con la cual no se caiga en el juego de la integración total, en la conciliación ingenua con lo que está allí representado. Dicha distancia crítica ayuda al espectador / usuario a apreciar mejor, sin esquemas de alineación del juicio, sin cánones de actualidad puestos de moda por el llamado mundo del arte, rescatando la capacidad de disentir. De ser así, la categoría de *interacción* exigiría, entonces, una postura más reflexiva frente a las manifestaciones del concepto global del “todo vale” o del todo es posible en el arte.

Estos procesos abiertos a una pluralidad libertaria demandan espíritus despiertos que no sólo asuman una actitud de coexistencia pacífica con las obras, sino que sepan que en su interacción receptiva / creativa se hospedan en un territorio problemático, peligroso, estremecedor, lleno de filos de navajas. Juicio de gusto con autonomía de criterio, basado en una conceptualización de rigor y en una exigencia analítica que

asimile la pluralidad de las representaciones, superando el entusiasmo ciego, el aplauso ligero, la corrupción espectacularizada del juicio estético.

Hasta ahora hemos visto cómo la vieja concepción idealista de contemplación y recepción artística es sacudida por una fuerte desacralización del arte moderno, el cual establece diversas maneras de relación entre artista-productor y público. Las tres instancias que en la experiencia estética se hacen manifiestas –“Sujeto creador, objeto producido y recepción de ese producto” (Sánchez, 2006: 17)–, en la globalización tecnocultural han transformado sus fundamentos. Para Adolfo Sánchez Vásquez, se ha pasado “de la estética de la recepción de la creación a la estética de la participación en la creación” (p. 17). Como se aprecia, es una conmoción profunda en la teoría de la creación y de la receptividad de la obra. Ya a mediados del siglo XX la Escuela de Constanza, con Hans Robert Jauss y Wolfgang Iser, reivindica al receptor como productor, creador e interventor de la obra, superando el concepto de contemplación pasiva, ensimismada y silenciosa. El receptor se transforma en parte sustancial de la obra, sin el cual ésta no existiría. La estética de la recepción asume la interacción como actividad imprescindible. El lector se vuelve coautor, cocreador. La obra es entendida

como un signo estético determinado para ser hecho público. Debemos pues no sólo considerar su existencia, sino también su recepción; tenemos que examinar que la obra es percibida, interpretada y valorada por una comunidad de lectores. Sólo cuando una obra es leída llega a su realización estética, sólo así se convierte en la conciencia del lector en objeto estético [...] Tan pronto como una obra literaria se publica y difunde se convierte en propiedad pública, y el público la recibe desde el punto de vista de su sensibilidad artística actual (Vodicka, 1989: 55).

De esta manera, sólo gracias a la actividad del receptor existe obra, es decir, debido al diálogo e interacción entre ambas partes. El texto deviene obra cuando se activa el diálogo receptivo³. Para Wolfgang Iser, la obra:

Posee dos polos que podemos llamar polo artístico y polo estético, siendo el artístico el texto creado por el autor, y el estético la concreción realizada por el lector. De tal polaridad se sigue que la obra literaria no puede identificarse exclusivamente ni con el texto ni con su concreción. Puesto que la obra es más que el texto, ya que sólo requiere vida en su concreción, y ésta no es independiente de las disposiciones aportadas por el lector, aún cuando tales disposiciones son activadas por los condicionamientos del texto. El lugar de la obra de arte es la convergencia de texto y lector, y posee forzosamente carácter virtual, puesto que no puede reducirse ni a la realidad del texto ni a las disposiciones que constituyen al lector. A esta virtualidad debe la obra de arte su dinámica, que, por su parte, es la condición de los efectos que produce. El texto se actualiza, por lo tanto, sólo mediante las actividades de una conciencia que lo recibe, de manera que la obra adquiere su auténtico carácter procesal sólo en el proceso de su lectura [...]. La obra de arte es la constitución del texto en la conciencia del lector (Iser, 1989: 149).

Iser argumenta que en esta constitución del texto en la conciencia del lector se desvanece la escisión entre sujeto y objeto, “división inheren-

te a todo proceso de conocimiento y percepción. Con su desaparición es la lectura una posibilidad especial de acceso a la experiencia de un mundo ajeno”. De este modo,

texto y lector no están ya frente a frente como sujeto y objeto sino que se da una “escisión” en el seno del lector mismo. Si éste piensa los pensamientos de otro, sale temporalmente de sus disposiciones individuales, pues acaba ocupándose de algo que, hasta ese momento, no se encontraba, al menos de esa forma en el horizonte de su experiencia (Iser, 1989: 162, 163).

El proceso creativo es un lugar abierto, plural y heterodoxo que genera muchas ventajas en la socialización de la obra, pero también gesta la posibilidad de relajar el sentido crítico frente a la misma, el juicio reflexivo activo (I. Kant) sin el cual puede comenzar a aceptarse la mediocridad en cualquier intervención directa, dando licencia al “todo es apto” de ser aplaudido como arte.

Este procedimiento meramente receptivo que, al decir de Sánchez Vásquez, se queda en una “recepción mental”, ideal, va a ser superado en los años sesenta y setenta por la irrupción de nuevas formas de representación artísticas, las cuales no sólo exigen un receptor activo hermenéutico, sino la intervención directa en su proceso material de elaboración, lo que significa un cambio de roles en la actividad receptiva. El receptor participa, actúa en la ejecución de la obra de forma física, material. Se vuelve un receptor-usuario, ejecutante. De este modo, esta estrategia cambia todos los paradigmas del autor genial, excepcional y diferente, y de la obra intocada, inviolable. El original de la obra pasa a ser

³ Para Hans Robert Jauss dicho diálogo genera un proceso de experiencia estética co-creadora donde operan tres conceptos fundamentales de la tradición estética, a saber: la poiesis, la aisthesis y la catarsis: “*poiesis*, entendida como ‘capacidad poética’, designa la experiencia estética fundamental de que el hombre, mediante la producción de arte, puede satisfacer su necesidad universal de encontrarse en el mundo como en casa, privando al mundo exterior de su esquivia extrañeza, haciéndolo obra propia, y obteniendo en esta actividad un saber que se distingue tanto del conocimiento conceptual de la vigencia como de la praxis instrumental del oficio mecánico. Aisthesis designa la experiencia estética fundamental de que una obra de arte puede renovar la percepción de las cosas, embotada por la costumbre, de donde se sigue que el conocimiento intuitivo, en virtud de la aisthesis, se opone de nuevo con pleno derecho a la tradicional primacía del conocimiento conceptual. Finalmente, catharsis designa la experiencia estética fundamental de que el contemplador, en la recepción del arte, puede ser liberado de la parcialidad de los intereses vitales prácticos mediante la satisfacción estética y ser conducido asimismo hacia una identificación comunicativa u orientadora de la acción” (2002: 42, 43).

modificado permanentemente por los diferentes receptores usuarios. La obra queda abierta (Umberto Eco) a múltiples transformaciones. Hipermediática, asume sentidos de colaboración en su creación; es lo que Sánchez Vásquez ha llamado una “estética de la participación”. Escuchémosle: “Estamos, por tanto, ante una participación del sujeto que no sólo afecta la obra, o al proceso de su producción, sino también a él mismo en cuanto que se convierte en parte de la obra misma” (2006: 25). De la obra como objeto para contemplar, a la obra como objeto para participar.



De esta manera, el proceso creativo es un lugar abierto, plural y heterodoxo que genera muchas ventajas en la socialización de la obra, pero también gesta la posibilidad de relajar el sentido crítico frente a la misma, el juicio reflexivo activo (I. Kant) sin el cual puede comenzar a aceptarse la mediocridad en cualquier intervención directa, dando licencia al “todo es apto” de ser aplaudido como arte.

Si la co-creación ha producido una gran apertura democrática en la producción artística, también ha sacudido los cimientos del juicio estético, y ha fragmentado los supuestos teóri-

cos de los expertos o críticos de arte. Vivimos, entonces, en una época de disolución y de mortandad de los cánones que ayudaban hace años a resolver los problemas sobre la valoración y lectura de las obras de arte. En la actualidad existe mucha preocupación por tanta indulgencia a los discursos heterodoxos y calidoscópicos respecto a la receptividad y a los juicios estéticos que se activan ante las obras.

Últimamente, sugiere Néstor García Canclini, se nota cierto cansancio de ser viudos –viudos del arte, del sujeto, de lo real, y de todos los otros post– por lo cual comienza a hablarse de la necesidad de dejar el velorio. Foster proclama “la muerte de la muerte del sujeto”. Danto pide que pensemos “el arte después de la muerte del arte” [...]. Ahora la pregunta es cómo salir del duelo (García Canclini, 2006: 169).

Por ahora no tenemos la respuesta. Pero sospechamos que una nueva oleada de mutaciones se perfila sobre la receptividad, la obra, el autor; sobre lo real y los sujetos en las próximas décadas, englobados en la economía del mercado y de lo mediático, lo cual activará nuevos relatos legitimadores o renovadores. Ello exigirá un trabajo de reflexión sobre la epistemología artística y sobre los procesos de multiculturalidad del arte.

Las puertas para emprender dicho trabajo están abiertas, aunque a veces se nos hace invisible el camino, se nubla el horizonte. La actual situación multicultural y global, no sólo puede ayudarnos a establecer alternativas en relación con lo estético, sino a descentralizar los paradigmas canónicos sobre los juicios estéticos universales proyectados por la modernidad. En los tiempos de hibridaciones multiculturales se nos presenta la dificultad de definir dogmáticamente los juicios estéticos y los cánones del arte; entonces, ¿cómo diferenciar, en medio de la proliferación y masificación telemática, las imágenes-espectáculos del arte crítico que se desvía de la norma? ¿Cómo procesar un juicio crítico que demarque la actitud facilista, autosuficiente y cínica que los sujetos-masa imponen ante un arte innovador y de ruptura?

Conclusión

En medio de los relativismos y pluralismos, del “todo es apto y vale lo mismo”, ¿cómo proceder a juzgar las obras? ¿Cómo aceptar sus diversas propuestas, ante el relajamiento y la coexistencia pacífica de la crítica? Al no existir referencias legitimadoras, cualquiera puede ser artista y crítico. Todo entra al *spot* del arte. De esta manera, el arte no rompe con la costumbre, antes nos ubica más en ella. Adiós al arte del disenso; adiós al arte de confrontación. En últimas, la estetización es efectiva; la oficialización gratamente aceptada. ¿Dónde queda la actitud crítica autónoma? ¿Dónde su proceso de tradición y ruptura? Tal vez en el mercado se encuentre otra forma de identidad, pues es allí donde el arte contemporáneo se viste con el nuevo traje del emperador engañándose a sí mismo, haciendo creer en su libertad crítica e independiente. Tales preocupaciones nos están obligando a replantear los conceptos de especificidad del arte, la “esencialidad” estética de la obra como contrarrespuesta a la nivelación igualitaria de todas las producciones en el campo artístico.

Digamos, entonces, que el arte no puede dejar de ser riesgo, aventura, aprendizaje y ruptura; un lanzarse al vacío creativo, golpe y estremecimiento. El arte procede a instaurar presencias donde antes existían sólo ausencias; edifica mundos posibles, y prefigura maneras de ser y estar en la multiplicidad de las realidades. En las sociedades globales las sensibilidades artísticas están llamadas a romper con las estructuras seriales estandarizadas y afirmar la diferencia, la distancia hermenéutica, opuesta a la estandarización masiva de la vida cotidiana. El nuevo espectador, hechizado por un arte que asume la narración como forma de vida, es decir, el saber contar historias en distintos soportes multimediáticos, se enfrenta a la urgente tarea de también saber interpretar historias, pasar de lo narrativo a lo reflexivo. Se trata no sólo de vivir la experiencia artística, sino de reflexionarla; de allí la exigencia de asumir el riesgo, la aventura de ruptura y de visión anticipatoria que todavía le queda al arte. El nuevo espectador está en

la encrucijada de caminos como lo está también el artista; en tensión con las estructuras tradicionales. Esto lo lanza a múltiples posibilidades, lo que significa riqueza y ganancia, como también lo expone a mediocridades y situaciones triviales que lo someten a empobrecimientos y facilismos extremos.

Reconocimientos

El presente artículo es producto de la investigación “Nuevas representaciones y categorías en el arte contemporáneo”, financiada por la Universidad de la Salle, Vicerrectoría de Investigación y Transferencia.

Referencias bibliográficas

- Aumont, J. (2001). *La estética hoy*. Madrid: Cátedra.
- Carrol, N. (2002). *Una filosofía del arte de masas*. Madrid: Antonio Machado libros.
- Danto, A. (1999). *Después del fin del arte. El arte contemporáneo y el linde de la historia*. Barcelona: Paidós.
- Danto, A. (2003). *Más allá de la caja de brillo. Las artes visuales desde la perspectiva posthistórica*. Madrid: Akal.
- Freeland, C. (2004). *Pero ¿esto es arte?* Madrid: Cátedra. Cuadernos de arte.
- Freid, M. (2000). *El lugar del espectador. Estética y orígenes de la pintura moderna*. Madrid: Visor.
- Foster, H. (1986). *La posmodernidad*. Barcelona: Kairós.
- Foster, H. (2001). *El retorno de lo real. La vanguardia a finales de siglo*. Madrid: Ediciones Akal.
- García Canclini, N. (2006). “Se necesitan sujetos: regresos y simulaciones”. En *Real/virtual en la estética y la teoría de las artes*. Barcelona: Paidós.
- García Canclini, N. (1999). *La globalización imaginada*. Buenos Aires: Paidós.
- Iser, W. (1989). “El proceso de lectura”. En R. Warning (ed.). *Estética de la recepción*. Madrid: Visor.

- Jauss, H. R. (1995). *Las transformaciones de lo moderno. Estudios sobre las etapas de la modernidad estética*. Madrid: Visor.
- Jauss, H. R. (2002). *Pequeña antología de la experiencia estética*. Barcelona: Paidós.
- Jiménez, J. (2002). *Teoría del arte*. Madrid: Tecnos, Alianza.
- Jiménez, J. (ed.) (1998). *El nuevo Espectador*. Madrid: Fundación Argentaria, Visor.
- Kuspit, D. (2006). *El fin del arte*. Madrid: Akal.
- Marchan Fiz, S. (1996). *La estética en la cultura moderna*. Madrid: Alianza.
- Marchan Fiz, S. (1997). *Del arte objetual al arte del concepto*. Madrid: Akal.
- Marchan Fiz, S. (comp.) (2006). *Real/virtual en la estética y la teoría de las artes*. Barcelona: Paidós.
- Ramírez, J. A. (1997). *Medios de masas e historia del arte*. Madrid: Cátedra.
- Sánchez Vásquez, A. (2006). “De la estética de la recepción a la estética de la participación”. En Marchan Fiz, S. *Real/virtual en la estética y la teoría de las artes*. Barcelona: Paidós.
- Uberquoui, M. (2004). *¿El arte a la deriva?* Barcelona: Debolsillo.
- Vodicka, F. (1989). “La estética de la recepción de las obras literarias”. En R. Warning (ed.). *Estética de la recepción*. Madrid: Visor.
- Wallis, B. (ed.) (2001). *Arte después de la modernidad*. Madrid: Akal.
- Warning, R. (ed.) (1989). *Estética de la recepción*. Madrid: Visor.
- Zunzunegui, S. (2003a). *Metamorfosis de la mirada. Museo y semiótica*. Madrid: Cátedra.
- Zunzunegui, S. (2003b). *Pensar la imagen*. Madrid: Ediciones Cátedra.