

LAS EXPRESIONES ARTÍSTICAS DESDE UNA MIRADA ANTROPOLÓGICA¹

ALINA TORRERO
OCTUBRE DE 2008
PANAMÁ

Hace varios años, para ser exacta, en 1993, dictando un curso de Antropología Cultural para estudiantes de Artes Plásticas de la Facultad de Arquitectura, de la Universidad de Panamá, pregunté ¿por qué es posible adquirir una pieza artística, definida como artesanía, en unos cuantos dólares, mientras que una pieza artística, definida como arte, cuesta cientos de dólares, por decir lo menos? ¿En qué consiste la frontera, quién la trazó y para qué? (fotos)

Las respuestas giraron en torno a la técnica de los artistas, al anonimato de los artesanos, a que las artesanías cumplían una función de uso y el arte no, a que el arte es tal que cuenta con una historia y una academia conformada por especialistas, en fin...respuestas de quienes se acercaban a las expresiones artísticas con disímiles intereses y conocimientos, pero con el denominador común de ser estudiantes de primeros semestres.

No obstante, hoy después de 15 años, cuando lógicamente los tiempos han cambiado y la investigación respecto al tema que nos ocupa ha propuesto nuevos horizontes, sigue siendo pertinente abordar un tema similar. La reflexión posmoderna de las expresiones artísticas (al menos la versión antropológica) no es tan nueva como se puede antojar a primera vista. Sin embargo, las ideas presentes en la cotidianeidad universitaria como entre muchas personas reconocidas como entendidas en la temática siguen enmarcando las expresiones artísticas desde un enfoque etnocéntrico que parte de la visión occidental.

Pero tal vez no sea suficiente el tiempo ni el espacio de hoy, ni siquiera como aproximación preliminar, para mostrar la diversidad de enfoques actuales. Por ello me centraré en presentar a la categoría de *arte en un amplio sentido antropológico, entendida como construcción social, y como entidad que comprende un continuum, representado por la tríada arte-artefacto-mercancía.* (Rovira y Mojica, 2007). (filmina)

Para la antropología, no existe una cultura representativa de la evolución humana. Tampoco, expresiones artísticas determinadas, constituyen el punto de partida y llegada para acercarse a otras realidades. **Todas las expresiones artísticas son resultado de una formación histórica y quienes las aprecian (perciben, comparan y**

¹ Quiero agradecer de manera particular a Beatriz Rovira y Francisco Herrera, antropólogos y docentes, con quienes he compartido muchas de las ideas presentadas en este texto. Igualmente a la arquitecta Gladys Turner. Sus críticas, cuestionamientos y aportes son invaluable. Indiscutiblemente, sea cual sea el sesgo de las ideas expuestas la responsabilidad es mía. He hecho cuanto he podido por respetar los razonamientos y prácticas revisadas.

evalúan) lo hacen a partir de ese contexto particular y la posición que ocupan dentro del mismo. (filmina)

Al acercarnos a una realidad lo hacemos con la carga cultural y social propia. Ver es anticipar, buscar, discriminar, no es simplemente encontrar informaciones. No puede olvidarse que información significa imponer activamente una forma sobre algo. El semiótico mexicano César González, citando a Snyder, dice *“sólo en el sentido más equívoco la información está allá afuera. Encontramos -o no encontramos- lo que estamos capacitados para buscar”*. Lo que no, no solemos verlo. filmina En todos estos modos de relación con lo real, en todos estos modos de funcionar, la imagen está en contacto con cierto número de convenciones, que son sociales; por tanto, a través de todos los modos de funcionamiento está presente en ella esencialmente lo simbólico. Que ha sido aprendido socialmente (González, 2002).

Desde esta perspectiva una revisión de las expresiones artísticas que parta del llamado *arte occidental* o *arte culto* presenta serios inconvenientes. *La multiplicidad de expresiones artísticas no se resume en el arte occidental.* (filmina) Como tampoco la concepción de lo bello o estético que suele permea los juicios al respecto. Estas concepciones como las expresiones de las mismas, son valoraciones emitidas por sujetos que dependen de una cultura determinada desde la cual aplican la categoría de bueno, bello, *“...Por ello se considera bella la deformación del labio inferior entre algunas tribus africanas y de los pies de las mujeres entre los chinos, el aplanamiento de la frente entre los mayas, la inyección de silicona en los senos y de colágeno en los labios de las mujeres occidentales, la cirugía de párpados en las mujeres orientales, el tatuaje, la laceración, o el piercing y el lifting.FOTOS* La noción de belleza, o lo bello, es una categorización lingüística de una percepción o experiencia extralingüística, aunque pueda ser provocada por el lenguaje (el caso típico, la crítica de arte). *Lo bello sólo existe en los sujetos que lo experimentan así como el enunciado sólo ocurre en los sujetos que lo enuncian y lo interpretan. Suponer su existencia autónoma es incurrir en un fetichismo, pues su fuerza de atracción sólo existe por y en el sujeto.* (Mandoki, 2006). Filmina

Una visión occidental del arte

Ahora bien, vivimos en un contexto occidental y desde ese enfoque hemos aprendido a mirar la realidad. Pero recordemos los inicios de dicha realidad.

“En Europa la separación definitiva entre el arte popular y el arte culto se produjo en un momento histórico muy preciso y por razones que han sido bastante estudiadas. Si bien es cierto que en casi todos los pueblos y en casi todas las épocas han coexistido estas dos vertientes de las expresiones artísticas, no menos cierto es también que a partir del Renacimiento el arte europeo popular queda absolutamente relegado y los historiadores y teóricos solamente se preocupan e interesan por los problemas que plantea el arte culto.... A partir de aquí varios elementos separarán...a uno y otro arte: los comitentes y la aparición

de un diferente público y mercado, los amadores del arte y los coleccionistas, el nivel cultural y la preparación técnica, pero sobretodo....la gran diferencia está en que mientras el artista burgués busca cada vez más la originalidad y la realización de una expresión personal, el artista popular desaparece como individuo detrás de la obra y busca ante todo convertirla en expresión del modo de ver de la clase o grupo al que pertenece..... *La historia del arte occidental es la historia del arte de estos artistas que trabajan para la burguesía. La teoría del arte y la estética parte de las reacciones de un público de arte burgués (o de origen burgués) ante obras de arte burguesas.*” (Galí, Montserrat, 1982)

A dicha visión occidental del arte, se le fueron sumando distintas particularidades entre las más recurrentes: un arte elaborado por una minoría selecta de elegidos y elegidas dirigidos a otra minoría selecta de “personas conocedoras”; un arte elitista que utiliza un lenguaje de una minoría iniciada y no apto para la colectividad; la práctica artística individualista y esotérica; el establecimiento de historiadores, filósofos, curadores, marchantes, artistas, etc. que respaldan esta exclusividad. Y un arte dirigido a una clase social dominante (o bien a los aspirantes a ser reconocidos como integrantes de ella, que una amiga arquitecta para el caso panameño denomina, *los y las wanabí*). Las invocaciones a la superioridad -o exclusividad en muchos casos- de las expresiones artísticas occidentales son juegos de poder disfrazados (una retórica de dominio): estrategias para la imposición de un conjunto de valores sobre todo el mundo.

Pero por otra parte, el propio desarrollo del capitalismo ha venido transgrediendo estas nociones. Por ejemplo, la expansión del mercado ha llevado a extender a las masas bienes artísticos (muebles, telas, colores, pinturas, fotografías, films, piezas de colección, etc.) que en otro tiempo estaban reservados exclusivamente a las élites.

De igual forma el ascenso socioeconómico de las clases populares ha generado nuevas exigencias en el consumo educacional y artístico. No se puede comprar un cuadro original, pero se compra una réplica con un marco dorado y ya está, se tiene un Van Gogh como cuadro principal de la sala de la casa. Los grupos musicales étnicos y populares reinterpretan a Mozart, a Bethoven y le adhieren a sus componentes musicales sonidos de instrumentos nativos y novedosos.

Ni qué decir de la fuerza mediática que atraviesa la intimidad de los hogares y de manera *irreverente* lleva “el arte culto occidental” a los “no cultos” y lo masifica. Y paralelamente *aquello definido por la óptica occidental como burdo, popular, extraño, primitivo, vulgar (jarrones, máscaras, graffiti, vestimenta de los pobres, artefactos rústicos, objetos plásticos de uso cotidiano, etc.)*, merece exposiciones en museos, decorar algunas casas de la burguesía y la pequeña burguesía, y constituyen los grandes retos a codificar y recodificar por quienes son conocedores del arte (occidental).

En realidad, esta forma etnocéntrica de mirar las diversas expresiones artísticas, corresponde a una división entre clases y entre políticas de los Estados para las

distintas clases sociales. A la cultura, el arte, y la capacidad de gozarlos, los han hecho parecer cualidades naturales, “dones”, y no como resultado de un proceso histórico de producción por parte de las personas artistas y de aprendizaje por parte de las personas que lo consumen (García Canclini, 1982).

Artefacto

Las uñas pintadas. Estética de la vida cotidiana.

Es común al abordar la temática del arte hacer una separación entre el arte y lo cotidiano. Sin ánimo de entrar en una reflexión exhaustiva de ello, quiero plantear el ejemplo de una expresión artística nacional y que está intrínsecamente ligada a la cotidianidad, en un principio del área capitalina, hoy pareciera que del país. Me refiero a los nuevos diseños que se pintan en las uñas de las mujeres. Sobre un soporte, las uñas de las manos y los pies femeninos, se crean distintos diseños que expresan la estética de diversos grupos. Estos diseños tienen una carga que va desde lo erótico, a la identificación con acontecimientos del momento, signos de estados de ánimo, paisajes de la naturaleza, nombres, logos, estatus socioeconómico, etc. FOTOS

Si bien estas manifestaciones artísticas tienen un referente cada vez mayor en la cultural mediática (lo que utilizan distintos íconos del mundo mediático) tienen una readaptación al contexto panameño en sus variantes culturales y de clase.

Realizar un diseño en cada uña requiere del dominio de una técnica, de habilidades y destrezas, pero indiscutiblemente del manejo de una estética del grupo que permite la creación y se expresa en la calidad del producto. Lo que favorece la obtención de trabajo, ingresos y reconocimiento social.

Dice Mandoki (2006): “¿Para qué tanto brinco de reunir arte y realidad, estética y cotidianía estando tan perfectamente integrados? El arte está fatal e irremediablemente inmerso en la realidad. Ni las magnificaciones y el refinamiento están ausentes de la realidad ordinaria extraartística ni la mezquindad y la vulgaridad están ausentes del arte”.

El arte es y ha sido siempre un producto social por más elitista o vulgar que se considere, es más, dicha separación no es más que el resultado de asociar una expresión artística, la que sea, con una carga simbólica asignada cultural y socialmente y por supuesto con una connotación de clase, explícita o no.

Pasemos a un segundo ejemplo.

Los textiles, un juego de urdimbre y muchos tipos de tramas.

¿Qué brecha separa a nuestros signos de elegancia, diseño, sensibilidad, manejo del color, de los que bordan y labran las manos chiapanecas, en México, en sus textiles?

Cada pueblo según su condición histórica, tiene vehículos privilegiados para su expresión artística. Los mayas de los Altos de Chiapas mantienen el tejido, todavía, como el vehículo más elevado de su expresión visual. *“Así que el tejido manifiesta, sintéticamente y más allá de las palabras la conciencia de muchos niveles de su vida”* (Pellizzi, Francesco, 1998).

Los textiles en el estado de Chiapas, México, están relacionados con las creencias, los mitos, las cosmologías y los símbolos cambiantes según las épocas sociales y los medios sociales. Son una expresión colectiva que expresa patrones estéticos creados por los propios pueblos. Sin embargo, las mujeres, tejedoras de los mismos en su mayoría, se sienten poseedoras de una tradición pero al mismo tiempo se reconocen creadoras de nuevas formas de esa tradición. **FOTOS**

Los textiles chiapanecos expresan una jerarquía social y usos particulares. Ellos expresan el nivel de autoridad y de respeto de quien usa el atuendo, como de igual manera revela para los propios un acontecimiento particular en la comunidad. Destaca el dominio de la técnica y la imaginación de las tejedoras entre la comunidad. En el textil se cristaliza un imaginario colectivo que se expresa de manera diferente para quien lo produce, quien lo mira y quien lo compra.

La separación en la definición del arte occidental entre función y forma, entre lo bello y lo útil, las representaciones simbólicas y el mundo del trabajo, permite a las clases dominantes *separarse* de las clases subordinadas. No sólo porque pueden consumir ciertos productos (artefactos) sino por la forma en que lo consumen, es decir, una forma en que lo práctico, lo material parecen no existir. **El colocar el acento en lo simbólico, y no en lo económico, y no en la producción y el uso, es crear la ilusión de que las diferencias de clase no se deben a lo que se tiene sino a lo que se es².** (Bordieu, 1989).

Mercancía

Todas las expresiones artísticas están expuestas a un mercado global que las adopta y adapta con base a su propia dinámica mercantil. El arte occidental no escapa a ello, por más que se mitifique y se exalten cualidades por encima de lo vulgar del mercado.

La utilización del mercado como tema produce también una reafirmación de sentido en el interior de las prácticas artísticas. Un par de zapatos de deporte Nike no reflexiona necesariamente sobre su condición de mercancía, aunque su diseño sea hecho por un especialista. Es decir, la mercancía no se necesita reivindicar como tal mercancía. Sin embargo, el arte, siendo una mercancía, se permite el lujo de tal reflexión: de reflexionar acerca de lo otro, de lo otro que es la mercancía y que no es el arte. Y es una reflexión que se verifica casi siempre en el espacio de la exhibición.

² El subrayado es propio.

Ese espacio en el que el arte se encuentra demasiado cómodo: es su espacio apropiado.

Aparece entonces la exhibición como la antítesis del mercado: lo que se exhibe aún no se ha comprado y remite a la cualidad de escaparate de las cosas. Cuando se repara en la exhibición no se relaciona necesariamente con ir de compras (aunque el artista haya ido ciertamente de compras para exponer su propia (re)presentación de la mercancía), y se observa un arte que habla de la mercancía en un contexto que a priori no parece que sea el del mercado. Por ello existen diferenciadas las ferias y las exhibiciones: el arte para un cambio y el arte en el escaparate, respectivamente.

La afirmación de que la obra de arte es una mercancía como cualquier otra mercancía que funciona según las leyes usuales de la economía de mercado, ya no debería provocar perplejidad alguna, lo que sucede es que en la representación artística se han disuelto de algún modo las utilidades sociales de las mercancías y se cree por tanto que no se está ante mercancías, sino ante obras de arte. El arte se apropia entonces de la forma-mercancía, se presenta como arte para sin duda no confundirse con la mercancía, y se cambia en el mercado de productos artísticos como cualquier otra mercancía. El arte es tratado como una mercancía porque de hecho existen ferias de arte y ello es un legítimo negocio. Y esto quiere decir finalmente, que la diferencia real entre un Cartier, una mola, un graffiti, fotografías de artistas nacionales (signados por Araújo, Vergara, Eleta, Harcker, Turner, etc.) o varias pinturas de artistas nacionales o extranjeros reside en el poder adquisitivo de sus espectadores o en los criterios sociales del gusto. (Fotos)

Como bien señala el sociólogo francés, Pierre Bordieu (1989), cuando se ejerce un deseo se olvidan aquellos elementos extrínsecos al objeto y que lo han producido (las estimaciones del público y las estrategias: esa red de intermediarios que juegan, especulan, con las obras de arte en el interior mismo del mercado).

Es necesario entender el arte como producción para poder entender la obra de arte como mercancía. Mucho más fácil sería dejarse llevar por analogías tremendamente simplificadoras: la obra de arte es una mercancía por el hecho de que se cambia en un mercado. Lo que se confirma en un estadio social como en el que estamos inmersos, que es capitalista, es siempre ese hecho anterior: lo producido no se convierte en mercancía por el simple hecho de haber sido lanzado al mercado, lo producido es una mercancía por el hecho de haber sido producido como tal (Durán, 2005).

Un último ejemplo. Las bienales de arte.

El arte no sólo es una mercancía sino que también ha convertido a la mercancía y el consumo en su tema.

El circuito internacional de bienales³ y ferias de arte es la parte más glamorosa del mundo del arte en la actualidad; es el sitio donde llegan los coleccionistas y *dealers* de arte contemporáneo de todo el mundo para encontrarse y hacer negocios.

Para concluir, permítanme hacer una lectura de una nota especializada de una revista de arte sobre la Bienal de Santa Fe, Nuevo México, en el 2003 y el 2005, que resume la relación de arte-artefacto-mercancía.

ART Santa Fe 2005 VI Feria de Arte Bienal (FOTOS)

El enfoque de ART Santa Fe es mostrar una cuidadosa selección de arte moderno y contemporáneo... para un público compuesto de profesionales del arte, coleccionistas, grupos de museos y demás.

Quienes han visitado la feria, aprecian la calidad y el alcance de lo que ésta ofrece, y el formato accesible en que está presentada lo cual permite vivirla íntimamente y sin afán. ART Santa Fe es como una estrella que surge en esta constelación de sofisticados eventos.... A ART Santa Fe se le conoce como una feria boutique. La feria es lo suficientemente grande para ser interesante y lo suficientemente pequeña para ser íntima y digerible. Ofrece al visitante una mirada altamente selectiva del mercado contemporáneo del arte. Quienes asistieron a ART Santa Fe en 2003, encontraron que esta es una gema de las ferias de arte.

En 2003, ART Santa Fe inauguró ART Santa Fe Presents con una conferencia a cargo del galardonado crítico e historiador de arte Robert Hughes. El evento, que se realizó en una sala con todas las entradas agotadas, tuvo tal éxito que ART Santa Fe Presents se convirtió en una actividad anual, mientras que la feria continúa realizándose como bienal.

En 2003, ART Santa Fe atrajo la atención de la prensa, incluyendo a The New York Times, The New Yorker, las revistas de arte más importantes (The Art Newspaper, ARTnews, ArtNotes, Art & Auction y Art & Antiques entre otras) y el cubrimiento tácito de la prensa a lo largo y ancho de todo el estado. Los comentarios sobre el éxito de la feria también llegaron a la comunidad artística internacional, causando una avalancha de inscripciones para ART Santa Fe 2005.

El grupo de expositores en el 2005, incluye varias de las galerías más importantes de Asia, un fuerte contingente de espacios europeos, una vibrante selección de obras de artistas latinoamericanos y galerías sobresalientes de Nueva York y de otras regiones de Estados Unidos. Las galerías participantes exponen desde las obras más extremas hasta las establecidas...

³ Éstas son las muestras de arte internacional más importantes: Bienal de Venecia (Italia) es considerada como el evento por excelencia, según los críticos y curadores de arte más reconocidos. Con más de un siglo de existencia, comenzó como una exposición internacional de arte en 1895, en los jardines del castillo de Duce, se volvió en toda una organización para la promoción de diferentes expresiones de arte. Bienal de Sao Paulo (Brasil). Creada a mediados de siglo XX. Bienal de París (Francia). Bienal de Sydney (Australia). Bienal de Valencia (España). Bienal de Kassel (Alemania). Bienal de la Habana (Cuba). Bienal de Tokio (Japón). Bienal de Florencia (Italia). Bienal de Lyon (Francia). Bienal de Lima (Perú). Bienal de Estambul (Turquía). Bienal de Santa Fe (Estados Unidos). Bienal de Limoges (Francia) Sitio web: www.artsantafe.com

La espléndida programación de eventos especiales alrededor de ART Santa Fe 2005 incluye también la inauguración con una ceremonia de apertura a beneficio del Festival de Jazz y de Música Internacional de Santa Fe durante la cual se ofrecerá un elegante buffet y champagne. El hotel oficial de ART Santa Fe, The Inn of the Anasazi, estará a cargo de la inauguración. Grupos de museos provenientes de todo el país asistirán a la feria para disfrutar de los recorridos por las colecciones privadas, y por los estudios de los artistas, así como de las exposiciones de la feria y otros eventos especiales. Los museos de la ciudad, realizarán exposiciones; otras organizaciones culturales como la reconocida Ópera de Santa Fe, el Festival de Música de Cámara de Santa Fe y el Festival de Jazz y de Música Internacional de Santa Fe, también brindarán su programación durante este fin de semana, que es indiscutiblemente el más importante de la temporada para los eventos culturales y sociales de la ciudad” (web: www.artsantafe.com)

Recapitulando: el texto anterior refleja entre otras cosas, el robo sustancial de los fundamentos mismos de la reproducción, transmisión y comprensión cultural que componen el tiempo de identidad del evento bienal, y cómo dicha institución colabora en la persistencia en la mente de las personas, de la separación entre el arte y la cultura en su más amplio sentido antropológico.

Bibliografía

Alfaro, Alfonso.

1998. *Elogio de la opulencia, la distancia y el cordero*. En: **Textiles de Chiapas**. Ed. Artes de México, Número 19, México.

Baudillard, Jean.

2007. **El sistema de los objetos**, 19 ed., Siglo XXI editores, México.

Bordieu, Pierre.

1989. **La distinción. Una crítica social del gusto**. Ed. Taurus, Madrid.

Durán, José María.

2005. *La mercancía como tema. Arte y mercancía*. En: **Art Notes- Revista Arte y Cultura**, Número 4-agosto.

Galí, Montserrat.

1982. *La historia del arte frente al arte popular*. En: **La expresión artística popular**, Ediciones del Museo Nacional de Culturas Populares, Serie Encuentros N° 2, México.

García Canclini, Néstor.

1982. *Arte y Artesanías. Por qué se miran. Por qué se compran*. En: **La expresión artística popular**, Ediciones del Museo Nacional de Culturas Populares, Serie Encuentros N° 2, México.

González Ochoa, César.

2005. **Apuntes acerca de la representación**, UNAM-Instituto de Investigaciones Filológicas, Colección de Bolsillo N° 2, México.

Mandoki, Katya.

2006. **Estética cotidiana y juegos de la cultura**. PROSAICA I-CONACULTA-FONCA-Siglo XXI editores, México.

Pellizzi, Francesco.

1998. *La colección Pellizzi de textiles*. En: **Textiles de Chiapas**. Ed. Artes de México, Número 19, México.

Rovira, Beatriz y Mojica, Jazmín.

2007. *Encrucijadas de estilos: la mayólica panameña. Gustos cotidianos en el Panamá colonial (Siglo XVII)*. En: **Canto Rodado. Revista especializada en temas de patrimonio**, Patronato Panamá Viejo, N° 2, Panamá.

Sitio web: www.artsantafe.com