



CRÍTICAS AL ARTE (?) / CULTURA DE MASAS

ESTÉTICA 2 | FFYL UNAM | 13 DE MARZO 2017

⊙ Preliminares

- ¿Recibieron todas/os sus notas reflexivas con comentarios?
- Envié un correo con recomendaciones sobre las notas reflexivas basado en los errores más frecuentes.
 - ¿Lo recibieron tod@s?

⊙Recapitulación

Hasta ahora:

- Concepción de las bellas artes (Kristeller/Kant)
 - Evolución histórica que llevó a la agrupación de las artes como respuesta a:
 - Vocación de autonomía
 - Reivindicación de estatuto social privilegiado y distintivo
 - Apoyado de una teoría filosófica robusta e influyente (Kant)
- Cuestionamiento de la belleza como criterio de unificación
 - Surgimiento de las vanguardias “intratables” y nuevos criterios de evaluación del arte (pluralismo de valores)
- Diferencia entre arte y artesanía
 - Nueva ola de críticas a la concepción tradicional del arte
 - Pre-siglo XVIII: Teoría técnica del arte
 - Siglo XVII: asimilación de la idea de las bellas artes como reducto de la teoría técnica
 - Contra la instrumentalización del arte

◎Recapitulación

- Diferencia entre arte y artesanía (cont.)
 - Collingwood: criterios de diferenciación entre Arte y artesanía
 - Paradigma de “arte puro”: poesía y expresionismo abstracto / vanguardias
 - Reflexiones:
 - Razones por las que la artesanía podría/debería considerarse Arte:
 - Reivindicación de estatus social y cultural
 - Buena parte de la artesanía cumple con criterios centrales asociados al arte:
 - » Intención de generar una experiencia estética
 - » Objetos abiertos a la interpretación...
 - Razones por las que podría/debería mantenerse la distinción
 - Historias y trayectorias distintas
 - ‘Instituciones’ distintas
 - Valores distintos y específicos



CRÍTICAS AL ARTE (?) / CULTURA DE MASAS

ESTÉTICA 2 | FFYL UNAM | 13 DE MARZO 2017

⊙ Preliminares

- Surgimiento de nuevas manifestaciones culturales en siglos XIX y XX
 - Fotografía, Cine, Radio, TV, Música popular: Jazz, Rock & Roll, Comics...
- Contexto artístico
 - Modernismo
 - Vanguardias
 - Rechazo al arte representacional y figurativo; abstracción.
- Contexto social
 - Revolución industrial
 - Cultura de consumo
 - Instrumentalización/comodificación de la “alta cultura”
- Respuestas
 - Rechazo a las nuevas manifestaciones culturales como producto de la comodificación de la cultura
 - Reivindicación del modernismo/vanguardias como paradigma de la alta cultura / arte puro.

⊙ Carroll: Seis argumentos contra el arte de masas

1. Argumento de la masificación (Dwight McDonald)
2. Argumento de la pasividad (Clement Greenberg)
3. Argumento de la fórmula (Collingwood)
4. Argumento de la libertad (Adorno y Horkheimer)
5. Argumento de la susceptibilidad (Adorno y Horkheimer)
6. Argumento del condicionamiento (Adorno y Horkheimer)

- Objetivo de Carroll: reivindicar el estatus del arte de masas, responder a los argumentos:
 - No hay nada intrínseco a los medios de masas que les impidan ser considerados arte.
- Arte de masas:
 - “Arte” surgido en la sociedad de masas industrializada – que emergió con la evolución del capitalismo, la urbanización y la industrialización
 - “Arte” popular producido y distribuido por una tecnología de masas – tecnologías mecánicas que “permiten la producción y distribución masiva y automática de múltiples especímenes del mismo producto”.

I. Argumento de la masificación

- Atribuído a Dwight McDonald en “Una teoría de la cultura de masas” (1957)
- Idea general: el arte de masas es problemático porque “tales obras son por naturaleza mercancías manufacturadas (...) objetos que son expresamente concebidos (...) para competir en un mercado de masas”
- Tres problemas principales:
 - No hay expresividad distintiva
 - Dirigido a un nivel inferior del gusto, inteligencia y sensibilidad
 - Atenta contra la alta cultura: fuerza al ‘arte elevado’ a competir con el arte de masas y promueve la degradación del arte puro.

I. Argumento de la masificación

Rasgos distintivos/ naturaleza /esencia del arte/cultura de masas:

- Producido para un público masivo ('como el chicle') – por tanto...
- Impersonalidad en vez de expresividad personal (característica del “arte elevado”) o expresividad étnica (característica del arte popular/artesanía)
- Homogeneidad

Consecuencias:

- Erosiona la visión y expresión individual en la sociedad (*Platón)
- Promueve la degradación del arte elevado – presión de competir
- No sólo homogeniza el gusto sino que lo degrada: el gusto común será uno que apele a una inteligencia y sensibilidad básica.
- Infantilización del público: gusto que todos puedan consumir.

I. Argumento de la masificación

1. El objeto del arte de masas es una mercancía producida en masa
2. Todas las mercancías manufacturadas son diseñadas para el consumo del mayor número de gente posible.
3. Para que el producto del arte de masas sea consumido masivamente, debe apelar a lo común en el mayor número de gente posible.
4. Por tanto, el producto del arte de masas apela a lo común en el mayor número de miembros del público.
5. Lo que resulta común en el público no es compatible con la expresión distintiva (ni la del artista individual, ni la de una subcultura étnica o comunitaria)
6. Por tanto, el AdM no es compatible con la expresión distintiva (característica del arte genuino)
7. Para buscar el mayor público posible, el AdM debe apelar al nivel común inferior de gusto, sensibilidad e inteligencia.
8. Por tanto, el objetivo del AdM apela al nivel inferior del gusto, sensibilidad e inteligencia.
9. Para competir con el arte de masas, el arte genuino debe apelar también a un nivel inferior del gusto, sensibilidad e inteligencia.
10. Por tanto, el arte elevado se inclina a un nivel inferior del gusto, sensibilidad e inteligencia.

I. Argumento de la masificación. Respuestas (Carroll)

1. El objeto del arte de masas es una mercancía producida en masa
2. Todas las mercancías manufacturadas son diseñadas para el consumo del mayor número de gente posible.
3. Con el fin de adecuarse al consumo de masas, el producto del arte de masas debe referirse a lo que resulta común en el mayor número de gente posible.
4. Por tanto, el producto del arte de masas se refiere a lo que resulta común en el mayor número de miembros del público.
5. Lo que resulta común en el público no es compatible con la expresión distintiva (ni la del artista individual, ni la de una subcultura étnica o comunitaria)
6. Por tanto, el AdM no es compatible con la expresión distintiva (característica del arte genuino)
7. Para buscar el mayor público posible, el AdM debe apelar al nivel común inferior de gusto, sensibilidad e inteligencia.
8. Por tanto, el objetivo del AdM apela al nivel inferior del gusto, sensibilidad e inteligencia.
9. Para competir con el arte de masas, el arte genuino debe apelar también a un nivel inferior del gusto, sensibilidad e inteligencia.
10. Por tanto, el arte elevado se inclina a un nivel inferior del gusto, sensibilidad e inteligencia.

OK

I. Argumento de la masificación. Respuestas (Carroll)

1. El objeto del arte de masas es una mercancía producida en masa
2. Todas las mercancías manufacturadas son diseñadas para el consumo del mayor número de gente posible.
3. Con el fin de adecuarse al consumo de masas, el producto del arte de masas debe referirse a lo que resulta común en el mayor número de gente posible.
4. Por tanto, el producto del arte de masas se refiere a lo que resulta común en el mayor número de miembros del público.
5. Lo que resulta común en el público no es compatible con la expresión distintiva (ni la del artista individual, ni la de una subcultura étnica o comunitaria) **Problema**
 - “Original” “distintivo” lógicamente contrarios a “común”, pero “creación original” es compatible con “recepción común”
 - Lo común de los receptores es compatible con lo distintivo de los emisores

I. Argumento de la masificación. Respuestas (Carroll)

1. El objeto del arte de masas es una mercancía producida en masa
2. Todas las mercancías manufacturadas son diseñadas para el consumo del mayor número de gente posible.
3. Con el fin de adecuarse al consumo de masas, el producto del arte de masas debe referirse a lo que resulta común en el mayor número de gente posible.
4. Por tanto, el producto del arte de masas se refiere a lo que resulta común en el mayor número de miembros del público.
5. Lo que resulta común en el público no es compatible con la expresión distintiva (ni la del artista individual, ni la de una subcultura étnica o comunitaria)
6. Por tanto, el AdM no es compatible con la expresión distintiva (característica del arte genuino)
7. Para buscar el mayor público posible, el AdM debe apelar al nivel común inferior de gusto, sensibilidad e inteligencia. **Problema**
 - Hipótesis empírica que necesita probarse
 - Pornografía dura – rechazada. Criterios morales más elevados son mejor recibidos

I. Argumento de la masificación. Respuestas (Carroll)

1. El objeto del arte de masas es una mercancía producida en masa
2. Todas las mercancías manufacturadas son diseñadas para el consumo del mayor número de gente posible.
3. Con el fin de adecuarse al consumo de masas, el producto del arte de masas debe referirse a lo que resulta común en el mayor número de gente posible.
4. Por tanto, el producto del arte de masas se refiere a lo que resulta común en el mayor número de miembros del público.
5. Lo que resulta común en el público no es compatible con la expresión distintiva (ni la del artista individual, ni la de una subcultura étnica o comunitaria)
6. Por tanto, el AdM no es compatible con la expresión distintiva (característica del arte genuino)
7. Para buscar el mayor público posible, el AdM debe apelar al nivel común inferior de gusto, sensibilidad e inteligencia.
8. Por tanto, el objetivo del AdM apela al nivel inferior del gusto, sensibilidad e inteligencia.
9. **Para competir con el arte de masas, el arte genuino debe apelar también a un nivel inferior del gusto, sensibilidad e inteligencia.**
 - No parece ser el caso - las obras de vanguardia siguen proliferando (incluso en el arte de masas)
 - No sólo el arte elevado no ha sido degradado sino que el arte de masas parece haber mejorado.

II. Argumento de la pasividad (Greenberg)

- Atribuido a Clement Greenberg “Vanguardia o *kitsch*” (1939)
- *Kitsch* > arte pequeñoburgués > arte de masas

Arte Genuino / Vanguardias	Kitsch / Arte de Masas
<ul style="list-style-type: none">• Preserva los valores de la cultura (autonomía).• Apartada del resto de la sociedad de consumo (arte que reflexiona sobre sí mismo)• Abstracto / reflexivo• Difícil – requiere esfuerzo y disposición activa de la audiencia	<ul style="list-style-type: none">• Surge en/de la sociedad industrializada• Cultura de consumo (instrumentalización)• Sucedáneos del arte auténtico• Favorece la representación / imitativo• Fácil de consumir• Goce irreflexivo• Asimilable con mínimo esfuerzo

II. Argumento de la pasividad (Greenberg)

1. Si x es arte genuino, entonces invita a la disposición **activa** del espectador
2. Si el arte de masas está concebido para resultar accesible (fácil), entonces incita a la disposición **pasiva** del espectador.
3. El arte de masas está concebido para resultar accesible
4. Por tanto, el arte de masas incita a la disposición pasiva del espectador
5. Por tanto, el arte de masas no incita a la disposición activa
6. Por tanto, el arte de masas no es arte genuino.

II. Argumento de la pasividad. Respuestas (Carroll)

1. Si x es arte genuino, entonces invita a la disposición activa del espectador
2. Si el arte de masas está concebido para resultar accesible (fácil), entonces incita a la disposición pasiva del espectador. **Problema**
 - No parece ser cierto: ej. *Erroll Morris “La niebla de guerra”*, *Stephen Daldry “El Lector” (The Reader)*, música política ej. *Nina Simone*, *novelas de misterio...*
 - Seguir una historia exige la actividad del público
 - Quizás por “pasividad” Greenberg y los críticos entienden otra cosa, pero ¿qué?

II. Argumento de la pasividad. Respuestas (Carroll)

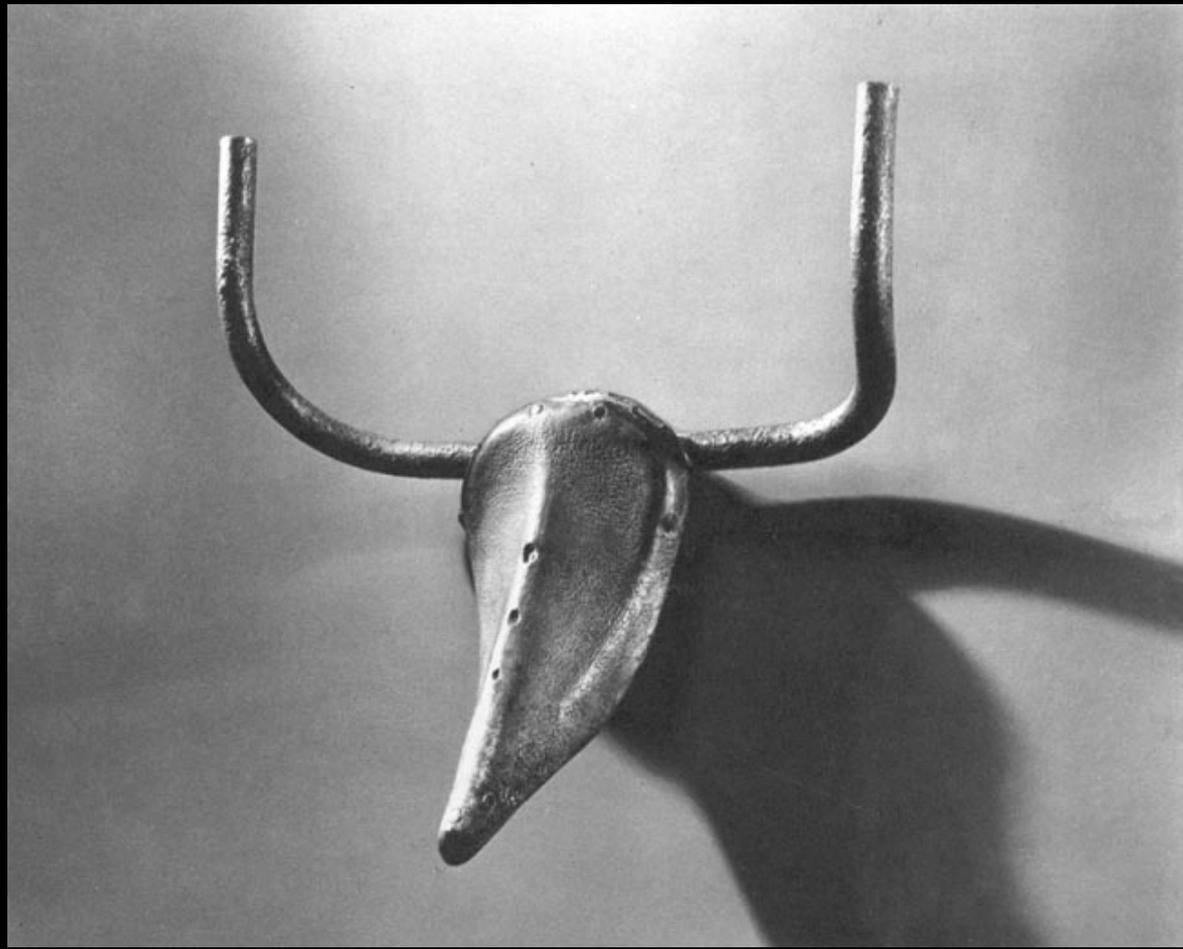
1. Si x es arte genuino, entonces invita a la disposición activa del espectador
2. Si el arte de masas está concebido para resultar accesible (fácil), entonces incita a la disposición pasiva del espectador. **Problema**
 - No parece ser cierto: ej. Erroll Morris “La niebla de guerra”, Stephen Daldry “El Lector” (*The Reader*), música política ej. Nina Simone, novelas de misterio...
 - Seguir una historia exige la actividad del público
 - Quizás por “pasividad” Greenberg y los críticos entienden otra cosa, pero ¿qué?
 - Una obra puede ser accesible y aún así incitar una respuesta activa

II. Argumento de la pasividad. Respuestas (Carroll)

I. Si x es arte genuino, entonces invita a la disposición activa del espectador

Problema

I. La obras vanguardistas no siempre requieren gran esfuerzo de comprensión



III. Argumento de la fórmula

- Atribuido a R.G. Collingwood - *Principios del arte*
- Dirigido al arte de entretenimiento (el “arte de masas” es una subespecie)
- Collingwood se opone a la teoría técnica del arte según la cual el Arte es un tipo de oficio/artesanía

Oficios → Distinción clara entre medio y fin y entre proyecto ejecución → Valor radica en un propósito o función ulterior

Arte genuino → No hay distinción entre medio y fin y entre proyecto ejecución → Valor radica en sí mismo: “arte por el arte”, valor intrínseco no instrumental

III. Argumento de la fórmula

- Atribuido a R.G. Collingwood - *Principios del arte*
- Dirigido al arte de entretenimiento (el “arte de masas” es una subespecie)
- Collingwood se opone a la teoría técnica del arte según la cual el Arte es un tipo de oficio/artesanía
- Arte de masas es un tipo de oficio:
 - Creado para generar un tipo de respuestas genéricas (típicamente emocionales)
 - El arte de masas es formulario: así como el zapatero aplica una habilidad y unos medios específicos para hacer un zapato, el productor de arte de masas sabe bien los medios para crear ciertas reacciones emocionales.
 - Formulas preconcebidas
 - El espectador consume arte de masas para divertirse y liberar emociones
 - No importa tanto la obra específica sino la emoción genérica – la obra es reemplazable no es un fin en sí mismo

III. Argumento de la fórmula

- Si x es arte auténtico, entonces x es en esencia no formulario en sus fines o en sus medios
- Los objetos del arte de masas son formularios tanto en sus fines (emociones específicas) como en sus medios (técnicas y recursos probados para generar esas emociones)
- Por tanto, los objetos del arte de masas no son ejemplos de arte auténtico.

III. Argumento de la fórmula. Respuestas (Carroll)

- Si x es arte auténtico, entonces x es en esencia no formulario en sus fines o en sus medios
 - ¿A qué nos referimos como “formulario”? De algún modo, ¿no podemos decir que las obras cubistas o las expresionistas repiten la misma fórmula una y otra vez? (i.e. mostrarnos los objetos como vistos desde múltiples perspectivas o utilizando colores llamativas y perspectivas inusuales)
 - EL arte “genuino” del pasado seguía a menudo reglas de composición muy estrictas.
 - Buena parte del arte del pasado se hacía por encargo con funciones claras (ej. Retratos)
 - Casi toda forma de arte emplea formas genéricas heredadas de una tradición

III. Argumento de la fórmula

- Si x es arte auténtico, entonces x es en esencia no formulario en sus fines o en sus medios
- Los objetos del arte de masas son formularios tanto en sus fines (emociones específicas) como en sus medios (técnicas y recursos probados para generar esas emociones estereotipadas)
 - No siempre es el caso: películas de David Lynch, por ejemplo, o series que se empiezan sin tener claro cuál va a ser el final, jazz improvisado...
 -
 - Si es cierto que todo el AdM es formulario, podría decirse que todo el arte es de algún modo formulario
 - Si formulario se refiere a predecible, aburrido y no imaginativo, está claro que todo el AdM no es así.

IV. Argumento de la libertad

- Atribuido a T.W. Adorno y Max Horkheimer (“La industria cultural” en *Dialéctica de la Ilustración*)
- Argumento de naturaleza social y política contra el arte de masas
 - Problemas sociales derivados de la naturaleza misma del arte de masas
- Marco general:
 - Crítica a la ‘razón instrumental’: razonamiento dedicado a la deliberación de los medios para alcanzar fines o efectos (positivismo).
 - La industria cultural es un ejercicio de la razón instrumental: trata al público como un objetivo como un grupo al que manipular para crear ciertos efectos.
 - Es central generar espacios aislados de la instrumentalización, de los negocios y del mercado; el arte genuino pretende crear tal espacio.
 - El arte genuino aspira a la autonomía estética – aunque es imposible trascender a las condiciones sociales y lograr plena autonomía.
 - Arte genuino, espacio de lucha y búsqueda de cambio social.

IV. Argumento de la libertad

- Adorno y Horkheimer coinciden con MacDonald, Greenberg y Collingwood en:
 - Que el arte de masas es mercancía
 - Que el AdM no involucra la capacidad imaginativa y reflexiva de la audiencia
 - Que el AdM es formulario y repetitivo
- Críticas específicas

“[El arte de masas] impide el desarrollo de individuos autónomos e independientes que juzguen y decidan conscientemente por sí mismos. Éstos, sin embargo, serían los requisitos de una sociedad democrática que necesita, para sostenerse y desarrollarse, seres adultos que lleguen a la mayoría de edad”

 - El arte de masas impide la libertad y la emancipación

Libertad → Autonomía → Individualidad → Ejercicio de la reflexión y la imaginación

- Preocupación sobre la forma y contenido de los productos del AdM
 - La forma/estructura de los productos atrofia nuestras capacidades mentales
 - Contenido lleno de falsas ideas que el espectador termina creyendo

IV. Argumento de la libertad

Más concretamente

- Las facultades de reflexión e imaginación están aletargadas por el arte de masas
- Esto provoca que seamos más receptivos a los contenidos ideológicos.
- Los productos del AdM vienen con una esquematización previa, pensados para que sean fácilmente digeribles:
 - Contenido 'masticado' y fácil, velocidad de la información, montaje invisible
- Las facultades cognitivas se 'ponen en automático' y la imaginación se atrofia
- Consecuencias políticas: al atrofiarse nuestra facultad de imaginación y reflexión, no nos permiten imaginar o concebir realidades distintas.

IV. Argumento de la libertad

1. Si no hay autonomía estética, no habrá autonomía moral y/o política (no habrá libertad)
2. Donde hay autonomía estética, se da el juego de la imaginación y de la capacidad de reflexión
3. En el arte de masas, no hay juego de la imaginación y de nuestra capacidad de reflexión
4. Por tanto, no hay autonomía estética en el arte de masas
5. Por tanto, no habrá autonomía moral y/o política en el arte de masas.

IV. Argumento de la libertad. Respuestas (Carroll)

- I. Si no hay autonomía estética, no habrá autonomía moral y/o política (no habrá libertad)
 - ¿Es realmente necesaria la 'autonomía estética' para la autonomía moral/política? ¿No se puede obtener autonomía moral de otro modo?
 - Seguramente hay personas que no tienen trato alguno con el arte y sin embargo, pueden ser autónomas moral o políticamente.

IV. Argumento de la libertad

1. Si no hay autonomía estética, no habrá autonomía moral y/o política (no habrá libertad)
2. Donde hay autonomía estética, se da el juego de la imaginación y de la capacidad de reflexión
3. En el arte de masas, no hay juego de la imaginación y de nuestra capacidad de reflexión
 - En el AdM hay cabida a la interpretación, inferencia de metáforas y situaciones dramáticas.
 - Incluso en géneros formularios (terror) las propias formulas invitan a la imaginación
 - Juego con el sugerir/mostrar – suspense, monstruos...

V. Argumento de la susceptibilidad

1. Si no somos capaces de movilizar la capacidad imaginativa y reflexiva, entonces aceptaremos las situaciones como inalterables (aceptaremos la representación de situaciones que muestran que las cosas son inalterables).
2. En el caso del arte de masas, somos incapaces de movilizar la capacidad imaginativa y reflexiva.
3. Por tanto, en el arte de masas nos vemos llevados a aceptar la representación de situaciones que muestran que las cosas son inalterables.

V. Argumento de la susceptibilidad (Respuestas)

1. Si no somos capaces de movilizar la capacidad imaginativa y reflexiva, entonces nos aceptaremos las situaciones como inalterables y a aceptar la representación de situaciones que muestran que las cosas son inalterables. **OK**
2. En el caso del arte de masas, somos incapaces de movilizar la capacidad imaginativa y reflexiva.
3. Por tanto, en el arte de masas nos vemos llevados a aceptar la representación de situaciones que muestran que las cosas son inalterables.

V. Argumento de la susceptibilidad (Respuestas)

1. Si no somos capaces de movilizar la capacidad imaginativa y reflexiva, entonces nos aceptaremos las situaciones como inalterables y a aceptar la representación de situaciones que muestran que las cosas son inalterables. **OK**
2. En el caso del arte de masas, somos incapaces de movilizar la capacidad imaginativa y reflexiva.
 - Muchos productos del AdM movilizan nuestra capacidad de imaginar y reflexionar sobre realidades alternativas (ciencia ficción, documentales, películas comerciales como “Criadas y Señoras,” “Los Muchachos no lloran”, “Moonlight”, “Carol”).
 - Si la noción de “movilizar la capacidad imaginativa y reflexiva” se entiende en otro sentido, Adorno y Horkheimer deberían explicarlo mejor.. y
 - En ese caso, no está claro que la primera premisa sea plausible.

VI. Argumento del condicionamiento

1. Si ciertos estereotipos e historias se repiten incesantemente, proyectarán la imagen de que las circunstancias (la realidad social) son (es) inmutables
2. El arte de masas repite incesantemente sus estereotipos e historias.*
3. Por tanto, el arte de masas proyecta la imagen de que las circunstancias (la realidad social) son (es) inmutables.

*Mecanismo por el cual se promueve la falta de reflexión e imaginación.

VI. Argumento del condicionamiento (Respuestas)

1. Si ciertos estereotipos e historias se repiten incesantemente, proyectarán la imagen de que las circunstancias (la realidad social) son (es) inmutables
2. El arte de masas repite incesantemente sus estereotipos e historias.*
3. Por tanto, el arte de masas proyecta la imagen de que las circunstancias (la realidad social) son (es) inmutables.

Respuestas:

- Esto sería así si las historias sólo retrataran el *status quo* como inmutable. Pero ¿y si las historias retratan un cambio social posible? ¿No haría esto que fuera percibido como posible el cambio social?
 - Carroll: “La posibilidad de revolución social es uno de los principales temas de la ciencia ficción”
- “Parece falso afirmar que la repetición de historias y estereotipos imparte *siempre* la impresión de que el *status quo* es inmutable”

¿PREGUNTAS, REFLEXIONES?

Texto de Carroll está disponible en línea. Lean hasta la página 84 y escriban sus notas reflexivas.