

El “valor simbólico” como obstáculo epistemológico para el estudio de la relación entre discursividad y economía en el arte

Sergio Ramos

sergioramosar@yahoo.com

Manuel Libenson

manuel_libenson@yahoo.com.ar

Oscar Traversa

otraversa@arnet.com.ar

Título del proyecto de investigación: Arte, ahorro y dispendio: Construcción del valor del arte en los medios de prensa

Director e integrantes del equipo: Sergio Ramos (Director). Manuel Libenson (Investigador). Oscar Traversa (Investigador).

Institución: LUNA

Resumen

Como es sabido, la noción de “valor simbólico” (Bourdieu, 2012) ha jugado un rol preponderante en la construcción de modelos del mercado del arte por medio de una conceptualización según la cual este “valor” se define a partir de un conjunto de propiedades que escaparían a la medición económica (i.e. singularidad del artista, promesa de originalidad, perspectiva de duración, pretensión de autonomía y perspicacia intelectual. Cfr. Graw, 2013). Esta concepción es incluso radicalizada en propuestas que conciben el valor de cualquier mercancía en el marco del llamado “semiocapitalismo” (Berardi, 2011; Caro, 2011), es decir, por vía de una operatoria sustitutiva de lógicas: la producción material como núcleo del proceso productivo es reemplazado por otro, el llamado “signo-mercancía”. Con el objetivo de problematizar el tópico que nos ocupa: la construcción del valor del arte en los tránsitos discursivos, en esta presentación buscaremos señalar algunos de los límites epistemológicos que supone la adopción tanto de las perspectivas antes mencionadas como de algunos de sus conceptos centrales.

Palabras clave: valor - discursividad - arte

Keywords: value - discursivity - art

1. Introducción

Esta presentación es producto del trabajo dentro del proyecto de investigación *Arte, ahorro y dispendio* desarrollado en el IUNA. Nuestra investigación busca poner de manifiesto y comprender el rol fundamental que juega la dimensión discursiva en la constitución misma del valor artístico.

La condición del arte como mercancía y sus modos de inclusión en el ciclo económico ha sido diversamente tratada a partir de múltiples puntos de vista. La investigación comenzó con un relevamiento bibliográfico de estos abordajes y aquí daremos cuenta de parte de ese recorrido señalando lo que consideramos límites epistemológicos de algunas de las perspectivas relevadas. No se trata de proponer aquí una exégesis de autores, sino de presentar cómo estamos construyendo un modelo propio de abordaje a partir de la confrontación con otros modos de conceptualizar este fenómeno. En concreto, focalizaremos dos proposiciones de dos abordajes que se abren hasta producciones actuales:

- La obra de Bourdieu, particularmente *La Distinción*, y sus lecturas en *¿Cuánto vale el arte?* de Isabelle Graw y *Los Dueños del arte* de María Isabel Baldasarre.
- La lectura de la obra de Baudrillard que realizan Antonio Caro y Franco Berardi.

2. Primer callejón sin salida: el valor y la finalidad del arte como “distinción”

El planteo de *La Distinción* se puede sintetizar en la siguiente formulación: El problema de la supuesta “finalidad sin fin” de la obra de arte se resuelve en el plano económico. El arte sirve para distinguirse.

En efecto, para Bourdieu, es la distinción, en tanto disposición ya objetivada en el consumo improductivo de bienes artísticos, la que legitima en el plano del capital simbólicoⁱ las posiciones en la estructura económicaⁱⁱ. Recuérdese que para el autor el capital económico no puede actuar sino bajo la forma “eufimizada” del capital simbólico (Bourdieu, 2007).

Y en palabras del autor “(...) de todos los objetos que se ofrecen a la elección de los consumidores no existe ninguno más enclasante que las obras de arte legítimas” (Bourdieu, 2012, p. 18). Ese consumo es para Bourdieu el espacio que por excelencia sirve como distinción por la *distancia que implica con respecto a la necesidad económica*. Recordemos que la disposición estética se define en Bourdieu como la capacidad generalizada de neutralizar las urgencias ordinarias y de poner entre paréntesis los fines prácticos (Bourdieu, 2012).

Esta perspectiva es incluso radicalizada en autoras como Graw y Baldasarre quienes hacen del mercado objetual de la plástica, y más precisamente del de las bellas artes, el modelo canónico de transacciones de las mercancías artísticas. Este aspecto se pone incluso en evidencia en el empleo hiperonímico del sustantivo “arte” tal como aparece en la titulación de sus respectivas obras (i.e. *¿Cuánto vale el arte?* (Graw, 2013) y *Los dueños del arte* (Baldasarre, 2006)).

En el razonamiento de Bourdieu el fin del arte reaparece como el producto de un cálculo no conciente:

(...) la dicotomía de lo económico y lo no económico (...) impide captar la ciencia de las prácticas 'económicas' como un caso particular de una ciencia capaz de tratar a todas las prácticas, incluidas aquellas que se pretenden desinteresadas o gratuitas, y por lo tanto libradas de la 'economía', como prácticas económicas, orientadas hacia la maximización del beneficio, material o simbólico. El capital acumulado por los grupos, esa energía de la física social (...) (Bourdieu, 2007, p. 195)

Ahora bien, conviene desarmar tres proposiciones implícitas en este planteo:

- El arte como finalidad sin fin
- El consumo, y en particular, el consumo del arte como escena
- El consumo del arte como distinción

2.1. La "finalidad sin fin"

La cuestión de la "finalidad sin fin" excede claramente a Bourdieu, quien solamente toma allí posición en las innumerables discusiones sobre la autonomía del arte que se remontan hasta Kant y la *Crítica del Juicio*. Esa posición es retomada también por las autoras mencionadas: el consumo de arte se reduce a una "finalidad sin fin" que opera, precisamente, como la condición determinante de la formación de su propio valor simbólico.

Sobre este punto, nos interesa primero remitir a algunos casos encontrados en el trabajo para el proyecto que ponen en cuestión este postulado. No solo hay prácticas artísticas que parecen ligarse a fines específicos sino que hay casos en los que las actividades artísticas se convierten en el medio funcional para la obtención de fines muy concretos. Al menos así lo manifiestan ciertos metadiscursos. Solo basta prestar atención a lo que la prensa describe como nueva tendencia de los jardines de infantes y colegios con "orientación artística" o los clásicos "talleres artísticos" impartidos en zonas carenciadas. Podrá notarse que los metadiscursos que dan existencia social a estos establecimientos sitúan al arte como medio para la obtención de finalidades como la integración social, la búsqueda futura de un oficio, la aceptación del otro, la recreación y el desarrollo de la creatividad, entre otras.

En todo caso, y lo veremos luego en las proposiciones de cierre, se trata, al menos en nuestra sociedad contemporánea, de pensar en la especificidad temporal y proyectual (en términos de los proyectos de los actores) de los efectos del arte.

2. 2. El consumo y, en particular, el consumo del arte como escena

Para sostener su planteo Bourdieu retoma de Gombrich (2000) el carácter constitutivamente relacional de los estilos. Indudablemente, siguiendo el razonamiento de Gombrich, cada acto de consumo es una puesta en escena de esa compra y de ese consumo. El sentido de esos actos se produce

relacionalmente. Claramente, y como pudo ver Bourdieu, es imposible dar cuenta de la producción de sentido de cada acto desde la perspectiva individual, sea que se juegue en el modelo del *homo economicus* como en aquellas perspectivas de corte subjetivista del tipo de las teorías románticas del arte. Así, transponiendo la mirada de Gombrich, cada gesto en un mercado económico siempre es diferencia... y a la vez continuidad.

2.3. *El consumo del arte como distinción*

Bourdieu condensa todas las diferencias significantes que operan en la constitución de espacios de transacción de bienes artísticos en una cuestión de *distinción*. La apropiación social del arte es para Bourdieu privilegiadamente el lugar de ejercicio de una diferenciación de clase.

En este punto se hace evidente, al menos hoy, tras tantas lecturas polémicas de *La Distinción*, que, si bien los efectos de distinción operan en el consumo artístico, no toda diferencia significativa es diferencia de clase. Y más aún, ¿en qué medida el arte es más “enclasante” que otros consumos? Esto solo puede ser respondido en cada caso. De hecho todo gasto (en tanto es producto de una capacidad de gasto) es “enclasante”. ¿En qué medida el mercado de la música es más enclasante que el mercado inmobiliario?

3. Segundo callejón sin salida: el valor como simulación semiótica

Sin dudas, la construcción semiótica del valor de las mercancías artísticas es un problema que exige ser situado dentro de una problemática mucho más amplia: el modo en que interviene la semiosis en la configuración de cualquier tipo de valor económico.

Encontramos en las lecturas que Berardi (2011) y Caro (2011) realizan de Baudrillard y su teorización del llamado “semiocapitalismo” la respuesta más ambiciosa a este problema. Como intento de proposición generalizante se ven allí también con claridad sus límites.

Al parecer hubo un momento en que existía, en la obra de Marx, una equiparación entre mercancía y mensaje o entre mercancía y signo y luego según Baudrillard una “sustitución y simulación” de la mercancía por un signo.

Este planteo también tiene ecos en Bourdieu (2007), donde la producción simbólica adquiere un valor de disimulo, de ocultamiento. En palabras del autor “...el trabajo necesario para disimular la función de los intercambios tiene una participación no menos importante que el trabajo exigido por el cumplimiento de la función.” (p. 179).

Estos señalamientos dan cuenta un proceso de distanciamiento entre el orden del signo – concebido como inmaterial- y el de la realidad (¿objetiva?) cuyo estatuto se revelaría en el orden de las relaciones materiales.

En el “semiocapitalismo”, por caso, la forma elemental es el signo mercancía. Dicho término se define en Caro (2011) como aquel género de mercancía cuya materialidad está subsumida por una dimensión inmaterial resultado de un modo específico de producción semiótica que ha desplazado a la producción material como núcleo del proceso productivo.

El límite se puede expresar aquí como otra versión del dualismo ontológico, analizado exhaustivamente por Schaeffer (2009) en *El fin de la excepción humana*. El problema central del planteo es la oposición fundante de lo material vs lo simbólico. Por un lado porque lo que la *Doxa* define como material abarca órdenes diferentes que, siguiendo planteos como el de Schaeffer, se pueden desarmar en sistemas diferenciados incluso dentro de la biología. Y, por otro, porque siguiendo los primeros planteos de Verón es imposible analizar el signo sin considerar su “vida material”.

En síntesis, la oposición material/necesidad/utilidad vs signo/simulación parece poco fructífera para comprender las articulaciones y trayectorias entre los distintos órdenes de la vida y de la técnica.

4. Propositiones

En primer lugar, la articulación con lo económico nos fuerza a ir un paso más allá de las definiciones relacionales del arte (Goodman, 1990; Genette, 1997; Bourriaud, 2006). Después de poner el acento en la relación y en el individuo frente a la obra, bien podríamos preguntarnos: ¿Cuándo se intercambia arte?

A partir de allí se vuelve necesario tomar distancia sobre las definiciones que equiparan mercado a poder económico para explorar conceptualizaciones del intercambio como las de Mauss, Levi Strauss o Tarde que, desde la sociología o la antropología, dan cuenta del lugar central del fenómeno del intercambio en la reproducción de la especie y a la vez de su complejidad específicamente discursiva.

En este sentido, el recorrido bibliográfico nos ha llevado también a delimitar distintas concepciones de la economía que entendemos no podremos utilizar irreflexivamente:

- *La economía equiparada al dominio de lo natural:* mundo orientado a la necesidad y utilidad. Concepción que emerge, por ejemplo, en el “semiocapitalismo” cuando devela, por contraste, las nuevas necesidades “virtuales” creadas por la instancia de producción. Se trata también de la economía como disciplina abocada a la gestión de recursos escasos, incluido el tiempo.
- *La economía como modalidad cognitiva y técnica: sustanciación/ objetivación – cálculo – gestión.* Nuevamente en el semiocapitalismo aparece esta idea, en los cuestionamientos a la “economización” de la vida. En Bourdieu, está implicada en su conceptualización de la conformación y funcionamiento del capital simbólico como otro espacio donde las prácticas se orientan a la maximización del beneficio.

- *La economía como socialidad e intercambio*: propuesta que encontramos en los antropólogos y sociólogos mencionados. En Tarde, por ejemplo, que focaliza la constitución del mercado como vínculo y el intercambio como instancia fundante de la economía.
- *La economía como "escritura" del mundo*: Verón (2013) en *La Semiosis Social 2* retoma a Leroi-Gourhan para pensar los primeros momentos de la mediatización. Reflexiona sobre los "útiles de 'núcleo cortante'" como primera exteriorización de procesos mentales. Creemos poder extrapolar desde ese planteo una mirada sobre la economía que permite retomar el problema de las condiciones discursivas que supone la emergencia de la técnica y las consecuencias discursivas que se derivan de esta.

Yendo a la cuestión específica del valor, sostendremos que el valor de cualquier bien responde a determinantes específicamente económicos (por ejemplo, el trabajo requerido para su producción, su conservación y su distribución), pero, sin embargo -y ya fuera del pensamiento economicista- ese valor es incomprendible sin considerar lógicas específicamente discursivas que:

- *organizan las similitudes y diferencias del bien respecto de otros objetos, la condensación y sus trayectorias*: si el reconocimiento de continuidades y diferencias entre objetos semióticos se produce por efecto de trayectorias significantes, estas constituyen sin duda un problema semiótico (¿qué, sino un procedimiento semiótico, justifica la percepción de más diferencia entre dos canciones de reggae que entre dos kilos de papas o viceversa?). La commoditización de los objetos intercambios, así como las posiciones sociales de producción y consumo garantes de su circulación, pueden o no tener justificación "técnica" o biológica, pero en términos de su valor, la dimensión discursiva se presenta como una condición infranqueable.
- *que lo implican en el proyecto de un sujeto* (siguiendo los planteos de Greimas y Fontanille (1994) en *Semiótica de las pasiones*),
- *que lo acercan/ alejan de las instancias de producción y consumo*: en qué medida y de qué manera se producen reenvíos desde el producto a su creador y desde el producto a su comprador. De qué modos se pone en juego la firma y la marca como rasgo constitutivo de las diferencias de valor entre los objetos intercambiados,
- *que organizan la palabra social sobre esos objetos*: nos referimos aquí a la operatoria de los sistemas metadiscursivos.

Más aún, si asumimos que la semiosis es el proceso en el que se constituye lo real de los vínculos sociales, nos vemos obligados a sostener que es en la dimensión discursiva donde se juega:

- la constitución de los espacios de intercambio y su regulación,
- y la significación de los objetos intercambiados y su valor.

En otras palabras, el desplazamiento de la forma trabajo, escribible en forma directa a la producción del bien, a la forma discurso, escribible a la existencia social del bien como existente según ciertos atributos, manifiestos en los discursos intermediarios, es un producto mediático y, en consecuencia, debe ser tratado como tal.

En este sentido, el tratamiento discursivo de los procesos de mediatización que operan el ensamblaje de un bien artístico en un trayecto significativo requiere de una observación que conlleve a poner en juego dos procesos que se encuentran en tensión en todo proceso de mediatización, muy especialmente en la circulación tanto de bienes artísticos como de los metadiscursos encargados de proveerle existencia social: la constitución de las gramáticas de producción y, su complemento, la constitución de las gramáticas de reconocimiento (Verón, 1998). Con todas las consecuencias que conlleva asumir la diversidad y movilidad que se abre en Reconocimiento.

En la consideración de esa circulación de los fenómenos artísticos, este proyecto retoma también una preocupación fundamental de la semiótica: El modo en que las prácticas discursivas dan lugar a la conformación de colectivos, que siguiendo las observaciones realizadas en apartados anteriores no son solo de clase.

5. Definición social del valor del arte

El objetivo del proyecto nos conduce a seguir el camino propuesto hace casi cuatro décadas por Metz en su análisis del lenguaje cinematográfico, a volver sobre su interés en las clasificaciones de los “nativos”. En ese sentido, nos interesa trabajar particularmente sobre las representaciones de arte, ahorro y dispendio implicadas en el discurso de los medios y de sus receptores, sean estas coincidentes o no con las que predominan en las discusiones de la teoría o de la crítica. Se ha elegido comenzar a trabajar recortando un corpus a partir de dos clases de actividades polares:

- Lugares del dispendio: medios especializados en decoración, gastronomía, turismo.
- Lugares del ahorro: medios especializados en ahorro e inversión.

Este análisis en producción se complementará luego con un análisis en reconocimiento mediante entrevistas en profundidad. Tanto en el análisis en producción como en reconocimiento, se buscará la comparación de las relaciones entre propiedades significantes de otras discursividades ligadas a mercados “no artísticos” (i.e. medicina, turismo, lujo, producción de conocimiento, entre otros) con aquellas que contribuyen a crear valor en zonas diversas de la producción artística.

ⁱ Para Bourdieu (2007) “el capital simbólico es ese capital negado, reconocido como legítimo, es decir desconocido como capital (pudiendo el reconocimiento, en el sentido de gratitud, suscitado por los favores ser uno de los

fundamentos de ese reconocimiento) que constituye sin duda, con el capital religioso, la única forma posible de acumulación cuando el capital económico no es reconocido.” (p. 187-188).

ⁱⁱ Este argumento goza de continuidad en Baldasarre (2013) “Las artes eran, para sus lectores, uno entre los muchos intereses – como el sport, la moda o la decoración- que ocupaban el tiempo ocioso de la clase alta y, en estos términos, era necesario “encauzar” su cultivo.” (p. 249).

6. Bibliografía

BALDASARRE, M.I. (2006). *Los dueños del arte. Coleccionismo y consumo cultural en Buenos Aires*. Buenos Aires: EDHASA.

BERARDI, F. (2011). Semiocapitalismo y totalitarismo mediático (el caso italiano). *deSignis. Revista de la FELS*, 17 (1).

Bourdieu, P. (2012). *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus. Buenos Aires.

BOURDIEU, P. (2007). *El Sentido Práctico*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

Bourriaud, N. (2006). *Estética relacional*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.

CARO, F. (2011). Marca y entidad semiósica. *deSignis. Revista de la FELS*, 17 (1).

Genette, G. (1997). *La obra del arte*, Barcelona: Lumen.

Goodman, N. (1990). *Maneras de hacer mundos*. Madrid: Ed. Visor, Col. La balsa de la medusa.

GOMBRICH, E.H. (1968). *Meditaciones sobre un Caballo de Juguete*. Barcelona: Seix Barral.

GRAW, I. (2013). *Cuánto vale el arte. Mercado, especulación y cultura de la celebridad*. Buenos Aires: Mardulce.

GREIMAS, A. Y FONTANILLE, J. (1994). *Semiótica de las Pasiones* (de los estados de cosas a los estados de ánimo). México: Siglo veintiuno Editores.

SCHAEFFER, J. M. (2009). *El fin de la excepción humana*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

VERON, E. (2013). *La semiosis social 2. Ideas, momentos e interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.

VERON, E. (1998). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.