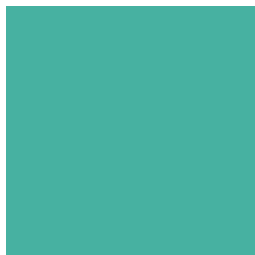


Luis Puelles Romero

Entre imágenes: experiencia
estética y mundo versátil



Entre imágenes: experiencia estética y mundo versátil

Luis Puelles Romero

Lo ineluctable, hay que recordarlo, no designa lo que habría de ser necesario por toda la eternidad, sino aquello a lo que es imposible sustraerse en el instante mismo.

Cl. Rosset, *El principio de crueldad*

En la persuasión, compartida con Rosset, de que no hay filosofía que no lo sea de *lo real*, quisiera ensayar aquí algunas posibilidades de aproximación a cuanto se implica en esta pregunta: ¿Qué significa pensar *estéticamente* el presente en el que estamos? Para ello, convendrá reparar en una constatación previa, quizá algo inquietante, y es que, más allá de cómo debemos conducirnos en la elaboración de una teoría estética del presente, éste posee, con primacía sobre ninguna otra estimación, un estatuto ontológico *fundamentalmente* estético. Por lo tanto, es propio de la contemporaneidad estar determinada estéticamente de modo esencial y no accidental o superficial ¹. Es esto lo que se indica en la fórmula heideggeriana por la cual habitamos «la época de la imagen del mundo», pero me parece preciso abundar en que cuando esto es así, cuando el presente es predominantemente reconocible en sus cualidades estéticas, lo relevante no es entonces que prime lo estético en sus derivaciones hacia la *estetización*, sino que lo estético, ahora ya el rasgo mayor de lo real, se vuelve –y desde aquí conviene comenzar- causa política.

Así, como Maffesoli, Rancière y otros han observado, pensar estéticamente el presente pasa por la exigencia de pensarlo políticamente: la tarea de una ontología estética que se proponga dar razón de lo real no puede eludir ser una ontología política interesada por el análisis de los agentes y procesos de transformación de lo real y de la subjetividad (y especialmente, como se verá, de la experiencia *aisthética* 2). Para cuanto me importa en estas páginas, la primera consideración que nos pone en la pista de cómo se debe entender la propuesta de una ontología en la que se encuentren lo estético y lo político, la experiencia sensible y cuanto concierne al poder de administración del mundo, atiende a la suplantación del presente por la actualidad.

Los agentes de la realidad actúan sobre su tiempo convirtiendo el transcurso del presente en la instantaneidad espacializante y disponible de la actualidad. Esto se percibe bien a través de la ecuación por la cual el dominio de la actualidad significa *poder* gobernar los tiempos de promoción y extinción de lo real en sus imágenes (la duración de los acontecimientos en el plano de la actualidad) 3. De este modo, cabría definir la actualidad como la reducción del presente a *uni-verso*, esto es, a vigencia de un régimen de universalidad cuya propiedad más destacable es la de dársenos a la vez: todo a la vez, en el mismo lugar al mismo tiempo. La falsificación del presente por la evidencia «ineluctable» de lo actual actúa mediante la atrofia de la categoría de sucesión y la hipertrofia de los modelos operativos de yuxtaposición y simultaneidad. La metáfora política de la globalidad y, más expresivamente, de la globalización, es indicativa de un mundo único y unitario, igual a sí mismo y sin nada que no esté ya en él o pueda escapar a su disponibilidad por la actualidad o la red. El mundo acaba por ser lo que siempre quisimos de él: objeto disponible, de acceso instantáneo e inmediato, desposeído al fin de cualquier resto de resistencia a su manejabilidad 4.

Pero si bien la concentración del presente en el universo plano de la actualidad da ya alguna explicación de hasta qué punto la *versatilización* del mundo

exige su transformación política en imágenes, además de la producción de un mundo fundamentalmente estilizado y «artístico» (a esto se ha llamado *estetización*, tan idónea a la espacialización), convendría avanzar un paso –o cambiar el paso– para encontrarnos en condiciones de precisar el régimen actual de convergencia entre lo estético y lo político. Mi propuesta es que el modo decisivo en el que pudiera fundamentarse una *estética política* es tomando en toda su gravedad la pregunta original de la Estética desde su génesis dieciochesca, «¿cómo sentimos?», para trazar desde ella una ontología del presente indagatoria de *cómo sentimos en la actualidad* y capaz de tensarse entre los dominios tradicionales de la disciplina estética (la apariencia y lo sensible) y el tratamiento fáctico de la actualidad y la subjetividad por parte de los poderes contemporáneos. Ésta es la pregunta política que debemos hacernos en un acercamiento crítico a la actualidad, por contenerse en ella el análisis de las condiciones pragmáticas de provocación de la experiencia en la actualidad. La pregunta por *cómo sentimos en la actualidad* se nos muestra en toda su radicalidad cuando entra en reciprocidad con esta otra: ¿cómo se nos hace sentir? O, si se quiere, del modo más decisivo: ¿cómo se nos hace?

Si, como es bien sabido, a partir del XIX la Estética orientó sus esfuerzos hacia la filosofía del arte, creo que ahora debe insistirse más bien en la preocupación por las implicaciones éticas que se derivan de un estado de mundo en el que el *arte* apenas posee relevancia real (más allá de «su mundo», de gran interés para unos pocos e inexistente para la mayoría) y en la que, sin embargo, cómo se nos hace sentir y, con ello, cómo se nos hace actuar, en fin, cómo lo estético incide en las determinaciones éticas y de conformación de la subjetividad, se impone como lo que debe pensarse en primera instancia desde esta disciplina ⁵. En este sentido, creo que una señal de nuestro tiempo es la que nos transporta desde la obsolescencia de la pregunta por el significado particular de las obras de arte traídas a los escenarios de la

actualidad hacia el análisis de las condiciones de suscitación de la experiencia sensible como factor imprescindible para comprender cómo se nos constituye políticamente. Y esta pregunta no tiene su dominio propio en el mundo del arte sino en el mundo de las imágenes, por la razón suficiente de que el segundo de ellos, como quisiera comprobar en estas páginas, es ya el mundo mismo.

Las consideraciones siguientes se disponen a través de cinco apartados que tratan de responder a cinco preguntas no siempre formuladas explícitamente:

1. ¿Cómo se nos hace sentir (lo visible)? (y su posible disolución en esta otra: ¿cómo se nos hace ver?); 2. ¿Cuál es el estatuto de abstracción de la imagen?; 3. ¿Qué es ya la *poiesis* vinculada al arte?; 4. ¿Cómo somos (hechos) actualmente sujetos de sensibilidad?; y 5. ¿Qué imaginación nos queda?

1. Estética política y nuevo régimen performativo de la imagen

Pensar el mundo estéticamente es pensarnos en el mundo siendo susceptibles de ser intervenidos por él. En este sentido, la cuestión estética no postula en primera instancia un sujeto de acción (su objeto no es el activista, tampoco el artista), sino un sujeto de afección: pensarnos estéticamente es hacerlo como sujetos *páticos*, inmersos en una relación con la actualidad que nos modela y nos suscita experiencias sensibles (sensoriales y sentimentales). Su objeto es el receptor, el espectador, y, por ello, su vocación antropológica no puede ser disminuida en la pregunta por cómo operan las imágenes en nuestra sensibilidad. Cuando decimos que vivimos tiempos estéticos, decimos que la actualidad opera sobre nosotros –se relaciona con nosotros– principalmente de modo estético: por eso estamos en el primado de las imágenes –de la ontología de la superficie–, por ser ellas las que concentran toda su potencia en provocarnos–producirnos a través de la experiencia sensible. Somos estéticamente producidos, y esto quiere decir que el presente

ha debido convertirse en la actualidad del mismo modo que el mundo ha debido ser trasladado a sus imágenes. La Estética no se mueve de donde siempre estuvo desde sus orígenes ilustrados: entre las apariencias y la sensibilidad. Lo estético designa un modo de relación; un modo de estar en relación cuyos términos son el mundo en sus apariencias y la subjetividad en sus afectos. Estar en la actualidad es prioritariamente estar en relación estética con ella y, socialmente, con los demás. Estar en la actualidad es –equivale a– estar en relación de inmediatez con las imágenes de la actualidad (que no son más que «estando»: estando en su relación con nosotros)⁶.

No puede obviarse en este punto lo que podríamos llamar la *poiesis de los receptores*, que habría de comprenderse como la voluntad de crear las condiciones de recepción más que de crear obras artísticas u objetos de cualquier otra índole. La actividad *poiética* en el régimen de la imagen se dirige a su receptor: la imagen se comporta como un medio de intervención en el receptor y no es otra su justificación ontológica. Más abajo veremos cómo esto conlleva que, mientras la obra de arte moderna debió procurar su soberanía, la imagen en la actualidad es actuando sobre su receptor a la manera de un instrumento cuya eficacia se cumple en su perfecta desaparición, en su paradójica invisibilidad. Frente a la obra moderna, que se cree autónoma en manos de los filósofos, la imagen publicitaria asume con decisión su estatuto de subordinación: su poder no es soberano, sino instrumental. Su finalidad no es ser su propio objeto, sino intervenir en su objeto, y éste es su receptor, usuario o consumidor. Esta heteronomía constitutiva de la imagen (también del mundo como imagen; del mundo disponible y dado del todo) nos revela un aspecto de la dimensión estética de incómoda aceptación por parte de los postulados kantianos: me refiero a su intrínseca subordinación. Lo que digo es que la experiencia sensible, por no poder quedar fuera de lo social (aún más: debiendo ser pensada desde su socialidad, y hoy más que nunca), está determinada por la persecución de alguna provocación extraestética.

Esta subordinación de lo estético se adapta con facilidad al nuevo régimen performativo de la imagen, que se sirve de la *aisthesis* para la persecución de efectos extraestéticos, como siempre ha ocurrido en los periodos en los que, en términos de Rancière, ha primado el *régimen ético de las imágenes*: «En este régimen, “el arte” no es identificado como tal, sino que se encuentra subsumido bajo la cuestión de las imágenes. Existe un tipo de seres, las imágenes, que son objeto de una doble cuestión: la de su origen y, en consecuencia, su contenido de verdad; y la de su destino: los usos a los que sirven y los efectos que inducen (...) Se trata, en este régimen, de saber en qué concierne la manera de ser de las imágenes al *ethos*, la manera de ser de los individuos y las colectividades»⁷. Como venimos viendo, estas palabras de Rancière nos advierten acerca de cómo las imágenes han dejado de ser en la actualidad objetos soberanos de contemplación (...desinteresada), que es lo que se nos dice que fueron en el régimen estético de las artes, para *volver a ser* lo que siempre han sido más allá de su reducción estética: factores pragmáticos de producción política de comportamientos y subjetividad.

El interés de Rancière por vincular –por devolver la evidencia al vínculo siempre vigente y no siempre observado– lo estético y lo político, nos sitúa en la pregunta por cómo se nos hace sentir (y, con ella, más escuetamente pero no menos exactamente, por cómo se nos hace). Esta cuestión deberá ser abordada a través de dos líneas de análisis: la primera tendrá que ver con la absolutización de lo visual (y la atrofia de los demás sentidos menos propicios al consumo de la espectacularidad); la segunda línea de indagación deberá ocuparse de la revisión y nueva formulación de *categorías estéticas* idóneas, antropológicamente, a la sensibilidad de nuestro tiempo. Ontología del mundo estético y antropología del sujeto *aisthesico*: así podrá pensarse la actualidad desde una Estética a la altura del presente. Añadamos a este binomio la cuestión, implícita en el problema de la experiencia, de la comunicabilidad y

del mundo compartido, y tendremos la relación de asuntos de los que quisiera ocuparme en las páginas siguientes.

2. Sociabilidad y abstracción de las imágenes

-Pero, francamente, el contraste entre esas chicas sexy hablando de hermenéutica platónica... expresa exactamente lo que usted quiere decir: belleza e intelecto, ¿no?

-La frase es demasiado larga para pintarla en un camión –zanjó uno de los esbirros cuatroojos.

Frédéric Beigbeder, 13,99 euros

Me gusta cuando sonríes. Te queda bien.
*De una conversación entre participantes de
Operación Triunfo*

La suplantación del tiempo del presente por la espacialización de la actualidad (de la *actualización*) se corresponde con la hegemonía de la imagen y el dominio de lo visual sobre cualquier otro régimen de sensibilidad. En este apartado quisiera proponer una breve caracterización de la imagen en la actualidad y, en paralelo, observar cómo esta primacía significa la relegación de la obra de arte según había sido entendida en el trayecto de la modernidad.

1. Pensar la imagen exige de la teoría estética el aprendizaje de pensar la exterioridad. Mientras que la ontología moderna de la obra de arte se sostenía en el primado de su autonomía, soberanía, suficiencia, autogénesis y, en fin, en un cierto postulado de *reflexión incluyente*, la ontología de la imagen en sus pragmáticas actuales radica más bien en la condición de su *exogénesis*,

de su estar saliéndose de sí, excluyéndose de su identidad. Pertenece a la imagen (religiosa, pero también publicitaria o periodística: imágenes y no obras artísticas) su carácter extático: su modo de ser es estando fuera de sí. O mejor: más que (ya) fuera, saliéndose de sí, difundiéndose y difusa (*para* dirigirse a su receptor difuso y no prioritariamente «estético»; proyectándose). Vive en este movimiento por el que cumple su condición alcanzando su extrema alineación; esta propiedad es justamente la que quedó suprimida en la batalla de la obra de arte moderna por su propia autonomía. La imagen está *entre* otras o en tránsito –en el intervalo- hacia ser otra. Su complejidad radica en el impedimento de su aislamiento; es intrínsecamente social, en tanto que forma parte de una sociedad de imágenes que coincide con la actualidad, también ella un intervalo en tránsito imparable. La imagen, mientras no es transmutada en *arte estético*, es constitutivamente relativa a su entorno y a su tiempo. «Comunitaria»⁸. Extática y centrífuga. En síntesis, es tarea de la Estética darse como objeto el estatuto heterónimo de la imagen (su *insuficiencia* ontológica: ¿su ontología insuficiente?), apartándose de los viejos predicados de soberanía o suficiencia de la obra moderna, por los que el arte estético pasó a ser un inútil autocomplaciente.

2. Junto a este primer rasgo, el de la exogénesis e insuficiencia ontológica y pragmática de la imagen actual, un segundo atributo que le es propio es el de su *versatilidad*. La imagen, de la que se ha dicho que es «difusa», es susceptible –intrínsecamente- de manipulación y transformación: es pura forma que puede transformarse y localización que puede desplazarse. Pura apariencia y puro tránsito dispuestos a «dejarse hacer». El poder superior de la imagen es su versatilidad, su flexibilidad. Es irrompible porque es capaz de admitir todo cambio posible sin la menor resistencia. Su paradigma, después de haberlo sido el *collage*, es la imagen de naturaleza digital. Tanto el collage como la imagen digital son sintéticos, esto es, resultan de procedimientos de composición que podrían continuarse indefinidamente.

Lo virtual-digital actúa en la ilusión de supresión de la *resistencia de la realidad*. La imagen actual, por su insuficiencia, es inacabable: siempre podría ser intervenida un poco más. Es un *sin fin*, y por esto debe ser definida sin obviar su estatuto de provisionalidad ⁹.

Desde los iconos y la pintura moderna, la imagen siempre ha sido versión abstracta (representación) de lo recibido como realidad. La imagen podrá ser reproducible a condición de hacerse abstracta, esto es, desprendida de la complejidad de determinaciones sensibles del objeto *real*. La imagen excluye al objeto (que publicita, del que informa, al que reverencia) porque éste no permite que se le entienda sólo visualmente. La imagen es el objeto reducido a dato visual por el procedimiento de abstracción de la complejidad.

3. La suplantación del objeto-cosa (la silla de Kosuth en la que podría sentarse el vigilante de sala) por el objeto-imagen se advierte con claridad en la falsificación que es el *souvenir*, esto es, la contención del mundo en la circulación de sus imágenes. La imagen es la condición de comercialización del objeto, lo *fotografiable*, la captura de la apariencia para su transmisión; lo que del objeto permite no sólo su traslado, sino la multiplicación de éste: su transmisión y exposición múltiple y simultánea. Para que un objeto –o sea, el mundo– pueda ser prolíficamente multiplicado y consumido, objeto así de transacción, debe ser objeto de traslación, de transporte, de transmisión, *realizado* como imagen –fotografiable–, convertido en apariencia. La ecuación no nos extraña: lo máximamente visible alcanzará a ser máximamente consumido; vender más es hacer más visible.

Una imagen es un objeto cuyo atributo principal es el de entrar en absoluta circulación (sin aura, sin restos, sin rastros) posibilitándose así su pura comercialidad bajo las categorías de la reproductibilidad, el tránsito y la transacción. Frente a la elusión del movimiento y la pretendida condición de

autosuficiencia de la obra artística, frente a su quietud paralizante, es propio de la imagen «ponerse en circulación» (entrar en circulación es salirse de sí). Por esto, y porque su destino es ser consumida, la imagen entra en querella con el objeto que es: persigue restarse objetualidad, pero no puede no ser objeto. La imagen es objeto-en-circulación. Objeto en tránsito.

Para entrar en el siguiente apartado, querría referirme al *collage*. Aparecido en los orígenes del siglo XX, el paradigma *collage* reúne con precisión estos atributos que hemos creído reconocer en la ontología de la imagen actual. Constituye el *collage* una arqueología de la visualidad contemporánea que se extiende hasta la imagen digital con sus muchas implicaciones. Pero lo que creo más importante en este punto es la constatación de que el *collage*, si bien podrá ser valorado artísticamente, es, según creo, la primera gran transformación, irreversible, de la obra de arte en imagen. En él se significa el giro, inscrito en el entre-siglos que vio nacer a las vanguardias, desde la representación del mundo hacia su realización y gestión en imágenes.

3. De las ilusiones de la ficción a la realización de las ficciones

Los productores de la cultura visual de mañana son los operadores de cámara, los editores de vídeos y películas, los planificadores de ciudades, los diseñadores para las estrellas de rock, los mayoristas de viajes, los consultores de marketing, los asesores políticos, los productores de televisión, los diseñadores de artículos de consumo, personas sin profesión, y cirujanos estéticos.

S. Buck-Morss 10

La vieja querella entre las bellas artes y las ingenierías bifurca el trayecto de la modernidad a través de dos largas itinerancias. Por una parte, una

modernidad dedicada a la elaboración de una cierta tecnificación de la mirada, y donde se hallarían los múltiples elementos dedicados a la *representación* del mundo, tales como la perspectiva, la invención de las lentes, el telescopio, el microscopio, o, más tarde, la fotografía, etc., instrumentos destinados a un tipo de conocimiento del mundo no implicado en primera instancia en la voluntad de transformación fáctica de la resistente realidad; junto a ésta, en concordia o en controversia, cabría reconocer una segunda tradición, proyectada hacia la posibilidad pragmática de cambiar las condiciones reales de habitabilidad del mundo.

Esta doble versión por la que avanza la modernidad desde el renacimiento alcanza un momento de gozne entre los siglos XIX y XX, cuando los avances de la ingeniería hacen posible *realizar* la ficción, y no sólo limitarse a la representación de la realidad. Expresión histórica de este momento decisivo del proceso tecnocivilizatorio es la figuración del artista como *constructor* o *productor*, como trabajador cuya materia de elaboración no es ya el lienzo, la arcilla o el papel, sino, *directamente*, la propia realidad. Su objeto no es crear un objeto dirigido a su contemplación, sino intervenir en el mundo dirigiendo los esfuerzos a la transformación de las condiciones de habitabilidad. Este es el sueño que tocan con la mano tanto los artistas revolucionarios como los líderes totalitarios que recorren la Europa de aquellos tiempos.

Ahora el paradigma es otro, o el mismo pero en un grado de posibilidad de manipulación más sofisticado. Recapitulemos: entre el renacimiento y la segunda mitad del siglo XIX, el mundo es conocido a través de su representación (su sujeto artístico es de conocimiento); entre el siglo XIX y el XX, el mundo es objeto de transformación y realización de la ficción (su sujeto artístico es el productor de realidad); en la actualidad, el mundo es ya objeto de administración para su consumo. Su sujeto artístico es el que consigue gestionar la realidad habiendo sido ésta realizada en sus imágenes.

El artista de nuestro tiempo es el gestor. Esta figura se origina en el paradigma *collage* y se extiende hacia la *postproducción* (Bourriaud), pasando por lo que llamaríamos las *poéticas de la gestión*: el *ready made*, ciertas orientaciones del objeto surrealista, el pop ¹¹, el apropiacionismo, el arte de intervención en la calle.

Y este modelo de relación con el mundo, el de la gestión, tiene sus condiciones de actuación en la ontología de la imagen por ser ella estrictamente *superficial*. El gestor –como el periodista hace con «lo actual»–, no puede entrar en profundidades: no se trata de conocer, sino de operar con inmediatez y eficacia. Toma la realidad *superficialmente*, en sus imágenes, en sus modos sensibles, para dirigir su voluntad de poder a la ampliación de las posibilidades de manejabilidad de la actualidad. Es para esto para lo que debe hacerse con un determinado tipo de poder, el principal, consistente en ocupar el horizonte de visibilidad: se trata de gestionar *poner a ver*. Desde estos presupuestos, hacer imágenes (actividad artística todavía moderna) debe entenderse ahora como *poner imágenes*. Es por esto por lo que la figura revolucionaria del productor ha quedado eclipsada por la del gestor-distribuidor ¹², el cual, en tanto que «pone a ver» programa los regímenes temporales de aparición, de promoción y extinción de lo visible en la forma del acontecimiento (objeto visual de la actualidad en sus tiempos de aparición y desaparición). No hay otro poder superior a éste, y por eso no hay ningún poder que no necesite negociar con los gestores mediáticos.

El modelo de gestión nos conduce a la rehabilitación de la vieja *techné*, más allá desde luego de la pertinencia que tenga interesarnos de algún modo por la obra de arte, sino porque se contiene en la *techné*, en su comprensión entre los griegos, una primacía de la *eficacia* y, aún más, de la *perfección* en la realización de la actividad, que reclaman ser pensados por parte de la teoría estética. Con Nietzsche se produce un cambio de enorme relevancia,

el que se orienta desde las estéticas de la belleza y, en fin, formalistas y contemplacionistas, con Kant a la cabeza, hacia una poética de la *potencia*, hacia una definición del arte como voluntad de poder; este suceso supondrá que no es ahora la forma el objeto de valoración, sino más bien la función; que no es ahora la representación bella, sino la potencia de realización, la que deberá regir el modo de intervenir (en) el mundo característico del arte de la contemporaneidad.

Se impone así la elaboración de una *estética de la eficacia* que sea capaz de tomar posiciones críticas ante unas *técnicas* bien ajenas al mundo del museo y sus catálogos. El retorno del «saber hacer» nos invita a revisar el legado moderno y a ensayar recuperaciones de la ética de la *techné* poniendo entre paréntesis el empeño por «saber gustar» característico del arte estético, realizado para disfrute de los burgueses diderotianos y los filósofos de la pura contemplación. Estas nuevas *technés*, además de operar sobre el mundo fácticamente, se definen sobre todo por dirigirse no tanto a la construcción de objetos (que también) como a la provocación del efecto/afecto perseguido en el receptor-consumidor. No se trata de hacer algo bello, sino de conseguir que ese objeto sea adquirido (algo así como: no se preocupe de la cosa, preocúpese de venderla): lo primero *era* el arte, lo segundo es ya la estética de la eficacia.

Parece claro que la exigencia de pensar la eficacia en el contexto de las nuevas técnicas del efecto/afecto obliga a no eludir la pregunta por el arte *en* nuestro tiempo. No creo que éste sea el que se expone en los centros de arte contemporáneo, ni en las bienales, *Documentas*, en fin, en los espacios de confinamiento del mundo del arte, sino en los mimbres de la publicidad, el diseño industrial, las técnicas de *marketing*, y, en definitiva, entre las prácticas de *artes intermedias* capaces, por una parte, de responder a exigencias pragmáticas de utilidad y eficacia (comportándose así como se

esperaba de los viejos oficios técnicos que quedaron confinados en la noción de artesanía), pero, a la vez, decididas a servirse de los procedimientos retóricos y de suscitación del deseo creados por las bellas artes en su voluntad de reclamar la aceptación estética del receptor y su posible persuasión ideológica.

El reto para la disciplina estética de pensar la estetización debe acompañarse de su disposición para atender a este «arte después del arte» al que poder aproximarnos *por analogía*. Es él el arte que corresponde a la estetización, del mismo modo que el arte bello era idóneo a la actitud estética en su formulación ilustrada (en la que hallaban su síntesis la experiencia y el juicio). Más que coleccionar suplementos culturales, convendría conocer las técnicas de persuasión por las que el mundo se ha convertido en un objeto sobre el que administrar su consumo. Y estas técnicas persiguen la provocación de la sensibilidad en la estirpe de sus dos acepciones principales: la sensación y la sentimentalidad, objetos (objetivos) de excitación de las grandes industrias de la *aisthesis*, en las que se confunden los nuevos artistas productores de sensaciones y sentimientos y los gestores mediáticos del mundo en sus imágenes.

4. Industrias de la aisthesis: lo sensual y lo sentimental

Quando habéis dado a la sociedad vuestra ciencia,
vuestra industria, vuestro trabajo, vuestro dinero,
reclamáis que os pague en placeres del cuerpo, de la
razón y de la imaginación.

Ch. Baudelaire, *Salón de 1846*.

«En ocasiones, al atardecer, cuando deambulaba aburrido por la casa, ponía en funcionamiento el sistema de tuberías y conductos que vaciaban y

rellenaban de agua limpia el acuario y vertía unas gotas de esencias coloreadas, obteniendo así, según su voluntad, los tonos verdes o grisáceos, opalinos o plateados que asumen los ríos según el color del cielo, el brillo más o menos intensos de los rayos del sol, la amenaza más o menos inminente de la lluvia, en fin, según la estación y el estado atmosférico; se imaginaba entonces estar en la cubierta de un bergantín y contemplaba con curiosidad unos ingeniosos peces artificiales, movidos por mecanismos de relojería que se deslizaban ante el ojo de buey para perderse entre falsas plantas marinas...». Estas líneas de Huysmans, de su *Contra natura (À rebours, 1884)*¹³, nos ilustran acerca de cómo el proceso europeo de civilización se define mediante la equivalencia entre *artificio* y *representación*, suponiendo tal equiparación la desaparición de la *naturaleza* o su reemplazamiento por lo sintético, pero, en segundo lugar, lo que me parece más interesante de este delirio doméstico es cómo en él, y en el contexto general del esteticismo, se alcanza de modo ya irreversible la autonomía de la experiencia estética y su prioridad respecto del *arte*. Lo verdaderamente revelador del esteticismo de Huysmans no es tanto la absolutización de la forma bella como el que nos encontramos con una cuestión realmente decisiva para el siglo siguiente: la absolutización del efecto invita a ignorar (perversamente) la naturaleza de su causa.

No quisiera que nos saliéramos todavía de aquel contexto de finales del XIX para poder proponer desde él una figura antropológica cuya génesis se prolonga hasta hoy. Me refiero al *sujeto de excitación; de sugestión*. La producción del sujeto de experiencia como sujeto de excitación sobre el que actuar en la persecución de un determinado efecto es el objetivo de lo que llamaré las *industrias del efecto intenso*: la industria de lo sensual y la industria de lo sentimental. Ambas industrias deben ser entendidas como dos «extralimitaciones» (dos afueras) de la estética moderna: la apoteosis de lo sensual y la apoteosis de la sentimentalidad son dos extremos en los que se

niega la estética de cuño clásico kantiano, caracterizada por la supresión del cuerpo y por la inexistencia de toda implicación emocional.

Pero, a la vez, tales industrias se proponen como recuperaciones de la *aisthesis* primitiva, la cual se bifurca ambiguamente en dos trayectos, el de *sentir la sensación* y el de *sentir el sentimiento*. Esta ambigüedad se hace ineludible entre las últimas décadas del XIX y primeras del XX.

1. *Sentir sensaciones*. Esta primera industria del efecto sensorial se sirve de la *sinestesia*, verdadero hallazgo cultivado profusamente por el arte y la cultura del entretenimiento en el siglo XIX, y, con ella, la simultaneidad de múltiples factores suscitantes del efecto. Esta tradición industrial, que se extiende hacia el *arte de instalación* y los ambientes *multimedia*, centra su actuación en el *acorralamiento-cercamiento* del cuerpo-participante (espectador absorbido).

Esta veta irá filtrándose a lo largo del siglo XX, a través de lo que podríamos llamar *proceso efectista de sensualización*, hasta obtener su realización más perfecta en las ingenierías del efecto de realidad: parques temáticos, *revivals* de la naturaleza y lo originario, programas de realidad virtual. Este «efecto total» (indiferenciado del que *esperaríamos* de lo real) tendrá consigo la sombra del *efectismo*, al que podríamos definir como el efecto absoluto o efecto fascinante, o efecto capaz de parecer serlo sin causa. El efectismo es la realización del efecto como realidad, o la usurpación de la realidad por su efecto.

2. *Sentir sentimientos*. En paralelo a este proceso de sensualización procede también de las últimas décadas del siglo XIX una segunda industria, la de los afectos emocionales. Nos hallamos así en la experiencia de identificación

empática, melodramática y sostenida en la reconocibilidad de las costumbres (costumbrismos): retórica del efecto afectivo. A esto se llamará lo melodramático. El efectismo emocional es el sentimentalismo, cuando los sentimientos del espectador carecen de distancia con los sentimientos de los personajes. También es posible trazar los momentos que se definen en un *proceso efectista de sentimentalización* cuya derivación más elocuente está en la ecuación «sentir=bondad» (retórica moralizante sobre quien siente y su bondad; sentir es bueno y es bueno quien siente), en la apoteosis festiva de la espontaneidad y en la industria –televisiva, cinematográfica- de lo «sentimentalmente correcto», que nos da la horma del *kitsch* sentimental.

Ambas *aesthetics* poseen un rasgo común, entre otros, que se comporta como uno de los factores performativos más decisivos de nuestra experiencia estética, y que valdría la pena entender bajo la acepción de ser una categoría estética: la *intensidad*, el efecto de intensidad.

La absolutización de la intensidad (la persecución de *la intensidad por la intensidad*) implica eludir la pregunta por su carácter de verdad. Es puro efecto, sólo efecto-inmanencia. Lo real es el efecto; y no que el efecto lo sea de lo real. Esta intensificación del efecto es la verdad debe servirse de determinados recursos retóricos de la actualidad: la intensidad, la instantaneidad, la inmediatez, atributos pertenecientes a la ontología de la imagen actual y a sus retóricas de choque¹⁴.

Estas industrias de la *aisthesis* se dirigen a un sujeto de experiencia que participa de la antropología de orientación empirista y que puede rastrearse desde Hume a Nietzsche y Deleuze. La concepción del sujeto humano como colección de percepciones en sucesión y, en definitiva, la dificultad para postular un sustrato de identidad que garantice la permanencia de un sujeto con independencia de lo que le sucede (una especie de sujeto-provisionalidad),

hacen del sujeto de experiencia un sujeto *pático*, un sujeto a *provocar*, un sujeto que es como *está* sujeto. Creo que es desde esta formulación antropológica como debe pensarse el sujeto de experiencia provocado(-a) por las pragmáticas de la imagen actual.

Cuando la realidad es efecto de la imagen, su receptor (consumidor, usuario, cliente...) debe responder al presupuesto de su *vulnerabilidad*. En definitiva, el mundo versátil de la imagen es el mundo con el que afectar, alterar, con el que intervenir sobre el sujeto de *impresión*, el cual cumple la condición principal de *saber reaccionar*. En este sentido, valdría interrumpir estas consideraciones sobre el sujeto de excitación recordando el ensayo de Deleuze sobre Hume: «Lo que debemos sacar primeramente a la luz es que el sujeto, siendo el efecto de los principios en el espíritu, no es nada más que el espíritu como actividad. No tenemos, pues, que preguntar si para Hume el sujeto es activo o pasivo. La alternativa es falsa. Si la mantuviéramos, tendríamos que insistir mucho más en la pasividad que en la actividad del sujeto, ya que éste es el efecto de los principios. *El sujeto es el espíritu activado* por los principios: esta noción de activación supera a la alternativa. A medida que los principios hunden su efecto en la densidad del espíritu, el sujeto, que es ese efecto mismo, se vuelve cada vez más activo y cada vez menos pasivo. Era pasivo al comienzo; es activo al final. Esto nos confirma en la idea de que la subjetividad es por cierto un proceso, y de que hay que hacer el inventario de los diversos momentos de este proceso. Digamos, para hablar como Bergson, que el sujeto es ante todo una impronta, una impresión dejada por los principios, pero que progresivamente se convierte en una máquina capaz de utilizar esa impresión»¹⁵.

Sujeto activado: sujeto que es respuesta y excitación. Sujeto reactivo y capaz de adquirir algún grado de reflexión, lo que significa que es capaz de mirarse, de ver lo que le pasa, de sentirse.

5. Coda. Imaginar contra las imágenes

Todo el universo visible no es sino un almacén de imágenes y signos a los que la imaginación dará un lugar y un valor relativo; es una especie de pasto que la imaginación debe digerir y transformar.

Ch. Baudelaire, *Salón de 1859*.

Percibir e imaginar son tan antitéticos como presencia y ausencia. Imaginar es ausentarse, es lanzarse hacia una vida nueva.

G. Bachelard, *El aire y los sueños. Ensayo sobre la imaginación del movimiento*.

Es conocido el diagnóstico de Benjamin acerca del empobrecimiento de la experiencia. Estas últimas páginas las dedicaré a la tesis de que la diferencia entre la experiencia estética, al modo clásico, y su empobrecimiento hay que buscarla en la ruptura que se produce entre la *posibilidad de imaginar* que origina la obra de arte moderna y la imposición programada por el mundo-a-percibir característica de la ontología (pragmática, operativa) de la imagen en la actualidad. El empobrecimiento de la experiencia tiene que ver con que el mundo que se nos da ha sido imaginado ya por otro; imaginado y hasta realizado: sólo queda su consumo visual. Así, el mundo en el régimen actual de la imagen es un mundo *dado* a la percepción, y no un mundo de lo posible a imaginar, o un mundo en la sugerencia de otros mundos posibles.

La obra de arte moderna, desde el manierismo, responde a una voluntad de sugerencia de mundo: persigue hacer imaginar mundos posibles; mundos a

imaginar. Este es el valor primordial que posee la imaginación para las poéticas de la modernidad pero no menos para la Estética desde su nacimiento en el siglo XVIII (Addison confunde admirablemente la visión y la imaginación). Una condición intrínseca a la posibilidad de imaginar es que no todo esté impuesto a la visión. En este sentido, hay una confrontación entre las categorías de lo sugerente y lo espectacular o lo obscuro, siendo éstas las que nos ocupan en la contemporaneidad, en la que todo está dado-siempre a la visión y, por ello, la imaginación de mundos posibles apenas posee capacidad de actuación. En este punto, cabría proponer una *ética* de la acción imaginante según la cual las imágenes fueran destronadas de su carácter fascista (lo dado, que es lo impuesto a la percepción, frente a lo posible por imaginar) para ser utilizadas como medio de la imaginación. Se trataría de continuar imaginando lo que se da ya imaginado por otro que puede dominar el espacio de visibilidad¹⁶. El poder es de quien imagina el primero y consigue imponer la percepción de sus imágenes (es el publicista capaz de dominar los sueños: de reducirlos a espectáculo fascinante). No es difícil reparar en la obviedad de que lo dado es necesariamente lo dado por *otro*.

Me parece provechoso para esta ética estética, y en el sentido político que se implica en la tensión entre lo dado y lo posible, reconocer en aquel sujeto activado de cuño empirista y deleuziano la potencia de imaginar contra las imágenes. Al fin y al cabo, no es diferente lo que ha venido haciendo la obra de(l) arte durante sus siglos de vida, abriendo lo dado a lo posible (esto es la ficción) y justamente lo contrario de lo que se da en la forma de la estetización, cuando la realidad, conformada para su negociación, es hecha a la medida de su percepción. Leamos a Bachelard en la clave de una ética de la imaginación: «Queremos siempre que la imaginación sea la facultad de *formar* imágenes. Y es más bien la facultad de *deformar* las imágenes suministradas por la percepción y, sobre todo, la facultad de librarnos de las imágenes primeras, de *cambiar* las imágenes. Si no hay cambio de imágenes,

unión inesperada de imágenes, no hay imaginación, no hay *acción imaginante*. Si una imagen *presente* no hace pensar en una imagen *ausente*, si una imagen ocasional no determina una provisión de imágenes aberrantes, una explosión de imágenes, no hay imaginación»¹⁶.

La ética de imaginar posibilidades es la acción poética que nos queda. Imaginar contra las imágenes para crear otros tiempos y otras distancias para nuestra experiencia de lo real irreductible a lo dado. No fue otra la actividad ideológica que hizo suya la obra de arte moderna, pero ya, cuando ésta ha sido tomada por el comercio de la fotogenia, valdría volver a Nietzsche a través de Robert Walser: *Hacerse artistas* sin otra obra que la pura acción de imaginar posibilidades; la *autopoiesis* nietzscheana, inventarse otras vidas (Sophie Calle), tiene en *El paseo* de Walser un ejemplo de cómo salirse del fascismo de la imagen que no quiere dejar de ser mirada como quiere ser mirada. Esta es la Dulcinea de Alonso Quijano imaginada contra las imágenes:

«Ante una casa limpiísima y bella vi, cerca de la hermosa carretera, a una mujer sentada en un banco, y apenas la había visto cuando me atreví ya a dirigirme a ella, diciéndole, con los giros más gentiles y corteses posibles, lo siguiente:

»-Discúlpeme si a mí, un hombre totalmente desconocido para usted, se me agolpa en los labios al verla la vehemente y sin duda osada pregunta: ¿no habrá sido quizá actriz antaño? Pues tiene usted el entero aspecto de una gran actriz y artista de la escena, antaño consentida y celebrada. Sin duda se asombrará, con la mayor razón, ante tan asombrosamente atrevida e impertinente alocución y pregunta; pero tiene usted un rostro tan bello, un aspecto tan agraciado, encantador y, tengo que añadir, interesante, muestra una tan hermosa, noble y buena figura, mira tan directa y clara y tranquilamente, a mí y al mundo entero, que me era imposible forzarme a pasar ante usted

sin arriesgarme a decirle algo gentil y halagador, lo que ojalá no me tome a mal, aunque he de temer que merezco castigo y desaprobación por mi ligereza. Cuando la vi, se me ocurrió al instante la idea de que tenía que haber sido actriz, y hoy, pensé entre mí, se sienta usted en esta calle sencilla, aunque hermosa, ante esa tiendecita cuya propietaria se me antoja que es»¹⁷.

Imagínese usando las imágenes o volviéndolas contra sí. ■

.....

Notas

¹ Vid. Cl. Rosset, *El principio de crueldad*, tr. de R. del Hierro Oliva, Pre-textos, Valencia, 1994; pp. 13 y ss. Me hago acompañar por Rosset en esta propuesta de una ontología estética del presente porque no creo que haya una ontología más idónea a lo real en nuestro tiempo que la que pueda aportarse desde los presupuestos de una estética filosófica. Y esto es así por la razón de que la realidad es hoy ficción cumplida y estetización para su consumo. Por otra parte, la pertinencia de una estética del presente radica en que, como ha visto Jameson, nuestro mundo ha alcanzado a ser *esencialmente superficial*, por lo que le conviene una ontología de las cualidades. Se trata de pensar el modo de ser superficial radical de la actualidad.

² Mediante la transcripción de la noción de *aisthesis* quisiera radicalizar su definición más griega y menos ilustrada: en su significado de *sensación*, el cual, por cierto, quedará sorprendentemente traicionado por la estética kantiana en su querrela con el placer rococó.

³ En *Los principios de an-arquía pura y aplicada* (tr. de F. de Azúa, Tusquets, Barcelona, p. 126), da Valéry una definición de poder, diciendo de quien lo ostenta que es el «encargado del acontecimiento y la duración». Acaso la pregunta principal de los Estudios visuales sea la que concierne a cómo el dominio espacial persigue el dominio de la duración de las ocupaciones.

⁴ Valdría jugar con una definición operativa de realidad consistente en hacer de ésta el término de resistencia a nuestra voluntad de apropiación sobre ella. De algún modo, la realidad es lo que se resiste a ser aquello que, sin más, queremos que sea; permitirá su identificación como realidad lo que posea capacidad de obstaculizar, impedir, o mediar ineludiblemente, en la *realización* plena de las ilusiones.

⁵ Sobre esta cuestión, relativa a cómo la Estética debe constituirse como una teoría de la experiencia sensible y sólo secundariamente dedicar sus esfuerzos a una ontología de la obra de arte, se han expresado H.-R. Jauss (*Experiencia estética y hermenéutica literaria*, Taurus, Madrid, 1986) y especialmente Jean-Marie Schaeffer, en *Les célibataires de l'art. Pour une esthétique sans mythes* (Gallimard, Paris, 1996). José Luis Molinuevo es claro a este respecto: «en estética hoy más que pedir un giro hacia el arte, testimonio de su andar sin norte, habría que reclamar para ello un voto de confianza en sí misma, en su naturaleza híbrida, fronteriza y transversal de lo que Rickert denominó “territorios intermedios de la cultura”. Habría que pedir, en definitiva, una vuelta a la *experiencia estética*» (*La experiencia estética moderna*, Síntesis, Madrid, 1998; p. 17).

⁶ Maffesoli ha visto con acierto como nuestro tiempo «inaugura una forma de solidaridad social que no es ya definida racionalmente, de modo “contractual”, sino que, al contrario, se elabora a partir de un proceso complejo hecho de atracciones, de repulsiones, de emociones y pasiones». Es la crítica de este complejo, con sus claras repercusiones éticas, el cometido de una Estética capaz de afrontar la complejidad de la actualidad: «la sociedad no es sólo un sistema mecánico de relaciones económico-políticas o sociales, sino un conjunto de relaciones interactivas hecho de afectos, emociones, sensaciones que constituyen *strictu sensu* el cuerpo social» (*Au creux des apparences. Pour une éthique de l'esthétique*, Plon, 1990; pp. 15-6 y 61).

⁷ J. Rancière, *La división de lo sensible. Estética y política*, tr. de A. Fernández Lera, Centro de Arte de Salamanca, Salamanca, 2002; pp. 30-1.

⁸ Es posible hablar de *estética relacional* cuando el arte es ya imagen: a partir del *collage*, el Pop y sus felices connivencias con la publicidad. Es a esto a lo que se refiere Mitchell cuando reconoce la necesidad de que los estudios visuales se interesen menos «por el significado de las imágenes que por sus vidas y amores» («Mostrando el ver: una crítica de la cultura visual», en *Estudios Visuales*, Cendeac, 2003; p. 26).

⁹ Quisiera atender a un simple ejemplo que, creo, nos ayudará a concretar lo que estoy diciendo. Los jóvenes concursantes de Operación Triunfo responden con precisión a estos rasgos de la imagen actual: son cuerpos en el aprendizaje de su plena versatilidad y rostros capaces de simular cualquier emoción, justamente porque no hay emoción alguna (como el comediante de Diderot). Son pura fotogenia y carencia de personalidad (esto es, de compromiso con la propia máscara: imposibilidad o dificultad para dejar de ser el que se es). Poder ser cambiante es poder estar en la actualidad. Los chicos de O. T. son imágenes que sonríen, que cantan, que bailan.

¹⁰ Vid. S. Buck-Morss (y otros), «Cuestionario sobre cultura visual», en *Estudios Visuales*, Cendeac, 2003; pp. 86-88.

¹¹ Basta leer a Warhol: «El arte de los negocios es el paso que sigue al Arte. Empecé como artista comercial y quiero terminar como artista empresario. Tras hacer lo que se llama “arte”, o como quiera que se le llame, pasé al arte de los negocios. Quería ser un Empresario Artístico o un Artista Empresario. Ser bueno en los negocios es la más fascinante de las artes» (*Mi filosofía de la A a B y de B a A*, tr. de M. Covián, Tusquets, Barcelona, 1998; p. 100).

¹² En «Redefinición de las prácticas artísticas (siglo 21)», J. L. Brea ha detectado con prontitud esta nueva figuración del artista (vid. *El tercer umbral. Estatuto de las prácticas artísticas en la era del capitalismo cultural*, Cendeac, Murcia, 2004; pp.155-66).

¹³ J.-K. Huysmans, *Contra natura*, tr.de J.de los Ríos,Tusquets, Barcelona,1980;p. 57.

¹⁴ No conozco mejor diagnóstico de esto que el dado por Valéry en sus *Escritos sobre Leonardo da Vinci* (tr. de E. Castejón y R. Conte, Visor, Madrid, 1987; pp. 111-2): «¿Una ciencia de lo Bello?... ¿Es que los modernos todavía usan esta palabra? Yo creo que sólo la pronuncian a la ligera... O bien sueñan con el pasado... La Belleza es una especie de muerte. La novedad, la intensidad, la extrañeza y, en una palabra, todos los valores de choque, la ha suplantado. La excitación en estado bruto es la dueña soberana de las almas recientes...».

¹⁵ G. Deleuze, *Empirismo y subjetividad. La filosofía de David Hume*, tr. de H. Acevedo, Gedisa, Barcelona, 1981; p. 125. La cursiva es mía.

¹⁶ G. Bachelard, *El aire y los sueños. Ensayo sobre la imaginación del movimiento*, tr. de E. de Champourcin, FCE, México, 1986; p. 9.

¹⁷ R. Walser, *El paseo*, tr. de Carlos Fortea, Siruela, Madrid, 1996; pp. 24-5.