

AUDIENCIAS CONTEMPORÁNEAS

APROXIMACIÓN

A LOS LÍMITES DE LA CULTURA Y EL PÚBLICO GLOBAL

CARLOS GARCÍA-MONTERO

Resumen

El artículo propone aproximarse a los rasgos de las audiencias globales a partir de tres rupturas culturales que la han reconfigurado. De acuerdo al autor, se dan tres importantes rupturas, históricas y fundamentales en la esfera cultural: 'La ruptura lingüística y semiótica' que emerge como hermenéutica, 'la ruptura cultural', de la que derivan los estudios culturales; y la tercera, que es la que se relaciona directamente con el público: 'la ruptura visual' que trata directamente con el espectador. La audiencia contemporánea se encuentra construida a partir de configuraciones culturales, económicas y políticas y está modelada para actuar como consumidores, pero a la vez se presenta como resultado de la 'ruptura visual'. Hoy la audiencia está dividida. Existe una audiencia alienada que se encuentra atenta a consumir el último artículo de lujo y de actuar pasivamente frente a una realidad social insostenible. Pero también estamos frente a una audiencia que genera eventos como el reciente Occupy Wall Street, un movimiento comunitario masivo que plantea subvertir el rol generalizado del consumidor frente a las corporaciones, y que demuestra que existe un espacio abierto para el accionar de la masa a favor de la democratización de los recursos en el orden de la esfera pública.

Palabras clave

Comunicación / Cultura / Audiencias / Globalización / Arte

En los últimos años se ha hablado de una audiencia activa con poder de decisión en el marco de la esfera pública. No solo eso, se le ha atribuido a la audiencia una capacidad de producción impensada relacionada con la última ola de la era tecnológica y las posibilidades de desarrollo en el nuevo mundo virtual.

No es la primera vez que se le atribuye a la audiencia este rol protagónico determinativo e impensado. El crítico Británico Lawrence Alloway, el año 1958, sostuvo que como una consecuencia del gran crecimiento en el mundo –del siglo XIX al siglo XX la población aumentó de 180 millones a 460 millones de personas– y la revolución industrial, el mundo había cambiado dramáticamente¹. Apoyándose en Ortega y su publicación *La Rebelión de las Masas*, sostiene que como resultado de estas características la élite que se encuentra acostumbrada a dominar los criterios estéticos se ha encontrado en una situación en la que posee el suficiente poder para dominar todos los aspectos del arte. Alloway fue un visionario que confrontó los elementos y las implicancias de los nuevos *Mass media* y sus productos para adecuarlos a la teoría de la cultura y a la práctica artística al menos treinta años antes que el reconocido y determinante Marshall MacLuhan. A Lawrence Alloway se le asocia con el establecimiento del *Pop Art* como corriente artística en Gran Bretaña.

NO ES LA PRIMERA VEZ QUE SE LE ATRIBUYE A LA AUDIENCIA ESTE ROL PROTAGÓNICO DETERMINATIVO E IMPENSADO. EL CRÍTICO BRITÁNICO LAWRENCE ALLOWAY, EL AÑO 1958, SOSTUVO QUE COMO UNA CONSECUENCIA DEL GRAN CRECIMIENTO EN EL MUNDO –DEL SIGLO XIX AL SIGLO XX LA POBLACIÓN AUMENTÓ DE 180 MILLONES A 460 MILLONES DE PERSONAS– Y LA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL, EL MUNDO HABÍA CAMBIADO DRAMÁTICAMENTE.

Alloway se encontraba entablando una relación dialéctica con el prominente crítico Norteamericano Clement Greenberg, históricamente relevante debido a su rol protagónico en la institucionalización de la vanguardia. Para Greenberg el *Pop Art* y todo lo que estuviera fuera de las Bellas Artes era, por decirlo de una manera sencilla, un arte ‘impuro’, ‘Kitsch’, en el sentido que le daba el partido Nazi al ‘Kunts Art’ o ‘Arte Degenerado’, forma en el que el partido Nazi nominó las obras producidas de los artistas internacionales de las vanguardias históricas pertenecientes principalmente a corrientes artísticas como el Dadaísmo y el Surrealismo. Greenberg promovía en su ensayo *Modernisms* que la función del arte es la de generar una autoconciencia sobre la separación del pasado cayendo en algo así como una tiranía dentro del arte, determinando qué es, literalmente, ‘buen’ arte o arte ‘malo’ que consumir; promoviendo el arte dentro de la esfera de la Alta cultura. En esta operación, la vanguardia reconfiguraba el futuro; uno exclusivo. La tiranía de Greenberg lo llevó a declarar que la pintura evolucionaba hacia un estado de “pureza”. Cuántas lecturas post estructuralistas se podrían llevar a cabo desde el concepto de pureza insertado en la Historia, desde las manifestaciones radicales vinculadas al racismo y la violencia hasta las aspiraciones dentro de las clases sociales.

La relación de Greenberg con el público y con el concepto del público fue muy cercana. Después de sus primeros años como un rudo Trotskista comienza su relación con la US Info Agency, lo que sería hoy día la CIA². El fin era desarrollar exhibiciones de arte “Americano” en Europa, siendo el más claro ejemplo la gran exhibición en el marco de la DOCUMENTA 1 en 1955, en Kassel, Alemania donde bajo el nombre de “American Type Painting” y el patrocinio casi exclusivo del gobierno de los Estados Unidos para el evento posicionó a el ‘Abstract Expressionism’ o ‘Expresionismo Abstracto’, en el mundo cultural como uno de los hitos artísticos de la

LA PROPUESTA DE GREENBERG ERA MASIFICAR LAS PRÁCTICAS CULTURALES DE ÉLITE, APOYADO EN LOS MEDIOS QUE HABÍAN APARECIDO CON FUERZA EN LA CULTURA AMERICANA DESDE 1957 A LOS AÑOS 1967.

Historia. Uno de los objetivos era el de presentar al gran público lo más alto de la cultura Americana.

Años después, en 1964, se crea el NEA o National Endowment for the Arts, en el mismo año que empieza la horrenda guerra de Vietnam. ¡Qué coincidencia! Se trató de una estrategia efectiva para tener ‘comprada’ o, para ser un tanto menos agresivos y seguramente realistas, institucionalizada a la vanguardia. Es al final de los años cincuenta que Greenberg se encuentra reconfigurando sus operaciones en el mundo del arte en conjunto y bajo el patrocinio del Gobierno Federal Norteamericano³.

La propuesta de Greenberg era masificar las prácticas culturales de élite, apoyado en los medios que habían aparecido con fuerza en la cultura americana desde 1957 a los años 1967. Un ejemplo empírico y práctico es que la cantidad de televisores creció en la década de los cincuenta de 700 mil a 10 millones en el año 1959. En los años 1950 la ciudad era eminentemente rural, no existía el concepto de suburbio, como se emplea ahora. Con este crecimiento evidentemente aparecen las revistas, el cine el Mass media y, por supuesto, los mega eventos culturales como la Bienales y Documenta que sirven de embajadores culturales para reconfigurar los intereses de los países dominantes. Lo que Greenberg planteó es definido por Peter Burger en su Teoría de la Vanguardia como “prácticas culturales para estimular la alta cultura”. Bajo este sistema, La Neo Avant Garde encarna réplicas institucionalizadas de la vanguardia histórica. Neo Dada, por ejemplo, o cualquiera de estas corrientes. Son instrumentalizadas por las instituciones, grandes exposiciones e instituciones son financiadas por

corporaciones como el caso de Philip Morris que lleva financiando más de treinta años Museos y exposiciones.

Alloway plantea la necesidad de una coalición a favor del bienestar común con el *Pop Art* como un arte democrático no exclusivo, mientras que Greenberg plantea las necesidades de desarrollar la alta cultura. Para el prominente crítico americano, el *Pop Art* es anti histórico, alude a un objeto directamente relevador o a una experiencia real que no se legitima en la esfera de la alta cultura. En todo caso, hay una dialéctica entre alta y baja cultura derivada de las tensiones por aclimatarse a los nuevos cambios sociales de la modernidad y de la primera postmodernidad marcada por ser secular. Temas como el de la inclusión social y la tolerancia cultural no eran parte del discurso, o en todo caso se trataba de un discurso emergente que se reconfiguraría en los años siguientes gracias a los dramáticos cambios en los esquemas del conocimiento y los estudios vinculados a la esfera de la cultura.

LAS TRES RUPTURAS CULTURALES Y LA RECONFIGURACIÓN DE LA AUDIENCIA

Se dan tres importantes rupturas, históricas y fundamentales en la esfera cultural: ‘La ruptura lingüística’, en la que Saussure y Barthes tienen un rol importante y la semiótica emerge como hermenéutica, ‘La ruptura cultural’, de la que derivan los estudios culturales; sin estas dos rupturas no sería posible la tercera, que es la que se relaciona directamente con el público: ‘la ruptura visual’, en vista que es la única que trata directamente con el público y el espectador.

Aparece en los setenta, pero es recién en los noventa que es institucionalizada y se deriva principalmente de la Historia del Arte a los Estudios Visuales. Una manera de comprenderlo es que la disciplina de la Historia del Arte se involucra tardíamente a la Postmodernidad. Aflora la interdisciplinariedad como estrategia para evitar las



disciplinas y acabar con la violencia epistemológica derivada de ellas (al mejor estilo de Michelle Foucault o Heyden White) y romper con las tendencias homogeneizadoras de las disciplinas intelectuales ante la circunstancia del advenimiento de un sistema del conocimiento globalizado.

Este sistema de conocimiento globalizado es una estrategia política, económica y cultural que toma verdadera fuerza tras la Segunda Guerra Mundial con el descubrimiento de la ‘pobreza’ y el planteamiento de los conceptos ‘tercer mundo’ y ‘desarrollo’. La necesidad de asistencia a los pobres y su modernización encarna un nuevo y complejo mecanismo de control. La pobreza masiva apareció cuando la economía de mercado rompió los lazos comunitarios y limitó el acceso de millones de personas a la tierra, el agua, los alimentos y otros recursos. Con la consolidación del capitalismo, el empobrecimiento sistemático se volvió inevitable. Tras esta estrategia, el objetivo es el crear consumidores y transformar a los ‘pobres’ en objetos de conocimiento y control. Qué mejor estrategia que homogenizar los sistemas del conocimiento.

El público está modelado bajo estas rupturas y bajo estas estrategias de dominación cultural. Como Arturo Escobar aclara en su libro *Encontrando el Desarrollo: La creación y destrucción del Tercer mundo*, el tema de la pobreza fue tratado bajo los intereses de un sector poderoso internacional con el fin de lograr la suficiente sumisión

ESTE SISTEMA DE CONOCIMIENTO GLOBALIZADO ES UNA ESTRATEGIA POLÍTICA, ECONÓMICA Y CULTURAL QUE TOMA VERDADERA FUERZA TRAS LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL CON EL DESCUBRIMIENTO DE LA ‘POBREZA’ Y EL PLANTEAMIENTO DE LOS CONCEPTOS ‘TERCER MUNDO’ Y ‘DESARROLLO’.

cultural y económica en algunos continentes –después de la segunda Guerra Mundial el sector que se señala como subdesarrollado por la comunidad internacional se encuentra en Asia, África y Latino América– y problematizar la pobreza creando el ‘cuento del tercer mundo y del desarrollo’ cómo aborda el primer capítulo del libro de Escobar.

La economía de libre mercado toma su punto de consistencia en el año 1981, bajo el gobierno de Reagan, es el punto en el que se altera el rol del Estado en las formaciones políticas y el escenario social. Se da un cambio en lo que sus predecesores desarrollaron en relación al mejoramiento de los servicios sociales desde los años sesenta. Esta interrelación entre el mundo corporativo y el mundo de los negocios hace que las políticas se transformen a favor del mundo corporativo. No es difícil de imaginar los cambios que este puede ocasionar en la esfera de la opinión pública. Lo mismo que sucedió durante el gobierno de Reagan sucedió en Gran Bretaña, durante el gobierno de Margaret Thatcher⁴.

La audiencia contemporánea se encuentra construida bajo todas estas configuraciones culturales, económicas y políticas, modelada para actuar como consumidores, pero a la vez hijos de la ‘ruptura visual’. Intelectuales como Alloway creían en estéticas abiertas como el *Pop Art*, que aparece como una estrategia para subvertir el poder hegemónico de las élites culturales, recuperando la esencia natural de la audiencia como una masa activa en la esfera pública. Hoy la audiencia está dividida. Existe una audiencia alienada que se encuentra atenta a consumir el último artículo de lujo y de actuar pasivamente frente a una realidad social insostenible. Eventos como el reciente Occupy Wall Street, un movimiento comunitario masivo que a través de manifestaciones y protestas plantea subvertir el rol generalizado del consumidor frente a las corporaciones, principalmente las empresas bancarias y financieras, demuestra que existe un espacio abierto para el accionar de la masa a favor de la democratización de los recursos en el orden de la esfera pública.

A LA VEZ, EL TRABAJO ARTÍSTICO DE LUZA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, PRINCIPALMENTE EN LAS REVISTAS HARPERS BAZAAR Y VOGUE, REPRESENTABA TAMBIÉN LA OPORTUNIDAD DE PRESENTAR UN TRABAJO ORIGINALMENTE CONCEBIDO COMO PARTE DE UN MEDIO LUJOSO: LA MODA.

REYNALDO LUZA, EL GRITO, DISTANCIA CRÍTICA: UNA REFLEXIÓN PRELIMINAR MÁS CERCANA DE LA AUDIENCIA.

Como curador de la exhibición antológica del Artista Peruano Reynaldo Luza (1893-1978), tuve la oportunidad experimentar la relación del público con la exposición. El trabajo de Luza es conocido principalmente por su pintura del paisaje desértico de la costa peruana y asociado a las esferas de la Alta Cultura por su condición de pertenecer a las Bellas Artes, por encontrarse dentro de la disciplina de la pintura. Representaba la oportunidad de vincular a un público masivo con la pintura de Luza, al responder esta a la temática de uno de los principales modelos simbólicos arquetípicos (el desierto). Fue la oportunidad de presentar ese paisaje, ese simbolismo cuestionador, vinculado al inconsciente y también a una noción territorial del paisaje⁵, específico de la Costa del Perú, su tradición y su cultura, a un público mayor, capaz de apreciarlo, interiorizarlo como algo propio y no como un elemento más de la alta cultura.

A la vez, el trabajo artístico de Luza en los medios de comunicación, principalmente en las revistas *Harpers Bazaar* y *Vogue*, representaba también la oportunidad de presentar un trabajo originalmente concebido como parte de un medio lujoso: la moda. Esta representaba en gran parte los ideales de la modernidad Post Guerras Mundiales y estaba en constante modelación con las vanguardias artísticas históricas en las que se asocia a Luza directamente con el *Art Nouveau*, que para el Historiador

del Arte Alemán Ernst Gombrich representa la primera vanguardia puramente moderna. Existiendo un hueco en la historia del arte moderno en el Perú, Luza representa un icono importante en su reconfiguración y su secularización en cuanto a las Bellas Artes, tanto por su condición de autodidacta, tanto por su condición multidisciplinar.

La reacción del público fue favorable, varios miles de personas asistieron a la galería a contemplar la obra, también lo fue la reacción de los medios de prensa, que en ese caso fue masiva. La respuesta del público fue contundente y la mediatización también, pero más allá de ese alcance y la importante publicación de un documento que contenga la obra de Reynaldo Luza⁶, la repercusión cultural no llega a ser democrática, es una minoría la que llega a interactuar con la obra de Luza.

En el caso de *EL GRITO*⁷, revista de pensamiento crítico y cultura contemporánea co dirigida con María Paz Gastañeta, se trató de una apuesta privada para promover el pensamiento crítico. La idea era desarrollar una red de intelectuales, activistas, trabajadores, estudiantes, empresarios que pudiera generar una relación dialéctica con el estado de cosas crítico del país, los malestares de la cultura contemporánea en el Perú, pero por supuesto en relación con las presiones y carencias del país en un mundo canibalizado por la globalización.

Logros importantes fueron el compromiso de los integrantes del comité editorial y el compromiso de los colaboradores para sacar adelante una revista intelectual con un fuerte contenido visual en la sociedad peruana. Otro éxito momentáneo fue que tres empresas privadas decidieron apoyar la publicación de la revista durante un año. La revista tuvo éxito en los centros más relacionados a la actividad cultural, principalmente el Museo de Arte de Lima y la librería El Virrey, pero luego la historia en los supermercados fue otra. Una presencia de venta casi inexistente y muchas dificultades para entrar a las tiendas más comerciales. Incluso muchas dificultades para encontrar representación de distribución. La prensa



acogió la nueva revista y se logró ofrecerla a precios muy económicos en las tiendas universitarias, sin embargo la compra de una revista como *El GRITO* era lenta; y la relación con el público también. El tiempo era un elemento fundamental, en la escena local editorial de revistas se necesita financiamiento por lo menos de tres a cinco años para comenzar a posicionar la revista en el aspecto comercial y en la sociedad.

El caso de *DISTANCIA CRITICA*: Aportes hacia una nueva conciencia social⁸ fue totalmente diferente. Editada por Pedro Favaron y con un comité editorial de gente joven, la revista buscaba ser autogestionaria, y logró financiarse a partir de donaciones e intercambios publicitarios. La revista logró articular una interesante red nacional que hasta ahora sigue activa. Era gratuita y de un material que facilitaba su divulgación y reproducción.

NOTAS

1. Lawrence Alloway *The arts and the Mass Media*, 1958
2. Mark Van Proyen, Conferencia, *Historical Criticism Designation and Embodiment in Contemporary Painting*, SFAI, 12 de Setiembre, 2011.
3. Mark Van Proyen, Conferencia, *Historical Criticism Designation and Embodiment in Contemporary Painting*, SFAI, 12 de Setiembre, 2011.
4. En la Introducción del libro publicado por Wu Chin Tao, *Privatizing Culture: Corporate Art Intervention since the 1980s*.
5. Lefebvre Henri, *The Production of Space*.
6. Gracias al ICPNA, y al auspicio de la Escuela de Diseño Mod Art, La imprenta Forma e Imagen, y la Escuela de Arte Corriente Alterna.
7. <http://www.elgritoperu.org/home.php>
8. <http://www.realidadvisual.org/distancia/>