



Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

**“Consumo cultural, creación y apropiación de la obra de
Francisco de Goya y Lucientes. Una relación arte-comunicación”**

Tesis

Para obtener el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Presenta:

Marisol Esquivel López

Asesor:

Mario Alberto Zaragoza Ramírez

México, D.F., 2015



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

“El sueño de la razón produce monstruos”

Francisco de Goya, 1799



Agradecimientos

A mi lector.

Si hoy estoy aquí es por y para ti, ¡gracias Alicia! Ahora saben que fuiste el mejor ejemplo. Yo soy quien está orgullosa de haber podido llamarte madre, te amo.

A lo mejor de la vida, mi padre Jesús Esquivel, mis hermanos América y Jair y a Isabel, la base de todo.

Mi admiración y agradecimiento al maestro Mario Alberto Zaragoza Ramírez, por su tiempo, atención y conocimiento.

A mi hermano Arturo Medina, por todo lo que me da.

Por su apoyo incondicional a Eduardo Miranda, a mi familia y a mis alegrías Maideline, Nadine y Michell.

Para mis mejores amigos Karla Aguirre y Eduardo Espinosa, esenciales en cada uno de mis pasos.

Gracias a mi amada familia universitaria, a los grandes amigos que la FCPyS me regaló, ¡la aventura increíble! Cada uno de ustedes conforma mi concepto de lealtad y amistad, recuerden, el orden de los factores no altera el producto.

Gracias a ti inspiración.

Índice

Introducción	3
I. Todo cabe en la Industria cultural	7
1. Industria cultural y arte	9
2. Las obras de arte como formas simbólicas	23
3. Intersubjetividad artista-obra y consumidor	31
II. Francisco de Goya	40
1. Breviario de vida del pintor	41
2. La pintura en Goya	48
3. Trascendencia mundial e histórica	60
4. Goya como producto cultural	68
III. Proceso creativo y consumo cultural	76
1. Mediación y el proceso creativo en Goya	77
2. Consumos culturales. Proceso de <i>revelación</i>	86
3. El consumidor cultural	92
4. Matrices culturales	98
IV. Imagen: Saturno devorando a su hijo	104
1. El público. ¿Consume a Saturno? O ¿Saturno consume a su público?	106
2. Proceso de Apropiación y consumos culturales	113
Conclusión	118
Bibliografía.	127

Introducción

El arte se masifica bajo diversos escenarios, circunstancias, personajes y espectadores, se convierte así en un documento histórico, anécdota, mito e incluso en mercancía, objeto fetiche, *show* mediático, sosteniéndose no sólo de leyes estéticas o líneas del tiempo, también de hábitos económicos y sociales que la hacen un “negocio” redituable para los grandes monopolios y un producto de la industria cultural, donde aseguran Theodor W. Adorno y Max Horkheimer sucede lo inevitable, la degradación y reproducción de sí misma.

La industria cultural así, incorpora el arte-artista a lo habitual, lo expone en el mercado, la historia y el entretenimiento, es diversión, estereotipo, protagonista de toda clase de anécdotas rentables o no, que incorporan a grandes audiencias, proponiendo un acercamiento con el arte, la obra y el pintor, asumiéndose accesibles, objetos disponibles a ser consumidos, anexos a la cotidianidad, tan comunes a cualquier ser humano pero también tan dotados de genialidad, que su popularidad se hace indiscutible.

Bajo esta apreciación la presente investigación tiene como objetivo describir la manera en la que el público consume y se apropia del arte, en el caso específico de Francisco de Goya y Lucientes.

Pintor y grabador español del romanticismo, ejemplo del sujeto que crea a partir de sus propias experiencias, desarrolla su capacidad imaginativa y representativa en diversos contextos, y donde sus creaciones plásticas se entienden como una extensión de la comunicación intersubjetiva entre él, la obra y el sujeto que la interpreta, situación aprovechada por la industria cultural para generar un consumo y apropiación del pintor y su arte.

Tales creaciones en Goya como, muchos otros artistas, fueron desarrolladas en un sistema económico donde habría que venderlas para poder continuar con el oficio, aunque para ello tuviera la necesidad de complacer a los clientes, a veces

limitando su imaginación. Sin embargo esto no le significó ningún problema, en cuanto tenía la oportunidad abordaba toda clase de temas para sí mismo, algunos críticos en la actualidad consideran estas temáticas las más importantes de su carrera, reflejo fiel de la situación político-social que atravesaba su país y personalidad, además de representar una costosa pieza de arte, en la industria cultural.

Es decir, el arte se ha desarrollado como parte de un negocio, con ganancias y pérdidas, aunque, no necesariamente *un libro abierto* para todo público, así es pertinente analizar cómo la evolución de la sociedad y del arte, han reducido esta aparente distancia que por siglos elevó al arte al lugar casi mítico de la cultura, y que ahora nos permite llevar como souvenir al hogar, o experiencia compartida, además, dilucidar el motivo que conduce a un sujeto interprete a elegir a Goya por encima de cualquier otro artista o producto, preguntándonos ¿Por qué consumir y apropiarse del arte?

Así, buscando respuesta a la anterior pregunta y desarrollar la investigación presente, se tomará en cuenta la teoría crítica abordada por Theodor W. Adorno y Max Horkheimer principalmente, ya que es en ella donde la problematización de la industria como monopolio dominante de la cultura y efecto de un consumo irracional, el arte es apreciada y apropiada, no olvidando que su método de estudio especulativo ayuda a dilucidar la existente intersubjetividad del artista-obra-consumidor.

La teoría crítica, es la plataforma del arte como consumo cultural, este último es un término usado en el texto para describir no sólo el resultado final del proceso de apropiación, la introducción de la cultura a la vida cotidiana, también al sujeto que permite se cumpla tal, el consumidor cultural, que regido por un sistema económico tiene necesariamente que ser involucrado en la ya mencionada industria cultural.

Retomando, el consumo cultural establece algunas reglas que pueden ir desde la segmentación, los estereotipos, la respuesta a las preguntas: ¿Cómo? ¿Para

quién? ¿Dónde? Aprovechándose de la *mediación*, la cual permite generar significados propios para el sujeto interpretante y ayuda a la industria a llevar a cabo sus procesos de consumo. Es éste, el día a día de la industria del entretenimiento, de la economía y de muchos comportamientos sociales que rigen al arte y a nuestra propia manera de percibir el mundo, de involucrarnos en éste.

Para iniciar, se desarrollara el concepto industria cultural, retomando el trabajo teórico de la Escuela de Frankfurt, para destacar principios básicos de su concepción, pero también su incursión en el arte y todas las consecuencias que ello ha traído, desde el panorama de arte-mercancía, objeto-fetichismo y reproducción-degradación que la evolución y las grandes corporaciones han permitido.

Este panorama será pensado desde la cultura, lugar donde el arte, artista, espectador y la misma industria, son percibidos, consumidos y creados, en un proceso intersubjetivo que permite la libre interpretación de todos sus actores, y lo más importante que el arte pueda suceder, ello en el primer capítulo “Todo cabe en la industria cultural”.

Como segundo acápite, “Francisco de Goya” una breve biografía que describirá momentos importantes de su vida personal y desarrollo profesional, de manera paralela al recuento histórico, social y político del periodo de existencia del pintor en su nación, España, para establecer así, las circunstancias donde su inspiración y creaciones se dotaron de sentido.

No sólo se establecerá su historia, también la trascendencia que ha ganado con los años y en consecuencia, lo han convertido en un artista importante para la evolución de la técnica y el arte, llevándolo incluso a ser apreciado como producto cultural.

Tras dejar establecidas las bases de esta investigación como lo son, el arte en la industria cultural y el contexto de vida del pintor Francisco de Goya, es preciso abordar qué precede y procede al crear una obra de arte, cómo trasciende a los

tiempos y espacios junto con su autor, para poder llegar a una apropiación y consumo.

En el capítulo tres “Proceso creativo y consumo cultural”, en primera instancia se describirán las fases que cursa un sujeto para producir una expresión gráfica, además de cómo puede este proceso unir al espectador con la obra y/o artista a través de la mediación.

Posteriormente se dilucidará lo que ocurre una vez revelada físicamente la obra, cómo de ser una expresión artística, íntima, pasa a un objeto de consumo masivo, recibido por el nombrado consumidor cultural, quien será descrito en tal acápite, aquellas cualidades y participación en el proceso, aunque sin ser suficiente para llegar analizar esta apropiación del arte, por eso se estudiarán las matrices que permiten la identificación con las pinturas de Goya, o cualquier otro artista.

Finalmente, en el último capítulo “Imagen: Saturno devorando a su hijo”, el proceso de apropiación será descrito, usando como ejemplo esta pintura de Francisco de Goya, reproducida y reinterpretada infinidad de veces.

Cómo es que la creación de un sujeto ajeno posiblemente a la época y nacionalidad, puede generar un sentido de identificación y cercanía en el intérprete, tan reducido que lo asume y lleva en su vida diaria como un consumo cultural que lo representa, que habla por él, aunque quizás, sea el mismo consumidor quien lo dotó con esta cualidad, es decir, ¿quién consume a quién? Es el público a la pintura, o la pintura al público.

Bajo este esquema, es desarrollado el análisis, como un recuento de conceptos fundamentales para concebir el arte como mercancía, el objeto reproducible que aún mantiene un estatus en la cultura y educación, la reproducción del objeto y el gusto por el arte que es socialmente construido, de la manera, la industria cultural, hace lo posible para que suceda la apropiación y consumo del arte-artista, ¿cómo? Esa será la pregunta a responder a lo largo de la presente investigación.

I. Todo cabe en la Industria cultural

Actualmente acceder a obras de Francisco de Goya o cualquier artista de cualquier corriente y técnica, resulta más fácil que en épocas pasadas, antes, para poder admirarla era necesario ir al museo que la exhibía, o ser una persona con capital suficiente para comprarla.

Hoy gracias a internet y el acceso gratuito a galerías e imágenes en alta calidad, se puede tener un Goya en foto, aplicación, video, libro, impresión y una infinidad de posibilidades que permiten la industria y la obvia masificación del arte-objeto.

La forma de acercarnos al arte se transforma, porque el mundo, sus habitantes y los procesos políticos, económicos y sociales también lo hacen; la inmediatez con que suceden las cosas, el desarrollo tecnológico, la desigualdad, los problemas cotidianos, el trabajo excesivo, han hecho que el sujeto quiera huir de sí mismo y de aquella realidad, dejándose llevar por la cultura del entretenimiento, el distractor de su infortunio.

No es casualidad que el refugio para el estrés cotidiano sea justo ese, las poderosas industrias económicas y monopolios culturales han intervenido en la elección, han transformado la forma de crear, de percibir, han mercantilizado el proceso creativo para acortar en apariencia la cercanía entre el artista y el espectador, pero la base ha sido la industria cultural.

El concepto encierra varias percepciones, diversos autores tienen su propia lectura al respecto, es para muchos, la *culpable* del consumo desmedido y otros males que aquejan a la sociedad, pero ¿Qué tan cierto es esto?

Para responder a la pregunta anterior, en el presente capítulo, partiendo del acercamiento teórico que hacen los filósofos Adorno y Horkheimer, se describirán los principales conceptos que ayudan a dilucidar lo que es entendido por industria cultural, sus implicaciones con la sociedad capitalista, el individuo, la cultura pero sobretodo con el arte.

¿Arte o industria? Pareciera que no existe alguna relación evidente, que son polos opuestos, pero hace varios años un número considerable de autores se ha propuesto el estudio de ésta, además contrario a lo que se cree el arte siempre se ha visto involucrado con ella, pero ¿De qué manera lo hace?

Aparentemente el arte ha superado las barreras que existían entre él y su público, se encuentra más cercano que nunca, se le puede observar a disposición del sujeto en tantas formas, lugares, objetos y técnicas se desee, incluso el consumidor la ha fetichizado, la hizo su “objeto de culto” cotidiano, la lleva de manera portátil, la transporta y reproduce, la compra, la va a ver, se siente atraído y el artista y su obra se convierten en mercancía de museos, de marcas, de medios de comunicación, y es la industria cultural quien se adjudica el triunfo.

Entonces, ¿Qué sucede cuando una obra se hace un objeto-mercancía? ¿Cuando la vemos en un llavero, playera o en una postal? ¿El arte sigue siendo arte? A través de diversos autores en el apartado, “industria cultural y arte” se describirán las cualidades y componentes únicos de la obra, y se añadirán los efectos que ha causado la aparente cercanía entre la industria cultural y el arte, además se tocará la relación del consumidor y crítico de ésta, para contrastar con el consumidor cultural.

Pero para entender que le ha sucedido al arte necesitamos mirarla desde el lugar donde es concebida, consumida y reproducida, desde la cultura, es en ella donde la pintura cobra sentido y claro, es significada y entonces puede ser apropiada, aun teniendo que cumplir forzosamente con las características propias de los *fenómenos culturales* que se insertan en la sociedad capitalista, y las cuales serán enumeradas en el acápite, “las obras de arte como formas simbólicas”.

Finalmente en el subcapítulo, “intersubjetividad artista-obra y consumidor”, se va a dividir el proceso por el cual una obra de arte llega del creador al público.

1. Industria cultural y arte

El concepto de industria cultural surge con la Escuela de Frankfurt a partir del texto *Dialéctica de la ilustración* (1947) de los filósofos alemanes Theodor W. Adorno y Max Horkheimer en donde, si bien no es preciso encontrar una definición puntual, sí las claves para entenderlo. Haciendo su propia lectura del ya mencionado texto, Jesús Martín-Barbero indica que el concepto parte, “del sofisma que representa la idea del ‘caos cultural’ (...) y se afirma la existencia de un *sistema* que regula, puesto que la produce, la aparente dispersión.”¹

La industria cultural ha sido por algunos percibida como la reproducción en serie y la estandarización de la cultura, la dueña y creadora de toda clase de estereotipos y entretenimiento que el consumidor apropia, vive y con los cuales seguramente morirá.

Para un claro análisis del término industria cultural, nos basaremos en las tres dimensiones que según Martín-Barbero son fundamentales para su entendimiento y se encuentran de manera implícita en el texto de Adorno y Horkheimer, la primera es, “La unidad del sistema”, la segunda “la degradación de la cultura en industria de la diversión [de masas]” y finalmente “la desublimación del arte”.

En la dimensión “unidad del sistema” la cultura es vista como un monopolio donde todo es idéntico, todo está dicho y es producido en serie, “La unidad visible de macrocosmos y microcosmos muestra a los hombres el modelo de su cultura. Toda cultura de masas bajo el monopolio es idéntica, y su esqueleto-el armazón conceptual fabricado por aquél- comienza a dibujarse.”²

La industria cultural se ve dependiente y muy próxima a los sectores poderosos de las industrias: acero, petróleo, electricidad y química aumentando el sentido de

¹ Jesús Martín Barbero, *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*, México, Gustavo Gili, 2001, p. 50.

² Max Horkheimer y Theodor W. Adorno, *Dialéctica de la ilustración*, Buenos Aires, Sur, 1969, p.166.

unidad y provocando que las “distinciones enfáticas” en los monopolios culturales sirvan para: “clasificar, organizar y manipular a los consumidores.”³

Estas distinciones no hacen más que homogenizar a un sujeto que inmerso en una industria cultural, ve reducidas sus posibilidades de elegir qué consumir en un mundo que le ha sido clasificado previamente por el esquematismo de la producción.

Es en esta clasificación donde el filtro de la industria cultural da “traducciones estereotipadas” a todo, incluso dice Adorno y Horkheimer a lo que aún no ha sido pensado. “La industria cultural (...) fija positivamente, mediante sus prohibiciones, su propio lenguaje, con su sintaxis y su vocabulario. La necesidad permanente de nuevos efectos, que permanecen sin embargo ligados al viejo esquema, no hacen más que aumentar, como regla adicional, la autoridad de lo tradicional.”⁴

Sin embargo, Jesús Martín-Barbero afirma que esta dimensión se ve bloqueada por un “pesimismo cultural que llevará a cargar la unidad del sistema a la cuenta de la ‘racionalidad técnica’, con lo que se acaba convirtiendo en cualidad de los medios lo que no es sino un modo de uso histórico.”⁵

La segunda dimensión: “la degradación de la cultura en industria de la diversión” a través de la vida cotidiana del consumidor, hace un acercamiento con su trabajo y los ratos de ocio, dejando entre dicho que la industria cultural continúa siendo la industria de la diversión, por ser ésta, el arma con la cual se puede llegar al consumidor.

Tal como señala Adorno y Horkheimer, “La diversión es la prolongación del trabajo bajo el capitalismo tardío.”⁶ Como una manera de distracción, el trabajo “mecanizado” ve como escape de una rutina diaria al ocio y es través de éste, que el consumidor encuentra placer, un placer restringido y dado por la industria

³ Ibídem, p.168.

⁴ Ibídem, p.173.

⁵ Jesús Martín- Barbero, Op. Cit., p.51.

⁶ Max Horkheimer y Theodor W. Adorno, Op. Cit., p.181.

cultural que no requiere un esfuerzo mental para el sujeto, banalizado para producirse y reproducirse cuantas veces el obrero lo requiera para olvidar las inmundicias que hay en su vida diaria. Para divertirse pareciera ser indispensable no pensar, dejarse llevar por el momento y olvidar cualquier problema, por ello para Adorno y Horkheimer divertirse es igual a estar de acuerdo con lo que se vive y con lo que es dado por la industria.

Y es en esta banalización de la cultura donde el hombre se ve como un ser “genérico” completamente reemplazable que puede identificarse con otro sujeto, aunque aceptando siempre la gran lejanía que los separa. El sujeto entonces, pierde su individualidad y es importante para la industria por ser cliente y empleado.

En cuanto empleados, se les llama la atención sobre la organización racional y se les exhorta a incorporarse a ella con sano sentido común. Como clientes, en cambio, se les presenta a través de episodios humanos privados, en la pantalla o en la prensa, la libertad de elección y la atracción de lo que no ha sido aún clasificado. En cualquiera de los casos, ellos no dejan de ser objetos.⁷

Al pensar al consumidor de cultura como un objeto que consume objetos, se ve propenso a los estereotipos que serán diseñados, vendidos y perpetuados por la industria que los alimenta.

Para la industria cultural el individuo es inexistente, es sólo identidad necesaria para lo universal, lo convierte entonces en un ser pasivo, dice Jesús Martín-Barbero “nos dirá Adorno, la jerga de la autenticidad, de la interioridad y del encuentro acaba cumpliendo la misma función que la degradada cultura de la diversión, es ‘de la misma sangre’ que el lenguaje de los medios, pues inculca la

⁷ Ibídem, p.191.

evasión y la impotencia para “modificar cualquier cosa en las vigentes relaciones de propiedad y de poder.”⁸

Tercera dimensión que deseamos explorar señala: “la desublimación del arte”. El arte reducido a cultura es accesible a cualquier consumidor, deja de ser la representación estética máxima para convertirse en objeto de consumo, de reproducción y disfrute cotidiano.

Fue en un repentino cambio cuando la economía de la obra de arte se concibe diferente.

El carácter de mercancía se disuelve ‘en el acto de realizarse en forma integral’ y perdiendo la tensión que resguarda su libertad, el arte se incorpora al mercado como un bien cultural más adecuándose enteramente a la necesidad. Lo que de arte quedará ahí ya no será más que su cascarón: *el estilo*, es decir la coherencia puramente estética que se agota en la imitación. Y esa será la “forma” del arte que produce la industria cultural: identificación con la fórmula, repetición de la fórmula.⁹

El arte y la industria cultural se ven relacionados no sólo por la integración de ésta con el consumo, también por la degradación a la que la industria la ha dirigido, ésta va de la mano con la reproducción de la obra y la pérdida de su esencia como señala Walter Benjamin, concepto que se discutirá más adelante en esta tesis.

Los valores del arte se han visto modificados con el tiempo, se ha pensado como un objeto inútil en cuanto mercancía, por ello, no tener algún fin se ha convertido en la máxima aspiración del arte pura, “Todo tiene valor sólo en la medida en que se puede intercambiar, no por el hecho de ser algo en sí mismo. El valor de uso del arte, su ser, es para ellos un fetiche, y el fetiche, su valoración social (...) se

⁸ Jesús Martín- Barbero, Op.Cit., p.52.

⁹ Ídem.

convierte en su único valor de uso, en la única cualidad de la que son capaces de disfrutar.”¹⁰

Umberto Eco percibe al arte como un mensaje que cumplirá la función de una estructura y para ser entendido recorrerá todo un proceso:

La obra de arte se nos propone como un mensaje, cuya descodificación implica una aventura (...) el receptor se introduce, por así decirlo, en el mensaje, haciendo converger sobre éste toda la serie de hipótesis que su especial disposición psicológica e intelectual hace posible. En defecto de un código externo al cual referirse completamente, elige como codificar hipotético el sistema de presunciones sobre el que se basa su sensibilidad y su inteligencia. La comprensión de la obra nace de la interacción.¹¹

Cuando se cumple el proceso y todos los sistemas del arte confabulan con el consumidor, comienza entonces el verdadero sentido actual del arte, no el disfrute, la cercanía del sujeto interpretante con un “bien cultural.”

Walter Benjamin define dos tipos de valores en el arte, que se han disputado a lo largo de la historia, el valor ritual y el valor de exhibición. El valor ritual obedece a la representación de la obra en sí misma, “Lo importante de estas imágenes está en el hecho de que existan y no en que sean vistas”¹² por ello no exigen ser públicas.

El valor de exhibición hallará lugar, justo en cuantas veces pueda ser reproducida y transportada a diversos lugares, “Con la emancipación que saca a los diferentes procedimientos del arte fuera del seno del ritual, aumentan para sus productos las oportunidades de ser exhibidos.”¹³

¹⁰ Max Horkheimer y Theodor W. Adorno, Op. Cit., p.203.

¹¹ Umberto Eco, *Apocalípticos e Integrados*, México, TusQuets, 2009, p.112.

¹² Walter Benjamin, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, México, Editorial Itaca, 2003, p.53.

¹³ *Ibíd*em, p.52.

Además estos valores cuentan con dos técnicas que será nombradas por Walter Benjamin como: “de una vez por todas” y “una vez no es ninguna”, la primera técnica le da mucho más importancia al ser humano que la segunda, además en ella no cabe el error, mientras que en la segunda se puede experimentar, en la técnica uno la intención es el dominio, en la dos la interacción concertada en la naturaleza y la humanidad.

En último lugar un valor añadido a la obra de arte, “el valor eterno”, acuñado a los griegos, quienes contando con poco conocimiento de reproducción técnica veían como una necesidad obligada hacer del arte algo eterno y perfecto, que no requiriera mejora alguna, posible sólo en las creaciones echas de una sola pieza.

Con el valor de exhibición en el arte, la reproducción en serie se da de manera inherente. Esta reproducción tuvo como origen la aparición de la litografía, ya que permitía copiar y transportar una obra de manera fácil, pero el momento culminante fue en la aparición de la fotografía, donde no sólo se copiaba con exactitud, también se aceleraba el proceso.

Pareciera que al conectarse una obra de arte con la reproducción, ésta perdiera su “autenticidad” pero, Walter Benjamin afirma que es una cualidad difícil de perder, “Incluso en la más perfecta de las reproducciones una cosa queda fuera de ella: el aquí y ahora de la obra de arte, su existencia única en el lugar donde se encuentra.”¹⁴

Está cualidad del arte se enfrenta a la reproducción y puede existir de dos maneras, “la reproducción manual” y la “reproducción técnica” la primera toca los límites del plagio al ser más parecida a la original, mientras que la segunda puede ser más independiente, resaltar detalles que a simple vista el consumidor no nota, puede transportarse de manera más fácil que la original y lograr que haya un mayor acercamiento con el público.

¹⁴ Ibídem, p.42.

Las técnicas de reproductibilidad en el arte sólo hacen que se desvalorice y llegue a la degradación, su autenticidad será: “la quintaesencia de todo lo que en ella, a partir de su origen, puede ser transmitido como tradición, desde su permanencia material hasta su carácter de testimonio histórico.”¹⁵ El autor mencionado reduce el término a la llamada “aura del arte” que define como: “Un entretelado muy especial de espacio y tiempo: apareamiento único de una lejanía, por más cercana que pueda estar”¹⁶ y afirma que es ella quien se “marchita” en la época de la reproductibilidad técnica.

Al multiplicar una obra, la industria cultural la convierte en masiva, aumenta el valor de exhibición, la degrada y le hace perder su unicidad, el aura y por consiguiente su autenticidad.

El individuo se transforma en masa y contempla la obra de diferente forma a la de un *amante* y estudioso del arte. La masa consume arte por diversión, entretenimiento y la distinción social, es un gusto socialmente adquirido Pierre Bourdieu lo aborda:

La investigación establece que todas las prácticas culturales (frecuentación de museos, conciertos, exposiciones, lectura, etcétera) y las preferencias correspondientes (escritores, pintores o músicos preferidos, por ejemplo) están estrechamente ligados al nivel de instrucción (evaluada según el título escolar o el número de años de estudio) y, en segundo lugar al origen social.¹⁷

Igualmente la manera en que estos dos la perciben también es una divergencia. “Se podría decir, muy esquemáticamente, que los intelectuales creen en la representación —literatura, teatro, pintura— y no en las cosas representadas,

¹⁵ *Ibíd*em, p.44.

¹⁶ *Ibíd*em, p.46.

¹⁷ Pierre Bourdieu *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura* Buenos Aires, Siglo Veintiuno Editores, 2010, p.231.

mientras que el pueblo demanda a las representaciones y a las convenciones que las rigen que le permitan creer en las cosas representadas.”¹⁸

Incluso las intensiones del espectador con la obra son dependientes de su “formación artística” propiamente regida por las convenciones y condiciones sociales en las que se encuentra:

Pero la aprehensión y la apreciación de la obra dependen también de la intención del espectador, que, a su vez, depende de las normas convencionales que rigen la relación con la obra de arte en una determinada situación histórica y social, al mismo tiempo que de la aptitud del espectador para conformarse a esas normas, o sea, de su formación artística.¹⁹

Así el espectador se constituye por el nivel de educación, éste condicionado por la posición económica y origen social que lo representan y conforman como individuo, pero que de igual manera le aproximan o repelen con la obra, es por esto que Bourdieu considera el acercamiento con el arte como un gusto socialmente adquirido, que diferencia primero como sujeto social y después como espectador del arte, *amante*, o masa.

Pero, es en este contacto de la masa y el pueblo, que el arte se hunde dentro de ella misma, mientras que el consumidor de arte se acerca con recogimiento y la hace su devoción, se introduce y vive dentro de ella.

Jesús Martín-Barbero señala que se debe ser cuidadoso en la lectura referida a Walter Benjamin, más que una muerte del arte como se ha traducido lo dicho por él, Benjamin habla sobre un “nueva percepción”, la forma de acercamiento del antes arte-individuo y el ahora arte-sujeto-masa, que en su justa percepción ha cambiado, y siendo masa ya, se ve sensible al acercamiento del arte, la cual con ayuda de “las técnicas” logra sentirla cerca de él “La operación de acercamiento

¹⁸ Ibídem, p.238.

¹⁹ Pierre Bourdieu. *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. México, Taurus, 2002, p.27.

hace entrar en declive el viejo modo de recepción, que correspondía al valor 'cultural' de la obra, y el paso a otro que hace primar su valor exhibitivo.”²⁰

Otro punto de vista lo ofrece el ojo de Umberto Eco para entender en su justa complejidad el arte y su relación con la industria cultural, quien también analiza los elementos de la obra de arte, primero explica que ésta es una estructura-forma con estructuras que se ven conectadas y dependientes unas de otras.

La obra contendrá la “cualidad estética” y será organizada por “modos de formar” que resultan ser “el estilo”, dentro de este elemento se hallará otro propio de éste, “el estilema”, todo trabajando en conjunto para ser comprendido.²¹

Esta estructura artística no es independiente una de otra, es un “sistema de sistemas” que son internos con la obra y externos. “La obra coordina todo un sistema de referencias externas (...) que coordina un conjunto de reacciones psicológicas de los propios interpretantes; que conduce, a través del propio modo de formar, a la personalidad del autor y a las características de un determinado contexto.”²²

Pero el arte si bien se encuentra dentro de una estructura, no sólo se hace dependiente de los sistemas que la integran, también de un mundo industrializado que lo predispone y dispone a su antojo y cuya importancia encuentra en los “valores” o “sistemas” externos que se fijan en ésta, los juicios, bases o recursos mismos que la componen, los cuales son dotados por la industria.

El arte y el artista siempre se han visto sujetos a contextos económicos, políticos y sociales, pero en ésta época de la reproductibilidad es justo la industria cultural quien se ha hecho el máximo y más importante protagonista de su historia.

“La industria de la cultura, destinada a una masa de consumidores genérica, en gran parte extraña a la complejidad de la vida cultural especializada, se ve

²⁰ Jesús Martín- Barbero, Op. Cit., p.59.

²¹ Véase a Umberto Eco, Op. Cit., p.103.

²² Ibídem, p.104.

obligada a vender 'efectos ya confeccionados', a prescribir con el producto las condiciones de utilización, con el mensaje las reacciones que éste debe provocar."²³

Vista el arte como industria, se ve sujeta por una elite que pareciera manejar a su antojo todo lo que desde su perspectiva le conviene, "El mundo entero es conducido a través del filtro de la industria cultural."²⁴Y al ser está quien condiciona al arte, establece sus reglas, su lenguaje y elabora sus propias traducciones.

Así podemos integrar al crítico de arte quien pareciera tener en sus manos la decisión de clasificar y seleccionar a su antojo las creaciones artísticas, a partir de una crítica dada por la misma industria en la cual vive y trabaja. "En la industria cultural desaparece tanto la crítica como el respeto: a la crítica le sucede el juicio pericial mecánico, y al respeto, el culto efímero de la celebridad."²⁵

Está elite considerada como tal por su poder adquisitivo y/o influyente sobre las decisiones económicas, políticas y sociales, poseedora de altos mandos en las industrias de todo tipo, quien patrocina, financia, solventa a la cultura y entretenimiento, y hace fluir el capital en el mercado, gusta de clasificar y criticar.

Despliega las reglas del juego pero también dirige al consumidor. "El acuerdo, o al menos la común determinación de los poderosos ejecutivos, de no producir o permitir nada que no se asemeje a sus gráficas, a su concepto de consumidores y, sobre todo, a ellos mismos."²⁶

El crítico o dador de la industria cultural, no clasifica al consumidor, clasifica lo que va a consumir y lo anticipa a su modo de producción actual. "Para el consumidor no hay nada por clasificar que no haya sido ya anticipado en el esquematismo de la producción. El prosaico arte para el pueblo realiza ese idealismo fantástico, que

²³ Ibídem, p.90.

²⁴ Max Horkheimer y Theodor W. Adorno, Op. Cit., p.170.

²⁵ Ibídem, p.205.

²⁶ Ibídem, p. 167.

para el crítico iba demasiado lejos. Todo procede de la conciencia: en Malebranche y Berkeley, de la de Dios; en el arte de masas de la dirección terrena de producción.”²⁷

Para Umberto Eco, la perspectiva del crítico se ve condicionada por los estereotipos, reglas tradicionalistas y límites ideológicos de la estructura, que tiene sobre la industria y el consumidor mismo, esto lo expone al tocar el tema de la vanguardia, “el arte superior”, donde menciona:

La vanguardia, el ‘arte superior’ son para él sin reservas el reino de los valores. (...) que los modos formativos de la vanguardia se hacen más sospechosos cuando llegan a ser comprendidos por los más. Y surge entonces la duda de si para el crítico el criterio de valor será la no difusión y la no difusibilidad. (...) El crítico no amará, es cierto, lo que ama el público medio, pero en compensación aborrecerá aquello que éste ama.²⁸

Cuando los “creadores” de la industria clasifican al arte como cultura, el arte comienza a ver su suerte, ya que desde la concepción misma de “cultura” se observa un compendio de términos dirigidos por ellos mismos.

Adorno y Horkheimer, mencionan: “Hablar de cultura ha estado siempre contra la cultura. El denominador común ‘cultura’ contiene ya virtualmente la captación, la catalogación y clasificación que entrega a la cultura en manos de la administración”²⁹ Además continúan describiendo a la cultura como mera mercancía, “La cultura es un mercancía paradójica. Se halla hasta tal punto sujeta a la ley del intercambio que ya ni siquiera es intercambiada; se disuelve tan ciegamente en el uso mismo que ya no es posible utilizarla.”³⁰

Para traducir al arte como cultura, la industria disminuye los precios, la hace más accesible “como los parques” y convence al público de ser un digno consumidor,

²⁷ *Ibíd*em, p. 170.

²⁸ Umberto Eco, *Op. Cit.*, p.99.

²⁹ Max Horkheimer y Theodor W. Adorno, *Op. Cit.*, p.176.

³⁰ *Ibíd*em, p. 206.

aunque, éste más bien adopte tal oportunidad como la sensación única de participar en ella y obtener el añorado “bien cultural”. “La relación típica entre hombre masificado y producto artístico comercializado se configura como irreflexivo y no analizable adoración de un objeto fetiche.”³¹

En la totalidad de la industria cultural el arte encuentra su lugar gracias a la repetición, las mejoras que pueden hallar se ven reducidos a su habilidad de reproducción en masa, y de esto resulta que:

El interés de innumerables consumidores se aferra a la técnica, no a los contenidos estereotipadamente repetidos, vaciados de significado y ya prácticamente abandonados. El poder social que los espectadores veneran se expresa más eficazmente en la omnipresencia del estereotipo impuesta por la técnica que en las añejas ideologías, a las que deben representar lo efímeros contenidos.³²

La cercanía que día a día el arte tiene con la industria va mucho más allá de su reproducción, ha transformado la forma de ser consumida, de ser apreciada y percibida, su “funcionalidad” se convierte en algo indispensable.

Umberto Eco habla justo del consumo de lo culto en la industria, de lo necesario que se hace encontrarle una función, menciona:

La utilización del producto culto tiene por finalidad un consumo que nada tiene que ver con la presunción de una experiencia estética. Como máximo, el consumidor del producto, al consumirlo, entrará en contacto con modos estilísticos que han conservado algo de su nobleza originaria, pero de los cuales lo ignora todo: aprecia solamente la presentación formal, la eficacia funcional, gozando así de una experiencia estética que no pretende, empero, sustituir otras experiencias superiores.³³

³¹ Umberto Eco, Op. Cit., p. 101.

³² Max Horkheimer y Theodor W. Adorno, Op. Cit., p.181.

³³ Umberto Eco, Op. Cit., p.94.

La *función* del arte en la época de la reproductibilidad también transforma a los creadores, por lo cual en *Apocalípticos e integrados* se hace una clasificación sencilla de ellos.

El primero se aferra a la tradición de la pintura, quizás construya a partir de arquetipos y pensará que el consumidor realmente lo comprende, aunque lo más seguro será que éste lo utilice sólo como mero “acto de promoción cultural”.

Por otra parte, el autor “artesanal” que podrá realizar magnificas construcciones innovadoras, con alto grado de complejidad pero imperceptible para el consumidor, hecho que no le causa disgusto, puesto que hace a la obra funcional.³⁴

Cuando la brecha del arte-espectador se hace corta, la función de la obra ve su justa mutación, “El arte se integra de modo tan profundo a la vida cotidiana, que su función primaria consiste en estimular determinadas reacciones, lúdicas, religiosas, eróticas y en estimularlas bien.”³⁵ Esto ha provocado que la forma de consumirla se modifique.

La industria vende efectos por ella misma evocados, elige cuál será el mensaje y como se va a reaccionar ante él, justo los artistas apuestan a lo contrario, pretenden mostrar, vender “el procedimiento que conduce a la obra”, “Picasso pinta la causa de un efecto posible (...) La vanguardia en el arte pone en evidencia los procedimientos que conducen a la obra, y elige éstos como objeto.”³⁶

Así, “La industria cultural se ha desarrollado con el primado del efecto, del logro tangible, del detalle técnico sobre la obra.”³⁷ Lo cual conduce a un público expectativo de los hechos que acepta las traducciones, explicaciones y pasos a seguir para consumir a la obra, pero que de ninguna manera logrará salir de sí y entrar en contacto real con el arte.

³⁴ Ídem.

³⁵ Ibídem, p. 88.

³⁶ Ibídem, p. 90.

³⁷ Max Horkheimer y Theodor W. Adorno, Op. Cit., p.170.

Por ello el uso, los efectos y la misma obra de arte son impuestos desde el pueblo y para él, un pueblo que según Jesús Martín al pasar los años se ha establecido desde cuatro dimensiones: “en la política (ilustrados) y en la cultura (románticos); y el que fundiendo política y cultura afirma la vigencia moderna de lo popular (anarquistas) o la niega por su ‘superación’ en el proletariado (marxistas).”³⁸

Así los *ilustrados* ven al pueblo como una necesidad inmediata y denigran a lo popular como algo inculto, los *románticos* lo llaman nacionalismo, establecen una cultura popular creadora y productiva que se funda en *Folk, Volk y Peuple* cuya única mirada será al pasado.

El *anarquista* ve en el pueblo, la fuerza, la lucha contra la burguesía y productor de un arte relacionada con la tecnología ansiosa de significar, es el *marxismo* que lo designa como la clase obrera politizable, el conflicto de trabajo-capital, el espacio en fábrica o sindicato, dirige a la negación de lo popular en lo no-representado y lo reprimido.

Desde esta perspectiva del término pueblo, cambiante y capaz de apropiarse según sus convicciones de la cultura y el arte, es que la industria cultural se establece y comienza su labor: “banaliza la vida cotidiana y positiviza el arte (...) en el momento en el que el arte logra desprenderse del ámbito de lo sagrado merced a la autonomía que el mercado le posibilita.”³⁹

Cuando el arte se agrega al mercado y se acerca al pueblo, es porque se adecuó a las necesidades propias de la sociedad capitalista moderna, tomando forma de bien cultural, aunque, en ese camino va perdiendo cualidades, llevándolo a la repetición y degradación, “‘Reducido a cultura’ el arte se hará ‘accesible al pueblo como los parques, ofreciendo al disfrute de todos, introducido en la vida como un objeto más, desublimado.”⁴⁰

³⁸ Jesús Martín- Barbero, Op. Cit., p.14.

³⁹ *Ibidem*, p. 56.

⁴⁰ *Ídem*.

El arte y la industria cultural se han visto sujetos a múltiples visiones, críticas y perspectivas, una coincidencia halla lugar, en la preocupación de la cercanía que el consumidor de cultura tiene con la obra, en lo accesible que aparenta ser.

Por consiguiente aumenta su reproducción, el valor nato de la creación con el que fue concebido se ha transformado, porque la industria espera nuevos consumos reduciendo distancias, obtener una mercancía con función tangible aparente, ser un “bien cultural” para el pueblo capaz de integrarse a lo cotidiano.

No obstante, la obra de arte debe cumplir con las reglas y estándares estéticos que la asumen como tal, aunque su lectura sea a través de traducciones estereotipadas dadas por la industria, y la experiencia a generar, una predisposición de ésta misma, el arte debe distinguirse culturalmente.

Así pues, este tipo de cercanía fija su atención en el qué y cómo llegar a la comprensión del mensaje que la creación supone o espera al ser concebida, apropiarnos de la imagen dejando a un lado, el aura del arte, la cualidad de apreciar las cosas por sí mismas, “el instante único” donde el ser sale de la construcción social del mundo y vive su experiencia.

Existe el aura del arte, persiste como condición notable en la creación del artista, pero el incremento de la información, la inmediatez del mundo, el flujo del capital y la homogenización de la cultura, han sido algunos de los motivos por los que parece desaparecer esta conexión con el arte y artista, aunque no necesariamente sea así ¿Deberíamos buscarla? O quizás, sólo debemos experimentarla.

2. Las obras de arte como formas simbólicas

Una creación artística como la pintura, es una acción puramente humana, simbólica y socialmente significativa; por lo tanto, está sujeta a una sociedad que desde sus necesidades, cercanía y apreciación, a conveniencia la incluyen en su cultura pero sobre todo, es concebida desde ella misma.

La cultura es la base de estas creaciones, en ella surgen, se transforman y puede ser entendidas, se hace vital, pero ¿Qué es la cultura? El término cultura tiene

múltiples definiciones que dependerán del enfoque por el cual es apreciada, para fines de esta investigación se consultará “la concepción estructural”, resumida como un conjunto de fenómenos culturales que son simbólicos y se insertan en contextos sociales estructurados.

A partir de ello surge la enunciación del “análisis cultural” del cual John B. Thompson expone como “el estudio de las formas simbólicas, ‘es decir, las acciones, los objetos y las expresiones significativos de diversos tipos’ en relación con los contextos y procesos históricamente específicos y estructurados socialmente en los cuales, y por medio de los cuales, se producen, transmiten y reciben tales formas simbólicas.”⁴¹

Esta concepción de cultura y su análisis, reúne el complejo vivir humano, su representación e interpretación continua, de mostrarme, verme y ser visto por el otro; el término integra los actos cotidianos del sujeto y los titula “fenómenos culturales”:

Los fenómenos culturales son vistos ante todo como constructos significativos, como formas simbólicas (...) están insertos en relaciones de poder y de conflicto. Los enunciados y las acciones cotidianas, así como fenómenos más elaborados como los rituales, los festivales o las obras de arte, son producidos o actuados siempre en circunstancias sociohistóricas particulares, por individuos específicos que aprovechan ciertos recursos y que poseen distintos niveles de poder y autoridad; y una vez que se producen y representan estos fenómenos significativos, son difundidos, recibidos, percibidos e interpretados por otros individuos situados en circunstancias sociohistóricas particulares.⁴²

⁴¹ John B. Thompson *Ideología y cultura moderna*, México, Universidad Autónoma Metropolitana, División de Ciencias Sociales y Humanidades. 1998, p. 191.

⁴² *Ibidem*, p. 201.

Estos “constructos significativos” o fenómenos culturales son referidos por John B. Thompson como “formas simbólicas” que se involucrarán con el contexto y el proceso histórico social en donde se producen y por los cuales se producen.

Así pues, la cultura podríamos definirla como: “el contexto en el cual los sujetos, en un proceso de definición intersubjetiva, tiene la posibilidad de construir, deconstruir y reconstruir los significados y modos de apreciación de sus relaciones. Estas operaciones se expresan mediante formas simbólicas y con base en la organización del entrono, los ritmos y las huellas históricas del sentido.”⁴³

Para definir qué es una forma simbólica, habrá que aclarar que un símbolo, es según Umberto Eco, “un signo particularísimo que no aparece consumado en el acto de captar lo señalado, sino que se percibe y aprecia conjuntamente con él, en virtud de aquella asimilación orgánica”⁴⁴ es decir, un signo que representa una realidad, o evoca a ella, a veces de manera abstracta.

Así pues, una forma simbólica es: “una constelación de elementos sistemáticos que existen independientemente de cualquier forma simbólica, pero que se realizan en formas simbólicas particulares.”⁴⁵ Al pensar que una cultura está integrada por estructuras significantes, se podría erróneamente considerar a la forma simbólica como un mensaje, pero más bien es “un patrón con el cual se estructuran los mensajes, (...) Opera a partir de ámbitos de sentido. Es convención interpretativa que se orienta hacia cierta normatividad y hacia cierto modo de experimentar y percibir. (...) no es un medio de transmisión (...) La forma simbólica es organización significante. Lo transmitido normalmente es elaborado a partir de ella.”⁴⁶

⁴³ José Antoni Paoli *Comunicación y juego simbólico: relaciones sociales, cultura y procesos de significación*. México, Umbral, 2002, p.65.

⁴⁴ Umberto Eco, Op.Cit., p.207.

⁴⁵ John B. Thompson, Op. Cit., p. 211.

⁴⁶ José Antoni Paoli, Op. Cit., p. 77.

Ernst Cassirer veía al hombre como un creador de símbolos que para enfrentarse a la realidad usa un sistema de símbolos por él mismo elaborados: “Se ha envuelto en formas lingüísticas, en imágenes artísticas, en símbolos míticos o en ritos religiosos, en tal forma que no pueda ver o conocer nada sino a través de la interposición de este medio artificial. Por lo tanto, en lugar de definir al hombre como un animal racional lo definiremos como un animal simbólico.”⁴⁷

Dicho lo anterior podemos señalar a la obra de arte como una forma simbólica, estructurada, creada y entendida por el ser humano, provista de las cinco cualidades que John B. Thompson ve esenciales en una de ellas.

Las cinco características son las siguientes, de las cuales las tres primeras se transmiten por medio del significado, sentido y significación:

1. Intencional: Las formas simbólicas están hechas o pensadas por un sujeto para otro sujeto o sujetos, que busca expresarse por sí mismo para alguien más, como un mensaje que debe ser leído.

Surgen dos observaciones, la primera, no toda creación lleva intención de ser entendida y la segunda, el significado de una forma simbólica no necesariamente tiene que ver con lo que el creador propuso o quiso decir. Toda obra de arte lleva intención, el artista crea para alguien o algo incluso para él mismo. Se expresa y como fenómeno puramente humano, se verá sujeto a diversas interpretaciones, las cuales coincidirán o no con las planteadas por el artista.

2. Convencional: “la producción, la construcción o el empleo de las formas simbólicas, así como su interpretación por parte de los sujetos que la reciben, son procesos que implican típicamente la aplicación de reglas, código o convenciones de diversos tipos.”⁴⁸

⁴⁷Ernst Cassirer, *Antropología filosófica*, pp. 48y 49, citado por Estela Ocampo y Martín Peran *Teorías del arte*, Barcelona, Icaria, 2002, p. 129.

⁴⁸ John B. Thompson, Op. Cit., p. 208.

En ella existen dos tipos de convenciones, las estilísticas y las sociales, la primera son las reglas para crear, la segunda para ser entendido.

3. Estructural: Las formas simbólicas están construidas por elementos articulados que confabulan para dar sentido. “La estructura de una forma simbólica es un patrón de elementos que pueden distinguirse en casos de expresiones, enunciados o textos reales (...) elementos sistémicos.”⁴⁹
4. Referencial: Dicen algo acerca de algo. “Cuando una forma o elemento simbólico puede, en determinado contexto, representar u ocupar el lugar de algún objeto, individuo o situación.”⁵⁰
5. Contextual: “Se insertan siempre en contextos y procesos sociohistóricos específicos en los cuales, y por medio de los cuales, se producen y reciben.”⁵¹

Una forma simbólica que cumple con las cinco características y que se ve insertada en la sociedad está sujeta a situarse en un contexto, ésto implica que además de ser hechas por un sujeto para otro lleve en si misma ciertas “condiciones sociales de su producción” ya que suelen ser interpretadas por sujetos que están igualmente en un contexto.⁵²

Toda obra artística que se inserte a un contexto sociohistórico cumplirá con las siguientes características: Será una expresión de un sujeto con agentes, políticos, económicos y sociales propios de su contexto para otro sujeto (sujetos) que, de igual manera, puede ser parte de él (o no), “pasarán por un proceso de valoración” que generalmente, evalúa, aprueba y le da valor a la forma simbólica.

⁴⁹ Ibídem, p.211.

⁵⁰ Ibídem, p. 213.

⁵¹ Ibídem, p.216.

⁵² Idem.

Estos contextos tienen cualidades indispensables para su concepción, necesitan un espacio y tiempo, pero sobretodo son entendidos como dos contextos diferentes, el contexto sociohistórico de producción y el de recepción, es decir hay un contexto donde el artista crea y otro donde su público lo consumirá e interpretará.

Las formas simbólicas no serían entendidas sin los contextos sociales, éstos cuentan con “campos de interacción” que los sujetos utilizan para alcanzar sus fines, Thompson toma el concepto de Bourdieu y asegura:

Los individuos particulares se sitúan en ciertas posiciones en este espacio social y siguen, en el curso de sus vidas, en cierta medida por el volumen y la distribución de diversos tipos de recursos o capital, (...) podemos distinguir entre tres tipos principales de capital: “el capital económico” que incluye la propiedad, la riqueza y los bienes financieros de diversos tipos; “el capital cultural” que incluye el conocimiento, las habilidades y los diversos tipos de créditos educativos; y “el capital simbólico”, que incluye los elogios, el prestigio y el reconocimiento acumulados que se asocian con una persona o una posición.⁵³

Estos recursos serán aprovechados por los sujetos basándose en reglas y convenciones, aunque es preciso diferenciar, dice el autor, “los campos de interacción” con las llamadas “instituciones sociales.” Las instituciones sociales son “conjuntos específicos y relativamente estables de reglas y recursos, junto con las relaciones sociales que son establecidas por ellas y en ellas.”⁵⁴

Finalmente la última característica de un contexto social será “la estructura social” pensada como: “asimetrías y diferenciales relativamente estables.”⁵⁵ Las dotes de un contexto social, “campos de interacción” y las “instituciones sociales” tienen estructuras que los sustentan y avalúan.

⁵³ *Ibíd.*, p. 220.

⁵⁴ *Ibíd.*, p. 222.

⁵⁵ *Ibíd.*, p. 225.

Ya aclaradas las características típicas de los contextos en los que se insertan las formas simbólicas, hablemos del siguiente paso, el proceso de interpretación del sujeto necesario al recibir una forma simbólica, con el cual le darán un sentido, “al recibir e interpretar las formas simbólicas, los individuos participan en un proceso permanente de constitución y reconstrucción del significado, (...) la reproducción simbólica de los contextos sociales.”⁵⁶

Existen muchas maneras de intercambiar formas simbólicas, una de ellas es “La reproducción simbólica de los contextos sociales”. El cual lleva como pasos ordenados los siguientes: 1. Producción de formas simbólicas 2. Recepción de formas simbólicas 3. Comprensión cotidiana del significado los cuales pueden llevar: la reproducción simbólica de las condiciones de recepción o de reproducción.

Para entender tal proceso, a modo de ejemplo, analicemos el intercambio de una forma simbólica como la pintura, comparada con los tres procesos antes mencionados.

En el primero “Producción de formas simbólicas”, la concepción de la obra, hay un sujeto que crea, el artista, a expensas de un contexto sociohistórico se inspira y toma de ello lo que le sirva; en el segundo momento, “recepción de formas simbólicas, el público conoce la obra que el sujeto creó, la percibe, interpreta y posiblemente entienda, a partir de su propio contexto. Finalmente “la comprensión cotidiana” el consumidor una vez conocida la obra, decide si quedarse o no, cuando concluye lo primero, el individuo querrá hacerla más cercana a él, incluirla en su modus diario, por ello es reproducida sin control.

Este intercambio es dado gracias a la “transmisión cultural” distinguida según John B. Thompson por tres aspectos que permiten su libre acceso mercantil:

1. Medio técnico de transmisión: Entendido como el material con el cual se transmite la forma simbólica que puede ir desde un medio tecnológico hasta

⁵⁶ Ibídem, p. 228.

el cara a cara. Tal aspecto tiene tres atributos: Fijación, reproducción y participación.

2. El aparato institucional de transmisión: “Constituye no sólo los canales de difusión selectiva: constituye también un marco en el cual las formas simbólicas se pueden usar en el ejercicio del poder y se ven afectadas por él. (...) constituye un conjunto de mecanismos para la puesta en práctica limitada de las formas simbólicas.”⁵⁷ Sus atributos son: los canales de difusión selectiva y mecanismos para la ejecución limitada.
3. El distanciamiento espacio- temporal: debe de existir un alejamiento o aislamiento de los entes que la componen como el tiempo y el espacio para poder ser insertada en otro contexto. Los atributos son: Contextos de copresencia y la extensión de la disponibilidad.

Las formas simbólicas en tanto fenómenos sociales que se ven integrados en un contexto sociohistórico, para ser analizados deben substraerse de ellos. “Las formas simbólicas no subsisten en el vacío: se producen, transmiten y reciben en condiciones sociales e históricas específicas. Aun en las obras de arte que parecen eternas y universales se caracterizan por condiciones definidas de producción, circulación y recepción.”⁵⁸

Así, los seres humanos a lo largo de nuestras vidas construimos y consumimos símbolos, en una cultura estructurada por formas simbólicas que no son más que aquel conjunto de fenómenos culturales o constructos significativos que cotidianamente elaboramos, la pintura o las obras de arte son un ejemplo de ello, una creación elaborada de un sujeto para otro.

Una obra de arte tiene una intensión, (comunicar, difundir, expresar, vender...), se ve regida por convenciones (como las corrientes artísticas, las reglas del color, la construcción de formas...), refiere un algo (vida, muerte, locura...) es una

⁵⁷ Ibídem, p. 248.

⁵⁸ Ibídem, p. 409.

estructura de diferentes sistemas y está necesariamente insertada en un contexto sociohistórico o “campos de interacción”.

Estos contextos están divididos, el de producción, donde ubicamos la labor de creación, el contexto de recepción y el espacio-tiempo del consumidor. Regidos por la distribución y recursos, hayamos los términos de capital (económico, simbólico y cultural) y las instituciones sociales, todos funcionando para hacer posible una interpretación, interacción e intercambio de formas simbólicas, que para ser reproducidas ven necesario un proceso de tres pasos: Producción, recepción y comprensión de la forma simbólica.

El proceso llega a cumplirse gracias a la transmisión cultural, la cual con ciertas características facilita la cercanía del creador con el sujeto interpretante y a la par con la forma simbólica, pero una vez lograda la transmisión, ¿la relación entre los componentes cambia?

3. Intersubjetividad artista-obra y consumidor

Crear para el artista es un proceso *íntimo*, resultado de multitud de factores que intervienen en su pensamiento, una construcción propia de la personalidad y contexto cotidiano pero, cuando la obra es presentada como un objeto tangible, la comunicación se transforma, ya no hay sólo una conversación entre el artista y su obra, automáticamente el objeto creado al proceder de un ser social se convierte en una forma simbólica, y a la conversación se agregará el público o el sujeto interpretante.

El artista hallará inspiración desde sus experiencias, desde el contacto social con los otros, como lo dice Alfred Schütz, “Cada paso de mi explicitación y comprensión del mundo se basa, en todo momento, en un acervo de experiencias previas, tanto de mis propias experiencias inmediatas como de las experiencias que me transmiten mis semejantes.”⁵⁹

⁵⁹ Alfred Schütz *Las estructuras del mundo de la vida*, Buenos Aires, Argentina, Amorrortu, 1997, p.28.

Por ello, las expresiones artísticas se ven íntimamente relacionadas con los otros sujetos, los procesos de inspiración, creación y apropiación están regidos por una sociedad, podríamos decir que estamos presididos por el proceso “intersubjetivo”, del cual hablaremos enseguida.

Desde la perspectiva de los psicólogos sociales la intersubjetividad hace referencia a “fenómenos como la coordinación o el reconocimiento mutuo de creencias, disposiciones, opiniones...”⁶⁰ o bien, “La intersubjetividad constituye una característica del mundo social. El aquí se define porque se reconoce un allí, donde está el otro (...) La intersubjetividad, de alguna manera, implica el poder ponernos en el lugar del otro, a partir de lo que conocemos de ese otro, de lo que vemos en él.”⁶¹

Así mismo, Alfred Schütz, menciona, “Mi mundo cotidiano no es mi mundo privado sino más bien un mundo intersubjetivo; la estructura fundamental de su realidad consiste en que es compartido por nosotros.”⁶² Es decir no somos seres autónomos, porque nuestra propia cotidianidad es una construcción de lo vivido con los otros.

Tal intersubjetividad de la cual habla Schütz, tiene cabida en el mundo de la vida cotidiano, el cual se define como:

La región de la realidad en que el hombre puede intervenir y que puede modificar mientras opera en ella mediante su organismo animado. Al mismo tiempo, las objetividades y sucesos que se encuentran ya en este ámbito (incluyendo los actos y los resultados de las acciones de otros hombres) limitan su libertad de acción (...) solo dentro de este ámbito podemos ser comprendidos por nuestros semejantes, y solo en él podemos actuar junto

⁶⁰ Eduardo Crespo, Carlos Soldevilla, *La constitución social de la subjetividad*, Madrid, Catarata, 2001, p. 202.

⁶¹ Marta Rizo García. “Alfred Schutz y la teoría de la comunicación”, [en línea], 50 pp., Argentina, *Question, Razón y Palabra. Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación*. No 57, 2007, http://perio.unlp.edu.ar/question/numeros_anteriores/numero_anterior15/nivel2/articulos/ensayos/rizogarcia_1_ensayo_15invierno07.htm, [consulta 3 de septiembre 2013].

⁶² Alfred Schütz, Op. Cit., p.26.

con ellos (...) el mundo de la vida cotidiano es por consiguiente, la realidad fundamental y eminente del hombre.⁶³

En el mundo de la vida cotidiana los sujetos se asumen como tales gracias al cúmulo de experiencias propias y ajenas que lo hace partícipe de una realidad. Por ello, la interpretación de una forma simbólica está sujeta a un proceso intersubjetivo, ya que el creador y su obra, cobran sentido por la interpretación que el público construye.

La base esencial es el pintor, el creador de significados, interprete, el *virtuoso*, “El artista es el sujeto que facilita con su tarea la vivencia o experiencia estética, es el realizador que ejecuta la obra dotándola de realidad concreta, material o específica, el que entrega al espectador, destinatario o público un mensaje. El artista hombre dotado por la naturaleza y la experiencia histórico-social emplea sus capacidades para darnos una particular visión del mundo que nos rodea.”⁶⁴

José Antonio Dacal, citando a Samuel Ramos en *La estética general*, destaca que el artista tiene características específicas que lo hacen diferente de los demás sujetos, como: La memoria prodigiosa para recordar detalles, la *fantasía* “una facultad intermedia entre la teoría y la práctica cuyo fin es producir la obra artística”⁶⁵ y la *voluntad artística*, “el artista con su actividad busca expresar un ideal estético mediante su estilo y de acuerdo a múltiples factores como los sociales, materiales, técnicos y sus propios recursos.”⁶⁶

Esta voluntad puede ser: *figurativa* (semejante al mundo natural) o *abstracta* (búsqueda de nuevas imágenes) y ambas tienen como fin un *ideal estético*, condicionado por dos factores: la proyección sentimental, y la abstracción.

Hablar sobre las características que un artista tiene, implica destacar aquellos rasgos de personalidad que lo distinguen de los demás y cuyo tema ha sido

⁶³ *Ibíd.*, p.25.

⁶⁴ José Antonio Dacal, *La estética general*, México, Porrúa, 2003, 2ª ed., p. 452.

⁶⁵ *Ibíd.*, p. 319.

⁶⁶ *Ídem.*

tratado por múltiples autores en diferentes ramas de la ciencia, por ejemplo “Schiller habla de ‘ingenuos’ y ‘sentimentales’. Los primeros identificados con la naturaleza y los segundos consigo mismo. Uno más objetivo y otro más subjetivo (...) Nietzsche habló de ‘apolíneo’ y ‘dionisiaco’. El primero con un ideal reflexivo, medio, equilibrado, armonioso. El segundo, apasionado, entregado a los deseos, los instintos, sentimientos más que a la razón.”⁶⁷

Sin duda es un tema polémico, pero lo cierto es que las expresiones que el artista realiza se basan en su personalidad, la cual se fundamenta y se construye por muchos factores, como experiencias cotidianas, tradiciones, costumbres, contextos, genética, etcétera.

Crear, sirve para asumirse como un sujeto que se comunica a partir de su contexto social y sus interacciones cotidianas, “Del que imagina (el soñador) del que vive en el mundo de la imaginación no podemos decir que postula ficciones como ficciones; más bien ha modificado las realidades efectivas, realidades efectivas como si... ‘Sólo el que vive en la experiencia y a partir de ello se hunde en la imaginación’ con lo cual la imaginación contrasta con lo experimentado, puede tener los conceptos de ficción y realidad efectiva.”⁶⁸

Una vez concluido el proceso subjetivo del artista, la creación es tangible, el proceso intersubjetivo hace partícipe a un sujeto más, el público, consumidor, espectador o interprete.

Las vivencias adquieren sentido por vez primera cuando son explicadas *post hoc* y se hacen comprensibles para mí como experiencias bien circunscritas (...) solo en la explicitación mi propia conducta adquiere sentido para mí. Pero, a su vez, la conducta de mis semejantes se me hace inteligible mediante la interpretación en mis acervos de conocimiento (...) por lo cual acepto como dado la posibilidad de su conducta con sentido. Además que mi conducta puede ser explicitada por él como provista de

⁶⁷ Ibídem, p.321.

⁶⁸ Alfred Schütz, Op. Cit., p. 49.

sentido en sus actos de interpretación, y 'sé que él sabe que yo sé'. El mundo de la vida cotidiana es, por tanto fundamentalmente intersubjetivo.⁶⁹

Es este sujeto quien a partir de sus experiencias, las experiencias del artista, y las que la obra le genera, lo va a contemplar o incluso gozar, y hará que el artista pueda reafirmarse como tal, pero ¿Quiénes son o pueden ser espectadores?

Se afirma que cualquier persona en adecuadas condiciones físicas y mentales puede ser espectador. Sucede esto cuando el sujeto ha satisfecho las necesidades más urgentes de la vida, y puede dirigir parte de su energía a disfrutar la expresión estética. A parte de ese momento el espectador está interesado de algún modo por la vivencia estética, de otra manera no entra en relación con el arte (...) pero este interés se profundiza y aumenta con el estudio, el análisis de la obra, con el constante acercamiento y contacto con las obras de arte, en una palabra mediante la educación artística o estética que tiende a desarrollar todas las facultades de percepción sensible.⁷⁰

Un espectador puede ser sólo un consumidor que no conoce más allá de lo que se le presenta, pero también existen aquellos que a lo largo de sus vidas se han dedicado al estudio del arte, a la colección o interpretación y por ello la relación entre el artista y él, logra fingirse más cercana.

Algunas clasificaciones los reducen a tres tipos: cultos, ilustrados o heterogéneos, en el cual ser 'culto' implica tener mayor conocimiento en el arte que en el último tipo donde los conocimientos son mínimos y "se guían por un criterio sensacionalista, propagandístico o de consumo."⁷¹

La siguiente relación intersubjetiva se dará con la obra o bien "la experiencia estética" dada por el artista y recibida por el público, la cual tendrán cabida en el

⁶⁹ *Ibídem*, p. 36.

⁷⁰ José Antonio Dacal, *Op. Cit.*, pp. 327-328.

⁷¹ *Ibídem*, p. 331.

“ámbito del sentido de la fantasía artística”⁷² es así y ahí donde puede causarnos sentido una creación ajena a nosotros.

Una experiencia estética es un acto puramente humano que posee una “realidad objetiva” que “nace en la intimidad o conciencia de su creador, quien busca a través de medios externos o materiales hacerla presente o comunicarla a los demás. Esa relación entre un creador y un destinatario es por medio de la vivencia estética.”⁷³

Esta experiencia estética es el vínculo entre la creación, el creador y el consumidor y por ello depende de la subjetividad e intersubjetividad propia de cada individuo y sociedad. Existe según José Antonio Dacal dos formas de entender la experiencia estética: La interna, donde se dan “el conocimiento inmediato de los hechos dentro de nosotros”⁷⁴ y la externa “el conocimiento adquirido por los sentidos externos o periféricos al sujeto.”⁷⁵

La experiencia estética, está sujeta a muchos factores, pero el más importante es como se percibe, por ello se puede considerar bajo dos aspectos, a) subjetivamente: “son objeto de la experiencia interna o de la conciencia”⁷⁶ y b) Objetivamente: una representación que es asociada con el mundo exterior del individuo.

Relacionarse, interpretar o comprender la obra de arte, el público y al creador, no siempre es un acción exitosa que satisface a las tres partes del proceso, ya que puede ir como lo dice Plazaola de un *raptó estético*, el desprendimiento de uno mismo para sumergirse con la obra y la intensión del artista, a la *vivencia estética* que se da con limitantes espaciales y temporales, concluye, es una función de intuición y sentimientos.⁷⁷

⁷² Alfred Schütz, Op. Cit., p. 72.

⁷³ José Antonio Dacal, Op. Cit., p. 235.

⁷⁴ *Ibíd*em, p.74.

⁷⁵ *Ibíd*em, p.75.

⁷⁶ *Ibíd*em, p.77.

⁷⁷ *Ibíd*em, p.238.

La intersubjetividad en el arte se entendería entonces, a partir de tres factores, el artista, el espectador o sujeto interpretante y la obra, los cuales se acompañan de tres momentos:

- 1) El acercamiento del artista con su obra: lo subjetivo, el artista con sus métodos de creación, personalidad, contextos, pero sobre todo sus experiencias y la de los otros sujetos, se convierten en la base principal del proceso, ya que es el proveedor (en este caso) de la forma simbólica.
- 2) La presencia del espectador: provisto de sus propias experiencias, interpretará, la interpretación del artista, lo subjetivo se pondrá en común.
- 3) La experiencia estética: el proceso de intersubjetividad del artista con su obra hace acto de presencia aquí, ya que las interpretaciones, sensaciones y percepciones generadas por una obra, son conducidas a través de una experiencia estética fructífera o no, culta o no, que se pondrá en común para la sociedad.

Sin embargo es importante recordar, que como se ha visto en los apartados anteriores, las obras de arte al entrar en contacto con estos elementos y procesos, no garantiza que el sujeto entienda una obra, o que la intencionalidad inicial se lleve a cabo con éxito, depende de muchos factores y características del contexto y del propio consumidor cultural.

Los sujetos como seres humanos pertenecen a una sociedad que se establece en una cultura, la cual a través de fenómenos culturales que van desde un ritual hasta una obra de arte se ven cargados de significados, por provenir de un ser social que interpreta y a su vez es interpretado en un mundo de la vida cotidiano, donde compartir sus creaciones son la confirmación de ser un sujeto que vive y se encuentra en una realidad.

Estos fenómenos culturales son nombrados formas simbólicas, las cuales son constructos de experiencias propias y compartidas que a su vez tienen una

intención, son convencionales, refieren algo de alguien, están estructurados y se ubican en contextos sociales, económicos y políticos.

Debido a lo cual podemos confirmar que una obra de arte es una forma simbólica, una forma simbólica que al ser presentada y compartida se transforma de una actividad intersubjetiva, ya que es puesta en común para generar experiencia nuevas previas a las que se poseen de manera individual, pero para llegar a este momento se requiere primero de un proceso subjetivo que inicia en el artista, la actividad creadora de éste, dependerá de muchos factores como su personalidad, su *genialidad*, su contexto cotidiano, pero sin duda alguna de sus experiencias y las que ve en el otro.

Una vez llevado a cabo el proceso subjetivo, la unión del artista con su obra, vendrá el momento intersubjetivo, donde la creación y el creador serán interpretados por un público, que dotado de sus experiencias y de sus muchos o pocos conocimientos y acercamientos con el arte, entenderán medianamente o no, lo que el artista “quiso decir”.

Este proceso intersubjetivo se verá reflejado en una “experiencia estética”, que algunos consideran exitosa al lograr que el espectador se desprenda por completo de sí mismo para dejarse llevar por las formas, los colores o la intencionalidad de la obra, o nula al quedarse sólo en la percepción del momento.

Pero la experiencia estética no se vive de igual manera en un consumidor cultural o un crítico del arte, *amante*, coleccionista, un monopolio de comunicación o una industria de la cultura, el valor, la intencionalidad, el efecto, dependen de los “gustos sociales adquiridos”, del nivel de cultura, del contexto social, económico y político, de la experiencia, del sujeto, incluso del nivel de estudios y del interés.

No todos perciben o consumen el arte de igual manera y mucho de eso se debe a una industria que establece reglas, límites y crea bajo su conveniencia la mirada con la que una obra de arte debe verse.

El que las industrias se hayan integrado al arte no es un suceso actual, desde sus inicios se han involucrado, porque son indispensables, pensándolo como un objeto que necesita recursos para generarse, pero el pronto interés de la industria del entretenimiento, la llamada industria cultural, ha intervenido tanto en el arte que incluso el propio artista ha cambiado.

Ha cambiado el arte en su forma de percepción, en su función, efecto y valor, las formas de presenciarla, admirarla y tenerla se han facilitado tanto, que uno puede sentir la obra como propia, llevándola en un llavero, playera o aplicación cibernética, reproducirla en cuanto material, forma y objeto se desee, sin siquiera entenderla, o entenderla de más.

La obra de arte se hace un objeto-mercancía-fetiché, que debe tener un uso, o por lo menos considerarse un “bien cultural”, clasificando bajo los estándares mercadotécnicos, “cuanto más cara, de mayor calidad”, y convirtiendo al artista en celebridad.

Cuando la industria del entretenimiento estandariza la cultura, la apreciación del arte se transforma, las obras artísticas se reproducen ininidad de veces, ampliando su traducción e interpretación, pero disminuyendo las posibilidades de intimar con la obra, de conocer lo que Walter Benjamin describe como el *aura* del arte, “un entretelado muy especial de espacio y tiempo: apareamiento único de una lejanía, por más cercana que pueda estar.”⁷⁸

Así pues, el arte se ve condicionado a los estereotipos culturales de la industria, incitando a la destrucción del *aura*, o a su olvido, la importancia se centra en el objeto de culto por sí mismo, en lo que representa o busca decir, por lo cual el deseo de tenerla aumenta, el consumo se masifica y su “popularidad” lo introduce en el mercado del arte, ahora bien, ¿Cómo sucede esto? Todo responde a un proceso que parte de la creación y culmina en la trascendencia de los años, para ello ocuparemos el siguiente acápite.

⁷⁸ Walter Benjamin. Op. Cit., p.47.

II. Francisco de Goya

En el presente capítulo se hablará de Francisco de Goya y Lucientes, pintor y grabador español del siglo XIX, quien a lo largo de su vida cobró una gran relevancia artística por pinturas como *La Maja Desnuda*, *El 2 de mayo de 1808 en Madrid*, *Las pinturas negras* o grabados como, *Los caprichos* y *Los desastres de la guerra*.

Goya se ha convertido en un referente de la historia del arte, sus creaciones pensadas como una actividad intersubjetiva se manifiestan como formas simbólicas de él mismo y su contexto, permitiendo a través de una incesante industria cultural que evoluciona tan rápido como la tecnología, compartir en diversos formatos, materiales y costos a Goya y su obra, industria que en su afán de “difusión” hace del pintor un consumo cotidiano accesible, por ello analizaremos cómo fue su arribo al mercado de la cultura y el camino por el cual tuvo que transitar, partiendo desde la vida del pintor hasta su inserción en la industria cultural.

Será así que en el apartado, “Breviario de vida del pintor” se hará una crónica de los datos relevantes sobre la vida del español, la personalidad y genialidad del hombre hasta llegar a su muerte, a la par los asuntos histórico- sociales, políticos y económicos que ocurrían en la España de aquel momento ayudarán a contextualizar las creaciones del artista, siendo en el acápite “La pintura en Goya”, reconocidas por etapas que van desde los encargos de la corte hasta, *La lechera de Burdeos* que responde como última creación de su autoría.

A pesar de los años sucedidos, la evolución obligada de la sociedad y la integración desmedida de la industria cultural en el arte, el español ha trascendido y se ha convertido en un pintor mundialmente reconocido, por ello en “Trascendencia mundial e histórica” se hará referencia al legado que dejó y por medio del cual podemos hoy por hoy saber de su existencia y finalmente en “Goya como producto cultural”, se analizará la integración del artista con su

público, pero sobre todo la labor de la industria cultural para perfilar al artista español en su fila de *famosos*, y poder venderlo en tantas facetas, productos y formas se requiera, un Goya como mercancía, como oferta y demanda en un amplio mercado del arte.

1. Breviario de vida del pintor

Francisco de Paula José de Goya y Lucientes artista español, nace un 30 de marzo de 1746 en un pueblo llamado Fuendetodos, aunque más tarde se iría a vivir a Zaragoza. Su madre fue Gracia Lucientes y su padre José Goya un artesano dorador, tuvo seis hermanos de los cuales dos morirían en la infancia.

Descendía de los *hidalgos rurales de Aragón* un título de “nobleza” española que no traía ningún beneficio, ni económico, ni social, por ello su padre poseía un humilde taller, además nació en una España rural que cruzaba un “puente de transición tendido hacia la configuración urbana. La transformación industrial no llegaría hasta el siglo siguiente.”⁷⁹

La proximidad con su padre dorador permitió que Goya se interesara por el arte pero, sería en el inicio de sus estudios académicos cuando notaría su facilidad por el dibujo, por lo cual sucede su primer acercamiento con el arte a los 13 años en el taller del pintor José Luzán Martínez. Allí permanecería por un periodo de cuatro años y donde también se cree, se dedicaba a copiar obras de grandes pintores de aquella época.

Varios autores afirman que Luzán Martínez siendo un pintor Aragonés de gran importancia para la segunda mitad del siglo XVIII, no fue el mejor maestro para Goya por dos *inconvenientes*: “de un lado, se había formado en Nápoles entregado a copiar y reproducir las obras maestras disponibles, con lo cual no había potenciado su creatividad; de otro, por su probidad moral el Tribunal de la

⁷⁹ Francisco Alonso-Fernández, *El enigma Goya. La personalidad de Goya y su pintura tenebrosa*, España, Fondo de Cultura Económica, 2005, 2ª edición, p. 29.

Inquisición de Zaragoza le había designado ‘revisor de las pinturas deshonestas’, o sea que era un censor de la Inquisición.”⁸⁰

En 1763 Goya decide partir a Madrid lugar donde encontrará un nuevo maestro, Francisco Bayeu pintor de la cámara del Rey, aunque su relación no fue tan placentera. Por aquel año, Goya participa en un concurso de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando de Madrid y lo intenta por segunda ocasión en 1766 sin mayor éxito.

Ahora mismo el rey Carlos III apoya e impulsa la cultura y se hace rodear de intelectuales y artistas, para glorificarse, “numerosos artistas son llamados desde Francia, pero sobretodo de Italia, para dar ilustre a la ciudad, que se adorna con grandes palacios, paseos y parques y adquiere la monumentalidad propia de la capital de un reino moderno.”⁸¹

Carlos III modificó la España conocida desde Isabel la Católica, causando polémica en algunos círculos de la aristocracia:

Funcionarios expertos, de extracción universitaria, ocuparon cargos en lugar de miembros de la nobleza, con lo cual se realizaron reformas en las estructuras del Estado y de la producción del país. También se acometió la modernización de la red viaria, así como la reforma y vigorización de la hacienda, gracias a los decretos de libre comercio entre España y América. (...) Se expulsó a los jesuitas, se vigorizó el comercio en toda la península (...) se creó el Banco de España y se hicieron las primeras emisiones de papel moneda.⁸²

Bajo estas circunstancias Francisco de Goya estaba teniendo su más próximo encuentro con el arte, a pesar de no haber tenido éxito en el concurso de Madrid, viaja a Italia donde admira las grandes obras de pintores italianos como Caravaggio, sus cercanía con artistas de *Via Condotti* lo conducen a participar una

⁸⁰ Ibídem, p. 35.

⁸¹ Mariarosa Schiaffino, *Goya. El arte de la vida y de la historia*, México, Serres Oceano, 1999, p.9.

⁸² Ramón Cote, *Francisco de Goya. El pincel de la sombra*, Colombia, Panamericana, 2005, pp. 20-21.

vez más a otro concurso, el de la Academia de Parma, recibe el segundo lugar, “En este certamen tuvo un impacto suficiente para ocasionarle una regresión o retroceso en su marcha artística ascendente y pudo llevarle a aceptar el sometimiento de su excelsa individualidad pictórica al gusto de los demás.”⁸³

Después de un año de estancia en Italia, regresa a España donde recibe el primer encargo importante, la decoración de la bóveda de una de las capillas de la basílica del Pilar Zaragoza, continuamente Goya sigue pintando encargos para los aragoneses, y es en 1763 cuando contrae matrimonio con la hermana de Francisco Bayeu, Josefa. “El parentesco con Francisco Bayeu, su maestro, le sirvió cuando menos para a partir de 1775 comenzar a realizar óleos para la Real Manufactura de Tapices.”⁸⁴

Una vez casado, Goya se instala en Madrid donde se hace parte de la Real Fábrica de Tapices de Santa Bárbara ya que Mengs, primer pintor de la cámara, le hace unos encargos. Durante 1775 y 1784 que Goya tiene cinco hijos, de los cuales cuatro morirían en la infancia, sobreviviéndole sólo el último, Javier.

En 1779 muere Anton Raphael Mengs, y para ocupar su puesto es candidato y posteriormente elegido Goya, haciéndose miembro de la Real Academia de San Fernando, donde conocerá a Jovellan, un ministro de gran importancia en España. “Desde su ingreso como miembro de esta corporación, comienza a escribir su apellido como ‘de Goya’.”⁸⁵

La cercanía con grandes aristócratas de la época que admiraban sus obras, le dan la oportunidad de ser nombrado pintor del Rey en 1785, posteriormente pintaría a Carlos IV cuando éste sucede a su padre en el trono, obteniendo el grado de pintor de cámara “mantener asiduo trato con la familia real para inmortalizarla sobre el lienzo y recibir una compensación segura: éste es el privilegio de que

⁸³ Francisco Alonso-Fernández, Op. Cit., p. 38.

⁸⁴ *Ibidem*, p. 39.

⁸⁵ *Ídem*.

disfruta Goya como 'pintor de cámara' cargo que hoy podría equivaler al de 'fotógrafo oficial' de un poderoso personaje.”⁸⁶

La sucesión del rey, transformó la España que Carlos III había construido o por lo menos soñado, esas ideas de justificación racional y científica a los hechos más que a la religión, estaban siendo revolucionarias, ampliar la agricultura y apoyar más la comunicación viaria, prometían una prospera evolución para el país pero, los intereses de Carlos IV eran muy distintos a los de su padre. “Las tímidas conquistas ilustradas, la fe —y la necesidad— en el progreso, la razón como una nueva luz —en contra de una arraigada tradición de supersticiones religiosas— poco a poco fueron cayendo como naipes de lo que pudo haber sido una baraja formidable.”⁸⁷

A Goya le comenzó a molestar ser pintor de la cámara. Se le adjudicaron labores que no le correspondían, pero cumplía para no perder el salario, “su asiduo trato con la Corte y especialmente con el entorno más estrecho del Rey, le revelan lo que hay detrás de las luces, los oros y el lujo, es decir, el capricho, la corrupción, la lujuria y el engaño. La visión se vuelve desencantada y la adulación más o menos evidente que entraña su cargo, le resulta cada vez más pesada. Como artista quisiera ser libre, no cortesano.”⁸⁸

Por tal desencanto, el pintor español pide licencia para viajar, primero a Valencia y después a Andalucía. Su salud comienza a deteriorarse “Estuvo dos meses en la cama con «dolores cólicos» y con toda probabilidad tenía el llamado «cólico de Madrid», peligrosa enfermedad muy difundida en la capital por entonces, a resultas de la frecuente contaminación metálica en la preparación de la comida y

⁸⁶ Mariarosa Schiaffino, Op. Cit., p.26.

⁸⁷ Ramón Cote, Op. Cit., p.21.

⁸⁸ Mariarosa Schiaffino, Op. Cit., p.26.

la ingestión del plomo usado en los barnices de la cerámica y las soldaduras de las cacerolas.”⁸⁹

Sin embargo es en Cádiz donde su salud empeora, quedando sordo:

No se sabe cuál fue el motivo de esta enfermedad –unos dicen que por haber hecho una fuerza extrema durante un concurso de carretillas, otros que por una enfermedad venérea mal curada la cual se manifestó entre 1792 y 1793 (...) Esto, evidentemente, no explica pero sí nos pone en órbita de un problema que lo hunde, que lo arroja al abismo de sus pensamientos, abismo cada vez más hondo y pensamientos cada vez más confusos. Pero el talento, la tenacidad y la convicción de Goya hacen que él sea superior a sus limitaciones.⁹⁰

Si bien es cierto que la enfermedad lo hundió por algunos meses provocando su exilio y cese a la labor de pintor español, Goya regresó en 1795 con el puesto de, “Director de pintura en la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando”, recibiendo la admiración de la realeza, y consiguiendo a su mando más encargos.

Por ese año también, el artista español se mudó a la casa de la duquesa de Alba en Andalucía, después de que ésta perdió a su marido, y con la cual se rumora, tuvo una relación afectiva, “La duquesa ha sido responsable de que a Goya se le hayan inventado todo tipo de leyendas sobre su relación, que a la postre han viciado muchas interpretaciones de las majas. Fue decisiva tal relación, pues, ya afectado por la sordera, pasó en 1796 diez meses en la finca de los duques de Alba.”⁹¹

No tenía dinero, Goya cruzó una etapa difícil y por ello acepto pintar la cúpula de la ermita de San Antonio de la Florida de Madrid, trabajo que resultaba bastante cansado y laborioso.

⁸⁹ Nigel Glendinning, “Goya y Lucientes, Francisco de”, [en línea], España, *Enciclopedia Online*, Museo del Prado, <http://www.museodelprado.es/enciclopedia/enciclopedia-on-line/voz/goya-y-lucientes-francisco-de/> [consulta 9 de octubre 2013].

⁹⁰ Ramón Cote, Op. Cit., pp. 27-28.

⁹¹ Ibídem, p. 32.

Una vez transitado este momento, Goya realizó una serie de 80 grabados, *Los Caprichos*, los cuales fueron censurados por la Inquisición, aun así el pintor continuó su labor retratando a la familia real, llegando a consolidarse como el mejor retratista de la aristocracia. Es en estos años conoció a Leocadia Zorrilla de Weiss, su amante.

La vida en España resultó difícil para el artista, sobre todo porque fueron años en los que cada vez su nación era más dependiente de Francia, una monarquía absoluta.

En 1806, España es invadida por Napoleón con el apoyo de Godoy, pero el pueblo se alza en violentos disturbios. El débil Carlos IV abdica a favor de su hijo Fernando VII que, a los pocos meses, es sustituido por José Bonaparte. A los graves acontecimientos que sacuden el poder corresponden desórdenes, represalias y sangre: en 1808 se produce el sitio de Zaragoza.⁹²

Al tener Napoleón el poder:

Se apresuró a proclamar una Constitución en la cual abolía la Inquisición y las alcabalas y le propinaba un duro golpe tanto al feudalismo como a la iglesia. Y como si fuera poco, proclamó los afamados *Derechos del hombre* (...) detrás de tanto ofrecimiento por construir una nación moderna se ocultaba la garra de la dominación francesa, y en vista de la presencia de los ejércitos franceses en territorio peninsular, no podemos más que rechazar la forma como éste realizó su hábil maniobra, nombrando a su hermano, José Bonaparte, rey de España.⁹³

España estuvo en el poder de los franceses, la sangre corrió sin control, como el 2 y 3 de mayo de 1808, momento crítico para el pueblo y para el pintor español,

⁹² Mariarosa Schiaffino, Op. Cit., p. 36.

⁹³ Ramón Cote, Op. Cit., pp. 22-23.

quien uso el suceso para plasmarlo y conmemorar a los caídos pintando *los fusilamientos*.

La cercanía de Goya con la guerra se hizo evidente en sus pinturas, y aún teniendo una relación muy pronta con la realeza, el artista, “está del lado de los hombres, es decir, del pueblo. Empieza a trabajar en *Los Desastre*. A lo largo de toda la guerra, pinta esencialmente sólo para sí mismo.”⁹⁴

No sólo este momento resultaba atroz por los suceso políticos, también porque en 1812 murió su esposa Josefa, con la que había vivido casi cuarenta años, sin embargo conjunto a su pérdida, nació su nieto Mariano, hijo de Javier, quien se había casado con Gumersinda Goicoechea.

A continuación, Goya se hizo pintor del nuevo Rey Fernando VII y el duque Wellington al que aborrecía, tras la expulsión de los franceses y la proclamación de la Constitución liberal.

El pintor español fue acusado de colaborar con los franceses, por ello fue llevado a juicio, del cual salió bien librado. Goya vivió un momento crítico, su salud era precaria pero seguía pintando prodigiosamente. En 1816 hace 33 grabados dedicados a la *Tauromaquia* y posteriormente adquiere la casa llamada *la Quinta del Sordo*:

Una casa a orillas del Manzanares, antiguamente ocupada por un hombre aquejado de sordera y que por esta razón era conocida como la Quinta del Sordo, Goya también lo es. (...) En 1819 se muda a vivir en la casa y cierra la puerta; en el interior de aquellas estancias, dejando fuera todo los demás, trabaja como un loco y toma la decisión de que sus lienzos sean las paredes revocadas. De esta manera, todo lo que va pintando vive con él, lo rodea, y alimenta los ojos de su espíritu.⁹⁵

⁹⁴Ibídem, p. 36.

⁹⁵Ibídem, p.52.

A sus setenta y dos años Goya entabla una relación con Leocadia Zorrilla de veintinueve años, casada con Isidoro Weiss, además madre de Rosario quien a ciencia cierta no se sabe si fue hija del pintor o de Weiss.

En 1823 Goya estaba muy enfermo, “tras una enésima revuelta política que desemboca en una nueva Constitución liberal y en la restauración definitiva de los Borbones en el trono, Goya cede a su nieto Mariano la Quinta del Sordo y se prepara para su voluntario exilio.”⁹⁶ Aunque era cuidado con esmero, el pintor decidió pedir una licencia de seis meses para “mejorar su salud”, el monarca lo aceptó y emprendió un viaje a Francia para luego quedarse en Burdeos.

Vivió en Burdeos cerca de cuatro años, donde su salud mejoró, permitiéndole viajar a España a pedir una pensión que le fue concedida alcanzando los 50.000 reales.

Goya regresó a Francia para pintar su último cuadro, *La lechera de Burdeos*.

16 de Abril de 1828, a los ochenta y dos años Francisco de Goya, en Burdeos Francia, pierde la vida tras meses de enfermedad.

Después de este recorrido bibliográfico, se establece el contexto histórico donde el pintor español halló la inspiración para sus creaciones y pudo desarrollar su profesión, dejando claro los procesos evolutivos que la sociedad española vivió, la transformación del pensamiento, y la misma apreciación de la vida.

2. La pintura en Goya

Francisco de Goya vivió en una época de transición, desde la severa inquisición hasta los ideales del romanticismo, incluyendo su vida personal donde experimentó variados estados de ánimo.

Fueron estos escenarios los que influyeron directa y/o indirectamente en el genio creador del pintor, y consolidaron su carrera en el arte, permitiéndose

⁹⁶ *Ibíd*em, p.57.

experimentar diversos estilos y técnicas, incluso, aseguran muchos de sus biógrafos, innovar, y casi en forma de augurio establecer los límites para corrientes artísticas que se aproximaban en años posteriores, por ello se indicará el momento pictórico por el que cruzaba el siglo y el pintor, ya que fueron su base para crear y hacer historia.

En el libro *Manual del arte Español*, se divide la época artística del siglo XVIII en dos corrientes o grandes bloques, de la tradición a la academia donde, “el primero comprende los primeros cincuenta años hasta la fundación de las academias en que la tradición barroca del siglo antecedente pervive en gran parte, aunque mezclada con las corrientes renovadoras que aportan los pintores cortesanos italianos y franceses. El segundo coincide con la implantación de los principios académicos y se desarrollo en la otra mitad del siglo.⁹⁷ Aquí mismo se destaca la abrupta intervención de Goya en la época, “la irrupción del indomable genio de Goya, que no participo decididamente de una ni de otra postura, pero que es el representante más genuino de la ilustración española en la que ésta tuvo de complejidad y de anticipación incluso del romanticismo.”⁹⁸

Para Juan J. Luna, un biógrafo especialista del pintor, las corrientes estéticas por las que Goya, atravesó fueron:

La corriente decorativa de un barroco que iniciaba su proceso de descomposición y ejecutó obras en un estilo que unas veces se aproximaba al clasicismo del XVII y otras le vinculan a cierto rococó. Sobrevivió a la fosilización del academicismo y a la omnipresencia del mundo neoclásico, creando un estilo propio y personal de inclinación al barroquismo sin abarrocarse (....) con sus últimas obras penetró ampliamente en los nuevos conceptos sociales y pictóricos del siglo XIX y prefiguró, en cierta medida,

⁹⁷ Manuel Bendala Galán y otros. *Manual del arte español*. Madrid, Sílex, 2003, p. 718.

⁹⁸ Ídem.

muchos de los avances artísticos innovadores del siglo XX, dentro de la figuración incluso en aspectos de lo no figurativo.⁹⁹

Goya transitó diversos géneros artísticos, además logró que sus obras trascendieran históricamente, consiguió destacar entre los nobles y la realeza del siglo XVIII y XIX, para esto recorrió un camino precedido por pintores como Caravaggio y Diego Velásquez que incluso lo inspiraron en muchas de sus grandes obras “Otro maestro al que Goya aprecia de modo especial: Diego Velázquez. Durante sus años en el taller de Luzán se había dedicado a estudiarlo, copiando apasionadamente las obras del gran pintor.”¹⁰⁰

La historia de Goya como pintor, como ya se había mencionado, inicia en el taller de José Luzán Martínez donde practicó copiando estampas, situación muy común en aquella época, durante años permaneció en aquel sitio hasta su participación nada fructífera en los concursos de la Real Academia de San Fernando,

El artista no contaba con mucho prestigio ni técnica, algunos investigadores aseguran que su paso por el taller de Luzán no fue muy fructífero por sólo tratarse de replicar obras, sin embargo sí resultó un impulso para abandonar España y visitar Italia donde participó por tercera ocasión en un concursó de la Academia de Parma pintando un tema mitológico, *Aníbal vencedor, que por primera vez miró Italia desde los Alpes*, (1770-71), y aunque fracasó de nuevo, fue reconocido por la academia y se convirtió en discípulo de Francisco Bayeu.

En Europa durante esta época, la situación artística era cobijada por la muerte del Rococó y el nacimiento del Neoclasicismo, justo en el año 1755 Johann Joachim Winckelmann considerado como el “precursor de la estética” pública importantes tratados sobre la imitación de las obras de arte griegas, afirmando “la imitación no debe ser entendida como una réplica estéril, sino más bien como una especie de inspiración, un modo de actuar a través de una observación en profundidad.”¹⁰¹

⁹⁹ Ramón Cote, Op. Cit., p.13.

¹⁰⁰ Paola Rapell, *Goya; un genio irónico en el umbral de la pintura*, Barcelona, España, Electa, 1998, p.12.

¹⁰¹ *Ibíd*em, p.14.

Mientras tanto el pintor italiano Tiepolo, considerado como uno de los máximos artistas europeos de aquel momento, culminó su carrera en España, pintando en el Palacio Real.

De manera autónoma, Goya regresó a Zaragoza donde pintó obras religiosas para la capilla del lugar, “El tema consiste en algunos ángeles que adoran el nombre de Cristo, suspendidos en un ligero y luminoso cielo de nubes de sabor tiepolesco, realizando con pinceladas largas y concesiones al estilo de Corrado Giaquinto, artista de formación napolitana y pintor de la corte española”¹⁰² resultó ser el mejor trampolín para su carrera ya que recibió más encargos para otras iglesias, haciéndose reconocer en toda la ciudad.

Cuando el artista contrajo nupcias con Josefa la hermana de Francisco Bayeu, su suerte cambió, ya que Bayeu después del fallecimiento de Tiepolo, obtuvo un puesto mayor en el senado de la corte teniendo a cargo decoraciones del palacio, iglesias y residencias reales.

Este hecho le brindó un lugar a Goya en “los jóvenes pintores” que suministraban los tapices reales, “aunque la fábrica madrileña fuera una de las más importantes de Europa, (fundada por el flamenco Jacob Vandergoten en 1720) Goya no se siente realizado profesionalmente, pues no le gusta que sus obras sean empleadas para un trabajo de gran artesanía por muy digna que ésta sea.”¹⁰³

Lo que Goya hacía junto con los demás pintores consistía en, “hacer bocetos y, una vez aprobados por la Corte, en trasladarlos a ‘cartones’, los lienzos con el formato definitivo que tendrán los tapices”¹⁰⁴.

Importante destacar que en esta época las “artes aplicadas” triunfaban, las cuales incluyen: “tejidos y tapices, muebles y decoraciones de interiores, estucos y *boiseries*, espejos y joyas, cerámicas y cristales, piedras preciosas y marfiles”¹⁰⁵,

¹⁰² Ibídem, p.16.

¹⁰³ Ibídem, p.20.

¹⁰⁴ Rose- Marie Hagen, *Francisco de Goya 1746-1828*, Kolin, Alemania, Taschen, 2003, p.7.

¹⁰⁵ Paola Rapell, Op. Cit., p.32.

la decoración ostentosa de las casas reales era la manera más común de progresar para un artista.

Durante este periodo el pintor español elaboró una serie de tapices referentes a la caza y pesca, hábitos que para el futuro Rey Carlos III le fueron predilectos y que para Goya le significaron un escalón más para ser reconocido.

Así por encargo de María Luisa de Parma el pintor plasma temas alegres y “populares” que se pueden apreciar en obras como: *El quitasol (1776-78)*, *La gallina ciega (1788-89)*, *El cacharrero (1779)*, *La novillada (1780)* entre otras.

Para ese entonces, en la segunda mitad del siglo XVIII, España vivió cambios importantes en el ambiente artístico, el pensamiento ilustrado se introducía con gran fluidez animando al gobierno a tener mejoras económicas y sociales, además se notaba un cambio de corrientes artísticas. “En la óptica cultural europea, son años de lenta transición del Neoclasicismo al Romanticismo, hijos ambos de esa Ilustración que gira en torno al hombre y que quiere que éste sea libre para expresar las facultades innatas durante tanto tiempo reprimidas: la razón y los sentidos.”¹⁰⁶

En ese periodo Goya comenzó a vivir eventos importantes, dejando atrás su paso por la tapicería, “Su ascenso queda oficialmente documentado con los títulos que le otorga la Corte: 1786 Pintor del Rey; 1789, Pintor de Cámara; 1799, Primer Pintor de Cámara.”¹⁰⁷

Los retratos de la realeza se hacen indispensables para obtener fama y dinero, el primero que elaboró fue del ministro real, el Conde de Floridablanca, después vendrían más como *La familia del infante don Luis (1788)*, *Los duques de Osuna con sus hijos, (1788)*, entre otros.

Goya creó un retrato que demostró la influencia del pintor Velásquez sobre su técnica, llamada, *La familia Carlos IV (1800-01)*, ya que de igual manera en *Las*

¹⁰⁶ Ibídem, p. 30.

¹⁰⁷ Rose- Marie Hagen, Op.Cit., p. 21.

meninas (1656 Velázquez), Goya “Se representa asimismo al borde del ilustre grupo pero mira hacia adelante como ellos, muestra su rostro, adquiere una postura erguida, como si formara parte de la familia.”¹⁰⁸

Siendo pintor de la corte, ya contaba con prestigio y aunque en el año 1778 su enfermedad se presentó con mayor intensidad, continuó pintando sus predilectos, los niños, “el tema ‘teniendo en cuenta que ha perdido cuatro hijos’ estará siempre en su corazón”¹⁰⁹, aunque también los seres monstruosos llamaban su atención.

Cuanto más se aceleró su enfermedad, Goya se acercaba a una autonomía como pintor, ya no sólo se dedicó a la corte real, creó también para satisfacer sus intereses, para responderse a sí mismo, “en 1793, también cede a sus visiones, a las fantasías de sus temores, a las imágenes que surgen de su interior. El desencadenante de esta nueva visión es una enfermedad que le lleva al borde de la muerte y que le deja como secuela la sordera.”¹¹⁰

Después de quedar sordo, Goya se enfrentó con rumores que aseguraban el declive de su carrera, sin embargo, muchos de los biógrafos del pintor afirman lo contrario, llegó el mejor momento de sus creaciones, porque los intereses eran propios y no un encargo previo.

En enero de 1794 anuncia algunas obras nuevas al vicedirector de la Real Academia de Bellas Artes. Goya subraya que se trata de cuadros ‘...en los que he logrado hacer observaciones a que regularmente no dan lugar las obras encargadas, en que el capricho y la invención no tiene ensanches’. Estas nuevas obras presentan un formato pequeño (en la mayoría de los casos 43x32 cm); es decir, no exigen esfuerzo físico. Entre ellas aparecen corridas de toros, *Un fuego de noche*, (...) el *Corral de locos*, (...) Una

¹⁰⁸ Ibídem, p. 21.

¹⁰⁹ Paola Rapell, Op. Cit., p.36.

¹¹⁰ Rose- Marie Hagen, Op.Cit., p.31.

lúgubre visión de cuerpos de personas sin razón humana, un marcado contraste con la galería de retratos de Goya.¹¹¹

El contexto artístico del momento se veía sustentado por el sueño europeo de crear museos públicos donde se apreciara el arte, además de la clara introducción del Romanticismo, donde el pensamiento “moderno” y “clásico” se verían interpuestos por el principio del *art pour l'art*, cuyo debate se basa en, “su creencia en valores irreales, que durante tanto tiempo había informado la producción artística, es combatido por los que se oponen a la belleza absoluta como hecho formal y externo y creen que ésta se encuentra en todo lo creado y que es tarea del artista superar cualquier convención.”¹¹²

Aunque el romanticismo tocaba las puertas de España, Goya siguió pintando retratos a personalidades importantes, principalmente por la paga, pero sus intereses como pintor comenzaron a ser otros, los asuntos reales ya le eran ajenos, por lo cual inició con la serie de grabados, *Asuntos de brujas (1798)* un encargo para la residencia campestre de los duques de Osuna y *Los Caprichos (1797-1798)*.

Los Caprichos, son una serie de 80 grabados hechos con la técnica del aguafuerte y aguainta combinados, “En este sentido, conviene hacer hincapié en el espectacular avance que supone esta colección desde el punto de vista de la técnica, máxime cuando el aguainta apenas se había desarrollado en España, ya que nunca contó con el favor de los profesores académicos de grabado.”¹¹³ Tal técnica permitía “obtener unos espléndidos claroscuros y acentuar las figuras del fondo de tal manera que resulten todavía más poderosas.”¹¹⁴

Estos temas en la serie contenían un alto grado de sátira y obsesión mental del pintor, como *El sueño de la razón produce monstruos*, donde aparece una leyenda que afirma “La fantasía abandonada de la razón produce monstruos

¹¹¹ Ibídem, p.31.

¹¹² Paola Rapell, Op. Cit., p.52.

¹¹³ Gloria Zea, *Goya, la mirada crítica*, Bogotá, Colombia, Panamericana, p. 31.

¹¹⁴ Mariarosa Schiaffino, Op. Cit., p.28.

imposibles: unida a ella es madre de las Artes y origen de sus maravillas”, o *Ahora sí que sientan bien, Que Dios la perdone, Era su madre*, entre muchas más.

Las imágenes resultaron ser fuertes para una época de represión, las temáticas como las supersticiones y la “locura” humana, no eran bien vistas, aunado a que en cada uno de los grabados, Goya les dio título y una frase que los caracteriza, (aún así muchos no son comprensibles el día de hoy), “El artista crica con dureza los vicios del poder laico y religioso y los hábitos de la sociedad. De hecho, la novedad de este Goya va mucho más allá. El inconsciente entra en la historia de la pintura.”¹¹⁵ Los grabados fueron censurados y retirados por la inquisición.

Aunque las obras apartadas de la corte no eran tan bien aceptadas, continuó creando desde sus pensamientos, hasta que de nueva cuenta, una de sus pinturas se ve envuelta en polémica, *La Maja desnuda (1800)*. Pepita Tudó, la famosa mujer desnuda que con mirada retadora muestra todo su esplendor, no es más que la amante del ministro Godoy, quien complacido pero consciente de las limitantes que sufriría la pintura por la inquisición, le pide a Goya hacerla de nuevo pero esta vez con ropa, así nace *La Maja vestida (1805)*, algunos historiadores afirma que debajo del sitio donde era admirada *La Maja vestida*, se encontraba secretamente la versión desnuda, para ser apreciada sólo en la intimidad.

Fue de nueva cuenta acusado ante la inquisición por su atrevimiento, ya que: “En la pintura española los desnudos femeninos escasean, pues se creía que su contemplación podía turbar a los observadores. Sólo Velasquez había pintado una Venus sin velos, vista de espaldas. Pero su imagen inmersa en el mito pertenecía al mundo clásico, no era real. Goya, un siglo y medio más tarde, transgrede las reglas: la hipocresía no es propia de él, el realismo es el estilo y el contenido de su arte.”¹¹⁶ Gracias a sus contactos con la corte, la acusación no llegó a más.

El pintor español comenzó a alejarse más de los nobles y la realeza, vio destrozado a su país por la rotunda invasión Napoleónica y creó, *El coloso (1808-*

¹¹⁵ Ídem.

¹¹⁶ Ibídem, p. 40.

1810) que “relata el encuentro espantoso de la gran caravana con el gigante, que, de improviso, se alza descomunal detrás de la colina, dándole la espalda.”¹¹⁷

Para muchos, no es más que una representación de poder absoluto sobre el pueblo, sin embargo no se han encontrado documentos ni testimonios que avalen el momento creativo por el cual cruzaba el artista, “¿Es tal vez el dios de la guerra o la representación del genio de España y la fuerza del pueblo? Son muchas las interpretaciones porque, si bien se mira, el coloso no es tan espantoso como parece. Lo cierto es que resume en sí el drama vivido por España. Goya mezcla realidad y fantasía, con un efecto de extraordinario magnetismo.”¹¹⁸

Era un momento crítico, los españoles luchaban por recuperar su poder y Napoleón por mantenerlo, existieron días de completa violencia, escenas tenebrosas que los pobladores veían y vivían a diario, por ello cuando Fernando VII y el gobierno español en 1814 regresa al poder, Goya a manera de homenaje pintó, *Los fusilamientos del 3 de mayo* y *El 2 de mayo de 1808: lucha contra los mamelucos*.

La historia de estos dos cuadros se basa en las imágenes que observó por las calles el pintor español, “Los días 2 y 3 de mayo de 1808 son los más dramáticos de todas las vicisitudes del pasado de los franceses en España (...) La insurrección estalla con violencia; al día siguiente los franceses dominan de nuevo la situación, toman posesión del tribunal militar y los insurgentes son fusilados por centenares. Basta con ser detenido con un arma encima para ser ajusticiado de inmediato. Goya documenta esta absurda atrocidad.”¹¹⁹

El artista fue conmovido por la violencia que sufría su país, por ello durante el regreso al trono de Fernando VII él:

Presenta una petición para conmemorar ‘las gestas más valerosas y heroicas de nuestra gloriosa insurrección contra el tirano de Europa’,

¹¹⁷ Paola Rapell, Op. Cit., p.74.

¹¹⁸ Mariarosa Schiaffino, Op. Cit., p.50.

¹¹⁹ Ibídem, p. 46.

Napoleón. Su propuesta es aceptada (...) Ambas pretenden representar un momento de la historia reciente que ha marcado la reconquista del pueblo, pero también el comienzo de una terrible violencia. Los cuadros se exponen en el transcurso de las ceremonias conmemorativas del 2 y 3 de mayo.¹²⁰

Así durante un periodo de 10 años (1810 a 1820) Goya dio luz a otra serie de grabados titulados, *Los Desastres de la Guerra*, conformado por 82 piezas de cobre con aguafuerte y aguatinta, el primero titulado *Tristes presentimientos de lo que ha de acontecer*, se considera un augurio de lo que Goya pretendía realizar a través de las laminas.

El trabajo del artista en estos años puede ser dividido en tres etapas, la primera constituye de la estampa número 2 a la 47, donde se tocan temas relacionados a la violencia bélica, como la represión a las guerrillas españolas, la barbarie y violencia de las tropas napoleónicas sobre España, el saqueo y la huida del pueblo.

La segunda corresponde de la 48 a la 64, los temas de su inspiración eran sobre lo que sucedía en el momento, basta con describir el contexto que el pueblo español atravesaba “a partir de 1812, Madrid será incapaz de alimentar a toda esta población. La escasez de alimentos, unida al alza desmesurada de los precios producto también de la especulación, dejará desabastecida a la ciudad, y así el hambre se convirtió en el compañero habitual de sus pobladores. Y tras él, al igual que las plagas, llegaron las enfermedades y la muerte.”¹²¹

Será en la tercera parte donde titula los grabados como, *Caprichos enfáticos* que van de la 65 a la 80, y se muestran los resultados y consecuencias del final de la guerra, pero también del regreso al absolutismo, porque en este periodo, Francisco de Goya ya se encontraba más cercano al pueblo que a la monarquía.

¹²⁰ Ídem.

¹²¹ Gloria Zea, Op. Cit., p. 69.

Después de estos grabados, la salud del pintor ya era bastante complicada, pero no dejó de crear, así surgieron las 33 estampas tituladas *Tauromaquia* (1816), debido al fervor que el espectáculo provocaba al pueblo, pues éste lo usaba como una distracción, y los restos del animal como carne de suministro por la hambruna vivida después de la guerra.

Asimismo Goya fue un aficionado de tal disciplina, que gustaba explicar así en la prensa madrileña, “representan diversas suertes de toros y lances ocurridos con motivo de estas funciones’ en las diversas plazas y que se pretenden presentar su historia pues se da ‘en la serie de las estampas una idea de los principios, progresos y estado actual de dichas fiestas en España. Finalmente se resalta que las estampas son fáciles de entender pues ‘sin explicación se manifiesta por la sola vista de ellas.”¹²²

Cuando concluyó esta serie, Goya comenzó a pintar sus últimas obras, entre ellas una religiosa, titulada, *La última comunión de san José de Calasanz*.

Muy enfermo, en la Quinta del Sordo trabaja arduamente en la restauración de sus paredes, “En 1819 se muda a vivir en la casa y cierra la puerta; en el interior de aquellas estancias, dejando fuera todo lo demás, trabaja como un loco y toma la decisión de que sus lienzos sean las paredes revocadas, De esta manera, todo lo que va pintando vive con él, lo rodea, y alimenta los ojos de su espíritu. (...) Son obras delirantes y terribles: escenas de brujería, exorcismo y obsesiones.”¹²³

Es en esta residencia Goya pintó en los muros de sus habitaciones, al óleo y temple, *Las pinturas negras*:

Se trata de catorce pinturas al óleo realizadas sobre el revoco de las paredes del comedor y el salón de su casa. La técnica permitía, dada la lentitud del secado, un estilo espontáneo y la posibilidad de hacer modificaciones, en la planta baja el artista pinta *Leocadia*, los *Dos viejos*,

¹²² Gloria Zea, Op. Cit., p.98.

¹²³ Mariarosa Schiaffino, Op. Cit., p. 52.

Aquelarre y, enfrente, *La romería de San Isidro*. En el fondo, *Saturno y Judith y Holofernes*. En el primer piso, *Las Parcas y Asmodea* y, enfrente, el *Duelo a garrotazos* y *Un perro*. Finalmente, *Paseo del Santo Oficio*, *La lectura* y las *Dos mujeres comiendo*.¹²⁴

Se habla mucho de lo que representan estas pinturas, los colores que invaden los muros son penetrantes “dominan los tonos negros tan espesos como la pez, sobre los cuales destacan los blancos fríos, los rojos sangre, el ocre y los amarillos cual si fueran relámpagos de luz.”¹²⁵

Algunos afirman que es una manera de descubrir los estados de ánimo por los que pasaba el pintor, “Un examen más profundizado de la obra ha permitido establecer que, en un primer tiempo, Goya pintó en las paredes paisajes y otras escenas de relativa serenidad, pero después debió de ocurrir algo que modificó la situación. Tal vez los acontecimientos políticos, su crisis personal con el poder.”¹²⁶

Después de una nueva crisis de salud que logró superar, Goya le regaló la casa a su nieto, y elaboró veinticinco nuevos grabados titulados, *Los Disparates o Proverbios (1815-1823)* publicados póstumamente “Estas obras pueden situarse en la estela temática de los *Caprichos*. De ellas emerge la imagen de un ser humano débil, presa de los instintos más absurdos, estúpido, visionario y superficial. Contienen también una durísima crítica contra la iglesia.”¹²⁷

En Burdeos admiró los avances artísticos que Francia vivía “En 1824, cuando Goya llega a París, la capital francesa es también la capital mundial de la cultura, de la moda y, sobre todo, del arte.”¹²⁸ El ferviente aumento de museos hizo que artista como Delacroix y Constable, pintores que admiraba el español, fueran apreciados, y aunque Francisco de Goya no lo era en ese momento, su humildad le permitió apreciar y aprender de las creaciones de sus colegas.

¹²⁴ Paola Rapell, Op. Cit., p. 100.

¹²⁵ Mariarosa Schiaffino, Op. Cit., p.52.

¹²⁶ Ídem.

¹²⁷ Paola Rapell, Op. Cit., p.106.

¹²⁸ Mariarosa Schiaffino, Op. Cit., p.56.

Cuando se reunió con Leocadia en Francia, practicó una nueva técnica, “la miniatura en marfil” y aún en sus últimas obras teniendo una precaria salud, su ser creativo siguió laborando y alcanzando niveles profesionales muy altos, así pintó, *Goya atendido por el doctor Arrieta* (1820), dibujó *Aún aprendo* (1824), *Vieja en el columpio* y la considerada su última obra maestra, *La lechera de burdeos* (1827).

Goya estaba consiente del valor de la pintura y de él mismo, por eso se encargó de hacerle entender a Leocadia que el cuadro costaba más de una onza, y con justa razón pues muchos lo consideran como una obra preimpresionista, “ No es casual que *La Lechera de Burdeos* haya sido definida como una obra ‘preimpresionista’, a pesar de adelantarse en casi medio siglo al estallido de este movimiento que se propondrá, a través de la rapidez de la pincelada, la luz y el color, reproducir la impresión provocada por un tema captado de formas instantánea en una determinada atmósfera.”¹²⁹

Fue a su regreso de España en 1827, que pintó un retrato a su nieto Mariano, y así abatido por la edad y sus enfermedades, la vida del pintor terminó, no así el inicio de una leyenda.

3. Trascendencia mundial e histórica

El arte al ser un acto completamente humano y una formación colectiva de gustos y apreciaciones, se ha visto involucrado en el desarrollo de la historia de la humanidad, así desde la prehistoria vemos imágenes que trascendieron por siglos y con las cuales se documenta el paso de los años. “El hombre crea al mundo (el mundo huma cultural) y lo transforma continuamente, responsable de sus cambios, para bien o para mal. Ante las diversas condiciones sociales y económicas a través de la historia y sus consecuencias, el hombre sigue creando, y al crear transforma y trasciende al mismo mundo. En este contexto, el arte tiene una función dinámica dentro de la sociedad en la que surge.”¹³⁰

¹²⁹ Ibídem, p. 58.

¹³⁰ María de la Luz, Vázquez Segura, *Historiaria del arte*, México, DF, Cengage Learning, 2008, pp. 28-29.

Por si mismo el acto de creación es un referente a la trascendencia cotidiana, todos los seres humanos forman parte de la historia, la construyen y transforma siempre, pero, justo en esa evolución hay cosas, momentos y personajes que se mantienen en el imaginario colectivo, que se consideran un documento histórico por haber sido claves necesarias para un cambio mediano o masivamente importante, así hay presidentes, luchadores social, actores, y por supuesto artistas, que son recordados por generaciones.

Ser incluido en la cronología para entender la historia del arte, es un duro trabajo que no todos logran cumplir, pero hay quienes si lo hacen como Francisco de Goya, considerado y requerido por muchos burgueses, nobles e incluso reyes para pintar retratos y tapices.

Ahora el pintor es parte de los libros de arte, de la colección de obras importantes en el Museo del Prado, en el Louvre, Museo de Wellington, en Montreal, en Francfort, y Florencia, ya es una colección altamente cotizada, su biografía un producto disponible para la industria de la cultura, es una figura famosa en casi o todo el mundo:

Goya es siempre actualidad cultural, traspasa todas las fronteras, es uno de los pocos artistas que está casi omnipresente. ¿Y por qué Goya está omnipresente? Creo que únicamente hay una respuesta: porque hay un enorme fervor del público por Goya. (...) Y habría que formular una segunda pregunta: ¿Por qué el fervor del público?, ¿qué tiene Goya de especial para que despierte interés? Fundamentalmente, porque toda la obra de Goya, y no sólo su personalidad contiene una enorme fuerza, es decir, las imágenes que se nos presentan tienen un enorme poder, y tienen este enorme poder porque proponen muy variadas lecturas.¹³¹

El pintor español no sólo perduró en la memoria de la sociedad, también es parte fundamental de la concepción de la historia de la pintura. Para entenderlo primero

¹³¹ Gloria Zea, Op. Cit., p.17.

será indispensable concebir que en sus años ser el pintor oficial de la corte era un cargo muy importante.

La pintura y grabado fueron una forma de inmortalizar el momento o al sujeto, por supuesto antes del invento de la fotografía, pero, ¿Por qué Goya lo logró? Algunos autores afirman que es por su profunda manera de comunicar ya que lo mismo podía pintar para un rey, una iglesia, o algún tema popular, e incluso retratar oscuras pesadillas. “Cuando se habla de Goya, lo primero que hay que decir es que hay muchos goyas, y que son distintos. Está el Goya que se presenta como un artista amigo de los intelectuales y comprometido con la política ilustrada (...) por otro, lado hay otro Goya, quizás menos conocido: el Goya amante de la cultura popular.”¹³²

Difícil pensar que un pintor dedicado a la corte y cuyas obras autónomas a cualquier encargo siendo censuradas o poco vistas por el público de ese tiempo, ahora resulten más vistas o sean consideradas como “de las más famosas”. “Goya quería que su obra se conociera pero, en realidad, en su época no hubo difusión (...) No es difícil suponer que sabía que estas obras actuarían como una bomba de relojería; no se propagaron mientras vivió y sufrió por ello, pero estas obras van a tener, a lo largo del siglo XIX y del siglo XX, una enorme repercusión como tales, gracias a los nuevos procedimientos de reproducción fotomecánica y electrónica.”¹³³

Tras su muerte, Javier Goya hijo único del artista, se lleva consigo todas las pinturas a España, y fue ahí donde comenzaría la aventura de supervivencia del artista y sus obras. Lo más sensato para proteger las creaciones y difundirlas por lo menos durante el siglo XIX, era llevarlas a un museo, que gracias al modelo francés de “patriotismo artístico” se estaban construyendo los grandes museos de arte, entre ellos, el Louvre y el Prado, este último es la residencia oficial de la mayoría de pinturas y grabados del artista.

¹³² Ídem.

¹³³ Ibídem, p. 19.

Para que ello ocurriera, Goya tuvo que morir y pasar por múltiples dueños, coleccionistas y críticos, pues aunque ya tenía cierta fama nunca pudo ser miembro en vida de alguno de estos museos, inaugurados en momentos donde él continuaba creando y ya era “famoso”, “el viejo pintor español dedica gran parte de su tiempo en visitar museos. El Louvre es meta obligada y no sólo por las colecciones de arte clásico y las de los siglos XVII y XVIII. En el Salón Carré se celebran exposiciones periódicas de artistas vivos que constituyen una importante vitrina de las tendencias y las personalidades que poco a poco se van afianzando. (...) Sin embargo, el mundo cultural de la capital francesa sigue ignorando su genio.”¹³⁴

El arte continuaba siendo bastante elitista a pesar de las pretensiones de los museos de facilitar el acceso a las obras; se organizaban exposiciones que eran cuidadosamente selectivas por una comisión de la cual muchos artistas comenzaron a dudar,

Se imprimían catálogos de las obras que se presentaban y que sólo se aceptaban con el visto bueno de una comisión que tenía que salvaguardar la tradición de la ‘gran pintura’ y controlar la moralidad de cada una de las obras. En el siglo XIX se empezaron a poner en tela de juicio los criterios estéticos académicos y se iniciaron las discusiones acerca de la creatividad y libertad del artista y su función social. Pero el de los Salons es todavía un arte oficial, controlado por la Academia. Llegará un momento en que los artistas se rebelarán (...) organizarán Salons alternativos.¹³⁵

Ni siquiera era tomado en cuenta por estos Salons, Goya no figuraba como un genio de la pintura, era sólo uno más del oficio. A pesar de haber recorrido un largo camino y pintar para grandes personalidades de la época, como sucedió con muchos pintores de la historia, después de pasar desapercibido, sus creaciones una vez recolectadas, vendidas, compradas, prestas y copiadas, son los tesoros

¹³⁴ Mariarosa Schiaffino, Op. Cit., p.56.

¹³⁵ Ídem.

de museos en Francia, Gran Bretaña, USA, Canadá, Alemania, Italia y Suiza, además recorre países con exposiciones temporales, como México y Colombia.

Sin embargo es en el país que lo vio nacer donde la mayoría de sus obras son resguardadas y admiradas, “Más de la mitad de la vastísima obra de Goya se encuentra en Madrid, en iglesias, colecciones privadas, palacios, museos y, sobre todo, en el Museo del Prado. Éste es el lugar obligado para conocer a Goya, pues aquí se conserva más de una quinta parte de sus cuadros y una rica selección de dibujos y grabados (...) el conjunto más sobresaliente lo ofrecen sobre todo los pintores españoles: Velázquez, El Greco, Murillo, Ribera, Zurbarán y, como es natural Goya.”¹³⁶

El Museo del Prado tiene más de 100 obras en exposición de Goya como *La Maja desnuda*, *Cristo crucificado* y *Las pinturas negras*, las cuales tuvieron que ser trasladadas de pintura mural a lienzo, por el deterioro evidente que “la Quinta del Sordo” vivía, además de los grabados, dibujos y cartas que envió a su amigo Martin Zapater.

La introducción de Goya a los museos no es suerte de novato, hubo un trabajo constante, evolucionó y practicó como pintor de la corte, grabador y artista autónomo, las técnicas que uso eran innovadoras aunque poco apreciadas en la época.

Los críticos afirman que era un paso muy adelantado a la corriente del Modernismo a pesar de crear en pleno Romanticismo, “Pinturas de pequeño formato –cuadros de gabinete- y sobre todo dibujos y estampas constituyen el apartado en el que radica gran parte del espíritu moderno de su obra.”¹³⁷ Su técnica de grabado era tan valerosa por ser una práctica autodidacta, además de romper con la idea de éste ser un acto artesanal más que artístico.

¹³⁶ Ibídem, p. 60.

¹³⁷ Museo del Prado, *Goya en el Prado*. [en línea], España, *Estampas-Disparates*, http://www.museodelprado.es/goja-en-el-prado/obras/lista/?tx_gbgonline_pi1%5Bgo-collectionids%5D=29 [consulta 11 de noviembre 2013].

Al ser las pinturas y grabados menos publicitados en su época, tuvo que pasar muchos años para que llegaran al Museo del Prado, algunos pertenecen a donaciones y otros fueron rescatados.

Como cualquier pintor, Goya se dedicó a estudiar a famosos artistas que dejaron un legado antes de él, su favorito Velázquez, pero años e incluso siglos después el español sería el estudiado, y obras tan representativas del arte como *Ejecución de Maximiliano* (1867) de Édouard Manet y *Masacre en Corea* (1951) de Picasso, se basarían en las pinturas de los *Fusilamientos*, hechas años atrás por Goya.

Quizás la admiración de estos pintores por Goya fue un impulso para ser reconocido, pero también para ser imitado o copiado “a lo largo del siglo XIX y por la fama que adquirió el artista tanto en España como en otros países, comenzaron las imitaciones de sus temas, sobre todo de los de género, corridas de toros y asuntos dramáticos muy apreciados en el romanticismo, de los que el Prado guarda algunos ejemplos de interés, que ayudan a entender y aclarar la figura de Goya, así como su influencia en el trabajo de imitadores y seguidores locales, entre los que algunos fueron pintores de una cierta relevancia y personalidad, como Asensio Juliá, Leonardo Alenza, Eugenio Lucas y otros menores.”¹³⁸

El artista español fue tan versátil como su genio creador lo permitió, recorriendo etapas llenas de luz y otras de completa obscuridad, situación que le ha provocado tener múltiples lecturas de su trabajo, por ejemplo en el Acta de la Academia de San Fernando emitida el 1 de julio de 1780, donde se afirma:

(Goya) se declara abiertamente por la libertad de la enseñanza y práctica de los estilos; desterrando toda sujeción servil de escuela de niños, preceptos mecánicos, premios mensuales, ayuda de costa y otras pequeñeces que afeminan y envilecen la pintura. Ni que tampoco se debe

¹³⁸ Ídem.

prefijar tiempo en los estudios de geometría y perspectiva para vencer dificultades en el dibujo.¹³⁹

De igual manera dio lectura Édouard Manet afamado pintor francés, quien en 1865 (treinta y siete años después de la muerte de Goya), en su primer acercamiento al aragonés, sin conocer muchas de sus pinturas, escribió en una carta a otro colega:

¡Goya! El más notable después del pintor tan imitado por él, en el sentido más servil de la imitación. Pero vivacísimo. Hay suyos en el Museo dos bellos retratos ecuestres, a la manera de Velázquez; pero muy inferiores. Lo que hasta ahora he visto de su mano no me ha gustado mucho. Uno de estos días he de ver una magnífica colección suya en casa del duque Osuna.¹⁴⁰

Sin embargo, dos años después de la crítica, Manet inspirado en *Los fusilamientos* de Goya, elaboraría la antes mencionada, *La ejecución de Maximiliano*, donde claramente se pueden notar las bases de las cuales partió el pintor francés.

Es también el crítico Robert Hughes quien en su documental *Goya, Loco como un genio*, (España, 2006) lo describe así: “Goya es un lugar, un país y por toda la variedad que destila su alcance es enorme, es un lugar lleno de diversidad en cuanto sensaciones, trasfondo y cualidades estéticas (...) Es uno de los personajes clave del siglo XIX, porque es un claro precedente del siglo XX, nos hace ver todo lo común que tenemos con nuestro pasado y nuestros ancestros”

Inclusive, en buena parte la trascendencia histórica de Goya se la debe a las técnicas que utilizó a lo largo de su vida, como ya se había mencionado, siendo la más importante el grabado, “Francisco de Goya y Lucientes fue indudablemente el artista español que mejor dominó la técnica del grabado al buril, al aguafuerte y al agua tinta perfeccionándola con formulas personales, y quien dio a luz series

¹³⁹ Domenec Ribot Martín, *Goya*, Madrid España, Susaeta, 2000, p. 92.

¹⁴⁰ Domenec Ribot Martín, *Op. Cit.*, p. 93.

como Los Caprichos, Los desastres de la Guerra, La Tauromaquia y Los Disparates, universalmente conocidos como obras cumbres de aquel arte.”¹⁴¹

Pero también aspectos de la personalidad del aragonés incitaron a crear todo una imagen casi mítica del artista, influyente por supuesto en sus obras:

Goya se mostró aquí, ya casi en los albores del siglo XIX, como un paladín del romanticismo a causa de su denodada defensa de la libertad individual, del desprecio a todo tipo de reglamentaciones, de lo vuelto a la naturaleza y de la exaltación del genio del artista. En su pintura Goya puso en práctica semejante modo de ver las cosas y fueron muy pocas sus obras que denotan un mínimo de academismo y menos aún de neoclasicismo.¹⁴²

Algunos otros poseía una imaginación inigualable: “Goya exploraba sentimientos con una imaginación que quedaba muy lejos de un Loutherbou [pintor romántico inglés] por no decir del romántico por pura moda Bolanger.”¹⁴³ Que le permitía expresar fielmente sus sentimientos en cada pintura, como lo dice Alfonso E. Pérez Sánchez, historiador del arte español, director y subdirector del Museo del Prado en el siglo XX.

Es ante todo- y en eso están de acuerdo cuantos se acercan a su obra- un hombre de su tiempo, abierto a múltiples curiosidades. Agudo conocedor de los comportamientos humanos, rotundo en sus desprecios y negociaciones, cordial y generoso en afectos. Su devorada curiosidad, su talante vital, sostenido hasta los años últimos de su vida en que (...) se formula con rotunda y expresivísima afirmación en el conocido dibujo en que un viejo barbudo y vacilante (...) nos dice, con seguridad y confianza: *Aún aprendo*. El hombre que tal dice, es, sin duda, el propio Goya, que sabe muy bien cómo su verdadera fuerza, la que le sostiene vivo, es esa enorme

¹⁴¹ Manuel Bendala Galán y otros, Op. Cit., pp. 729-730.

¹⁴² Ibídem, pp. 732-733.

¹⁴³ Hugh Honour, *El romanticismo*, Madrid, Alianza, 1981, p. 289.

curiosidad por cuanto le rodea, de donde extrae sus más profundas enseñanzas.¹⁴⁴

El aragonés representa una etapa importante de la historia del arte, es uno de los grabadores esenciales para entender la técnica, un romántico idealista, un moderno intemporal, un periodista del y para el pueblo, “La obra de Goya representa un capítulo completo de la historia de España, en un momento en el que la oscuridad Política es iluminada en ocasiones por el deseo apasionado hacia la libertad del pueblo español. Su producción es inmensa, se conocen unas quinientas pinturas, un millar de dibujos, unos doscientos setenta y cinco aguafuertes y litografías.”¹⁴⁵

En estos párrafos hablamos de una trascendencia meramente artística, de su llegada a museos, de la admiración de artistas de diversas generaciones, de la técnica innovadora, los temas que pintó y lo inmortalizaron, el trabajo contante, pero, ¿Cuál es el papel de la industria cultural en la trascendencia de Goya?

4. Goya como producto cultural

Goya representa un legado importante en el arte, es catalogado por muchos autores como uno de los mayores genios creadores de la historia pero, ¿Cómo ha sido presentado al espectador el artista español y sus obras? ¿Por qué hoy se sabe de su existencia? Incluso se puede preguntar ¿Por qué Goya y no su obra puede considerarse como un consumo cultural?

El acercamiento con el arte y cualquier pintor obedece a diversos haberes, en la actualidad son los económicos, culturales y sociales los que parecieran hacerse indispensables para crear, matar o inmortalizar la carrera de un artista, por ello, interesarse por un pintor como Goya después de muchos años de que sus pinturas hayan visto la luz, ha dependido de tantas variantes que juntas parecen

¹⁴⁴ Domenec Ribot Martín, Op. Cit., p.93.

¹⁴⁵ José Rogelio, Buendía Muñoz, *El Prado básico*, Madrid España, Silex, 2001, p. 81.

haber construido todo una personalidad famosa, llena de mitos, leyendas, incluso rumores que van incrementado el número de fanáticos contemporáneos o simples espectadores curiosos.

La construcción de un Goya trascendente a los años, lo ha hecho por sí mismo todo una industria, un producto cultural, sin olvidar que también en su época fue partícipe del llamado “negocio del arte”, haciendo posible ver al artista cubrir dos facetas, la primera, Francisco de Goya el pintor de la aristocracia y por otro lado, el creador independiente.

Goya, el artista que pintaba para la aristocracia, los altos mandos de la realeza y el cual bajo variadas limitantes se encargaba de complacerlos, siempre a pesar del disgusto que ello le podría causar, creaba pensando en tener una remuneración por su trabajo y la gran oportunidad económica que le causaba serlo.

Por otro lado, el Goya capaz de sumergirse en un proceso creativo independiente, cronista de sucesos históricos, cuya faceta casualmente fue la menos conocida en ese momento, y por la cual en años recientes los coleccionistas, adoradores del arte e impulsores de la cultura, pagan miles de Euros por tenerlas, organizan subastas y exposiciones en todo el mundo, y el acceso a sus obras aumenta, el artista se expande y reproduce a gusto de un numeroso público que lo observa.

El largo recorrido por el que Goya-producto comienza su andar, es en el Museo del Prado, el cual se ha encargado de resguardar como sus más preciados tesoros la mayoría de las obras del pintor, también quien a modo de subsidio cobra 23€ personales para verlas¹⁴⁶, crea talleres, ciclos y conferencias que suponen habilitar la conversación del artista con el sujeto interpretante, de igual manera la llamada *Fundación Goya en Aragón*¹⁴⁷ hace lo propio, invitando al público a obtener una membresía que permite colaborar y obtener información del

¹⁴⁶ Véase, página oficial, Museo del Prado, <https://www.museodelprado.es/>

¹⁴⁷ Véase, Miguel Beltrán, *Fundación Goya en Aragón*, [en línea], España, <http://www.fundaciongoyaenaragon.es/> [consulta 28 de diciembre 2013].

pintor, además posee una tienda virtual donde se ofrece bibliografía y un catálogo descriptivo de las obras acuñadas al artista.

Francisco de Goya se hace presente en múltiples modalidades y formatos, en el ciberespacio existen páginas completamente dedicadas para él y sus pinturas. Google pone al alcance de cualquiera que tenga acceso a internet, reproducciones con gran fidelidad a las originales en el *Art Project*.

De igual manera, el Museo del Prado abre un espacio único para el pintor, *Goya en el Prado*, segmentando sus obras en técnicas y épocas, haciendo posible conocer más de la vida del pintor, los documentos escritos por y sobre él, además de poner a la venta reproducciones “fidedignas” de sus pinturas y grabados.

Con el crecimiento acelerado de las nuevas tecnologías, las pinturas, grabados y algunas cartas omitidas por el pintor, se vuelven más accesibles, basta con teclear en algún buscador de internet el título de la obra o bien el nombre del artista, y de manera simultánea aparecerán cientos de imágenes, versiones de su vida y documentos que relatan alguna parte o casi toda de su carrera.

La imagen del genio pintor se ha explotado en numerosos medios de entretenimiento. Se fabricó una serie televisiva española que llevó por título *Goya*, (José Ramón Larraz, 1985), de igual manera películas como, *Volaverunt* (Bigas Luna 1999), *Goya en Burdeos* (Carlos Saura, 2000), y *Los fantasmas de Goya* (Milos Forman 2006), hicieron lo propio, incluso documentales que indagan en la vida del español y en algunas de sus pinturas, por ejemplo el elaborado por Ian MacMillan y conducido por el afamado crítico de arte de la revista *Time*, Robert Hughes, *Goya, Loco como un genio*, quien describe la vida del pintor y se detiene a opinar sobre algunas de las pinturas y grabados de Goya, con el apoyo de especialistas y pintores contemporáneos.

Francisco de Goya y Lucientes ha sido y sigue siendo estudiado e interpretado por numerosos investigadores, historiadores, productores de cine y televisión, e incluso médicos que buscan la respuestas del por qué de sus pinturas, de sus

pensamientos y de cada uno de los legados que a su muerte dejó, generando toda clase de especulaciones, e incluso mitos que giran en torno al pintor, mismos que permiten el desarrollo de grandes historias que pueden generarles millones de dólares, o espectadores, afirma Néstor García Canclini: “A través de entrevistas biográficas a artistas, invenciones sobre su vida personal o sobre el “angustioso” trabajo de preparación de una película o una obra teatral, mantienen vigentes los argumentos románticos del artista solo e incomprendido, de la obra que exalta los valores del espíritu en oposición al materialismo generalizado.”¹⁴⁸

Así la historia se centra en detalles efímeros, sucesos dramáticos que pueden aumentar la curiosidad de los espectadores o alimentar el estereotipo único del artista, por ejemplo, la cantidad de mujeres que cruzaron por la vida del pintor, tema que cobró mayor relevancia en una exposición titulada *Las mujeres de Goya* (2001) por el Museo del Prado en colaboración con otros museos donde la reina española Sofía estuvo presente, aquel año se reunieron casi todas las creaciones en las que el pintor utilizó la imagen femenina, consagrando además su escandalosa pintura, *La Maja desnuda*.

Muertes misteriosas y discapacidades físicas son temas muy recurrentes también, como aquel mito sobre la extraña desaparición de la cabeza del cadáver del pintor, parte fundamental de la leyenda, que ha sido escrita en revistas, libros y blogs electrónicos, el siguiente fragmento de la revista *Muy interesante* es un ejemplo de ello:

“(…) la desaparición de la cabeza del artista aún sigue siendo un misterio. La hipótesis más aceptada es que alguien asaltara la tumba y robara su cráneo para hacer estudios frenológicos. La frenología, una pseudociencia que pretende adivinar rasgos de la personalidad y tendencias criminales a partir de la forma del cráneo, (...) algunas teorías apuntan a que Goya accedió a que su amigo Jule Laffargue le cortara la cabeza después de

¹⁴⁸ Néstor García Canclini, *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, 2009, p.62.

muerto para realizar el correspondiente estudio frenológico. (...) Otras investigaciones revelan la existencia de un cuadro del pintor Dionisio de Fierros en cuya parte trasera se leía la inscripción "El cráneo de Goya pintado por Fierros en 1849". Al parecer, un nieto de Fierros afirmaba que su abuelo tenía en el estudio una calavera que bien podría ser la del artista. El cráneo podría haber acabado en Salamanca, ciudad donde uno de los hijos de Fierro se licenció Medicina. Según esta versión, el estudiante, sin conocer que los restos óseos eran los de Goya, se los dio a comer a un mastín que le perseguía por las calles de la ciudad."¹⁴⁹

Pero la polémica, los enigmas y críticas sobre él y sus obras no sólo se dieron ahora, recordemos la serie de grabados, *Los caprichos*, *Los desastres de la guerra*, *Disparates*, pinturas como *La Maja desnuda*, entre otros, fueron censurados por la inquisición y mal vistos por algunos aristócratas, ya que los temas tratados resultaban demasiado atrevidos para el momento histórico, sin embargo ¿Qué sucede en la actualidad?

Tal pareciera que Goya fuera un pintor a destiempo, las pinturas y grabados que realizó libremente, resultan ser temas actuales, cotidianos o fantasías muy bien aceptadas por el imaginario colectivo, destacando, pesadillas, monstruos, brujas, pobreza, locura, vicios, amor, matrimonio, sexo, infinidad de sentimientos y situaciones que siguen sucediendo pero, que aparentan ser obsoletas por el pasar de los años y vivaces por ser ya una representación tangible del pensamiento del pintor.

Goya y sus obras son un producto cultural, una representación intangible de un artista que a lo largo de los años ha sido construido por la industria de la cultura, el monumento está de pie, lleno de misticismo, interrogantes, supuestos, ha incrementado los archivos de *grandes artistas de la historia*, sitios web como: *The*

¹⁴⁹ Victoria González, ¿Dónde está la cabeza de Goya? , [en línea], México, *Muy interesante*, 2012, <http://www.muyinteresante.es/historia/preguntas-respuestas/idonde-esta-la-cabeza-de-goya>, [consulta 29 de diciembre 2013].

Art wolf, lo han colocado en la posición decimosexta de los 101 mejores artistas de la historia:

Goya es un enigma. En toda la historia del Arte pocas figuras resultan tan complejas para el estudio como el genial artista nacido en 1746 en Fuendetodos. Inquieto e inclasificable, pintor sin rival en toda su vida, Goya fue pintor de corte y pintor del pueblo. Fue pintor religioso y pintor místico. Fue autor de la belleza y erotismo de *La Maja desnuda* y del explícito horror de *Los fusilamientos del 3 de Mayo*. Fue pintor al óleo, al fresco, dibujante y grabador. Y nunca paró su metamorfosis.¹⁵⁰

En otro listado de otro sitio electrónico es considerado famoso por ser: “uno de los iniciadores de la estética del Romanticismo y precursor de las vanguardias pictóricas del siglo XX con sus obras maduras. También es famoso por su talento como retratista al representar el aspecto psicológico de sus modelos más allá de su apariencia.”¹⁵¹

Goya se convirtió en un personaje reproducido, que puede ser contado infinidad de veces, de maneras y formas, sus creaciones son objeto de parodias, síntesis, representaciones que satirizan o exaltan detalles de las auténticas, a veces no perceptibles para el público.

Versiones nuevas de sus pinturas de toda clase de artistas y técnicas; análisis psicológicos sobre su impredecible personalidad, frases robadas de cartas y grabados que son usadas como citas matutinas en una red social; la información ya es más accesible, no será necesario ir a una biblioteca o museo para conocer a Francisco de Goya y Lucientes o cualquier pintor, bastara una conexión inalámbrica para saciar la curiosidad, y un objeto, fetiche, o souvenir para llevar a

¹⁵⁰ Gabriel Fernández, “Los 101 pintores más importantes de la historia de la pintura occidental”, [En línea], *TheAr Wolf.Com Online Art Magazine*, http://www.theartwolf.com/index_es.htm, [Consulta 29 de diciembre 2013].

¹⁵¹ Sara Lasso, “10 pintores famosos y sus obras” [En línea], *About.com Arte*, <http://arte.about.com/>, [Consulta 29 de diciembre 2013].

Saturno devorando a su hijo a todas partes, y hacer de un obra de arte, un objeto de uso cotidiano.

Famoso o no, Goya sigue representando un papel importante en el arte, su técnica innovadora representó una pauta para técnicas posteriores a él, lo llaman padre de la pintura moderna, fue y es inspiración para muchos artistas, además se le piensa como un foto periodista por documentar eventos importantes de la historia española.

Goya es un pintor referente para entender la historia del arte, pero también quizás ha sido la industria de la cultura que en parte lo ha catapultado a los placeres y comodidades de producto cultural, rentable y portátil, o tal vez se presenta en diversas modalidades, capaz de decorar hermosos palacios y ser pintor del pueblo, el genio creativo capaz de expresar las más oscuras pesadillas e inmundicias humanas, es un enigma, por ello es pertinente preguntarse, ¿Qué tanto ha intervenido el consumo en su proceso creativo y apropiación del público con su obra? En el siguiente capítulo trataremos de dar respuesta a la tal pregunta.

A lo largo del presente capítulo y a manera de cronología, en los dos primeros apartados, se relató la vida del pintor, los detalles biográficos del hombre nacido en Fuendetodos, sus constantes viajes, estados de salud y vida personal, a la par se mencionaron los hechos que ocurrían en la España del siglo XIX, que entre guerras, inicios del pensamiento Romántico y la Santa Inquisición, contextualizaron también las creaciones del pintor, que fueron descritas en las páginas anteriores y de las cuales se destacaron las técnicas, los periodos y sucesos de importancia en la carrera artística de Goya.

En el apartado tercero se pudo hacer un breve recuento de cómo ha llegado a la trascendencia no sólo histórica sino también mundial el artista del romanticismo, de luz y de sombras, y cuyo legado a significando un ejemplo para diversos artistas que le sucedieron y la entrada triunfal al Museo del Prado, lugar donde se resguardan la mayoría de sus creaciones. Goya persiste en la memoria del arte,

ha involucrado con su obra a generaciones de espectadores diversos que aún al pasar de los años continúa admirándole, su travesía por la historia ya ha construido al mito que sobrevive a la transformación de la sociedad y que, a bien o mal incrementa su *fama*.

En el último subcapítulo, se manifestó la transformación del artista y su obra con la industria cultural, destacando algunas de las situaciones que lo han construido como el estereotipo del artista *sufrido*, y que consecuentemente lo llevaron a ser efímero, portátil, virtual y accesible, un fechite-objeto de museos y medios masivos, es este último apartado es el preámbulo para entender la próxima relación entre el artista, su obra, el público y los consumos culturales.

III. Proceso creativo y consumo cultural

Trascender después de muerto, alcanzar la gloria de estar entre los más importantes museos del mundo, tener tantas versiones biográficas como libros traducidos en diferentes idiomas, copias y más copias sobre su arte, Goya al igual que muchos otros pintores, es el artista reproducido, consumido y llevado a todas partes. Su público incrementa, se expande tan rápido como la tecnología, y es masificado cual estrella del rock.

La tarea no ha sido fácil, recordando el capítulo anterior, todo empezó en una España destrozada por la invasión de Napoleón y la mano firme de la Inquisición, el pintor Francisco de Goya y Lucientes bien o mal, creó desde las circunstancias del pleno siglo XIX, donde el pensamiento romántico invadía Europa, la enfermedad lo consumía, y su personalidad aunada a las experiencias cotidianas se transformaban en lienzos, grabados y tapices.

Fue este contexto la inspiración durante el proceso creador del pintor español, y el forjador del mito de aquel artista *sufriente*, que a pesar de haber tenido dolores inmensos puede crear magnificas pinturas, y en variados casos, hacer menos relevante a la obra; el tema se desarrollará en el apartado, “Mediación y el proceso creativo en Goya”, y además se dilucidará cómo a través de la mediación, el proceso creativo ha unido al artista con su público, llevándolo incluso a la masificación.

El proceso de trascendencia no termina ahí, el artista culmina su creación a través de la obra de arte, y una vez masificada el consumidor quien resignifica y se apropia del producto cultural, la convierte en un consumo que puede incluir al artista mismo, así en el acápite, “Consumo cultural. El proceso de revelación”, se definirá que sucede cuando termina el proceso de creación del artista y culmina su labor con una interpretación que se ve dispuesta a un público. Será en los restantes dos apartados, “El consumidor cultural” y “Matrices culturales”, donde describiremos, quién es el que consume, por qué, y para qué, y cómo es que lo

logra hacer gracias a sus propias matrices culturales y el consumo de las obras de Goya.

1. Mediación y el proceso creativo en Goya

La presencia de una obra de arte o artista en la vida cotidiana y el imaginario colectivo, requiere de todo un proceso que comienza en las entrañas de la mente del creador y en las experiencias propias, las cuales no siempre son resultado de vivencias *agradables* para el que crea, interpreta, o apropia, como a Goya quien trazó en grabados, dibujos y pinturas, imágenes diversas sobre eventos bélicos, pesadillas, locura y degradación humana.

Y es que crear, “exige un proceso largo, complicado y fragoso que cubre los 15 o más años de la adaptación profesional. A este proceso lo denominaremos creativo porque comprende fases previas a la creación (concepción, trabajo-simple de cada obra y maduración), más la creación misma (solución).”¹⁵²

Este proceso creativo se ve reforzado por una serie de factores internos y externos al sujeto creador y muy poco tienen que ver con la producción espontánea “Ante la impenetrabilidad de la creación, la gran mayoría de los artistas todavía la conceptúa como una suerte de iluminación que se presenta súbitamente en quien posee ese don sobrenatural, rotulando talento o genio.”¹⁵³

Cabe destacar que el artista o creador no experimenta el mundo diferente a cualquier individuo pero, “Claro está que ha de dar un hondo valor a sus experiencias, y dejarse impresionar por ellas: y ha de poseer también el don de encontrar significación en los acontecimientos individuales, entendiéndolos como símbolos de verdades universales.”¹⁵⁴

Al igual que Goya, en todo artista plástico, este proceso ha sido dividido en etapas tales como: “formulación, maduración o incubación, solución o inspiración y

¹⁵² Juan Acha, *Introducción a la creatividad artística*, México, Trillas, 1992, p.145.

¹⁵³ *Ibíd*em, p.146.

¹⁵⁴ Rudolf Arnheim, *Arte y percepción visual. Psicología del ojo creador (nueva versión)*, Madrid, Alianza Forma, 2006, p. 193.

comprobación o realización”¹⁵⁵ pero estas etapas asegura Juan Acha, están provistas de creaciones previas, nada pretende ser innovador, “El proceso creativo del artista plástico comienza con un trazo o figura, un color o tema, una vaga idea o una imagen borrosa, sea en la mente, en el esbozo o en la obra, la obra nunca está entera ni definitiva en la mente.”¹⁵⁶

Durante este proceso la *imaginación* es un elemento recurrente, la cual se determina como: “La facultad orgánica que conserva las semejanzas de las cosas percibidas por los sentidos externos y los reproduce aún en ausencia de las cosas, y las combina de diversas maneras.”¹⁵⁷ Ésta lleva como función en el proceso, la unión del interior del sujeto con lo exterior, “posee mayor vinculación con lo orgánico y constituye imágenes de las cosas vistas, sentidas o percibidas y las combina (...) conserva las imágenes de sensaciones anteriores y las evoca o reproduce. Por esto se habla de una imaginación *conservadora* y otra *reproductiva* que en ocasiones se vuelve libre o creadora.”¹⁵⁸

Pero también en la medicina el término de creación tiene su propia concepción, la cual atañe a la investigación porque Francisco Alonso-Fernández un analistas médico se ha especializado en el comportamiento creador de Goya, que en el caso del artista fuese considerado *plástico*, esto es que “viene dado por la afortunada incorporación de imágenes fantásticas a una cadena razonada de ideas lógicas e instituciones. Contemplado en su conjunto, el pensamiento creador es (...) un pensamiento divergente o lateral, o sea un pensamiento situado al costado de lo que los otros piensan.”¹⁵⁹

También con el diagnóstico de *homo imaginativus* “un ser humano que sabe desviarse de la estricta realidad lógica para enriquecerla o suplantarla con genuinas y valiosas ocurrencias aportadas por su fantasía plástica”¹⁶⁰, el

¹⁵⁵ Juan Acha, Op. Cit., p. 147.

¹⁵⁶ *Ibíd*em, p.147.

¹⁵⁷ José Antonio Dacal, Op. Cit., p.223.

¹⁵⁸ *Ibíd*em, p. 224.

¹⁵⁹ Francisco Alonso- Fernández, Op. Cit., p.54.

¹⁶⁰ *Ibíd*em, p.57.

psiquiatra español Francisco Alonso a través de estudios sobre algunos rasgos personales y pinturas que la biografía revela, va esclareciendo el proceso creativo con el cual se enfrentó Goya, en términos meramente médicos.

En el diagnóstico se hace evidente la presencia de las emociones y experiencias en la creación, ambos son factores que se involucran con el sujeto, por ello continúa mencionando el psiquiatra que el genio creador en Goya se apoya de sucesos depresivo-melancólicos, haciéndolos relevantes para inspirarse y transmitir ideas:

Adelantamos ya ahora que existe una evidencia suficiente en la trayectoria biográfica y artística de Goya para catalogarlo como un genio extraído de su letargo por un fuerte episodio depresivo. El estado depresivo puede ocasionar por sí mismo, según los casos, el bloqueo de la producción o la transformación de la obra. Cuando acontece esto último, la presencia de vivencias depresivas puede facilitar el acceso a un mayor grado de profundidad y mismidad. Y por su parte la actividad creadora alivia el sufrimiento por una doble vía (...) por constituir una salida del laberinto del ser desesperado y prisionero; por otro (...) es un medio para “estructurar las emociones y los pensamientos caóticos, acallando el dolor por medio de la abstracción y el rigor del pensamiento disciplinado, y apartándose de los motivos que causan la desesperación.”¹⁶¹

Finalmente Francisco Alonso-Fernández culmina el diagnóstico de Goya diciendo que era un genio depresivo, “es el genio depresivo por antonomasia, el genio ciclótico encendido por la chispa desesperada de un estado depresivo. El genio que conquista la autenticidad de su yo movido por las vivencias propias del desgarramiento depresivo.”¹⁶²

El trabajo de Goya fue bien apreciado económica y socialmente, a diferencia de otros grandes pintores de la historia que nunca fueron reconocidos durante sus

¹⁶¹ *Ibíd.*, p. 64.

¹⁶² *Ibíd.*, p. 67.

vidas y tuvieron que vivir en la miseria. Sin embargo, el artista español se enfrentó a otras circunstancias adversas como los problemas de salud y los momentos históricos de su nación, contrariando su percepción de las cosas pero también forjando su personalidad, que de alguna forma se hace perceptible en muchas de sus obras.

Por ello pareciera que el proceso de inspiración en un artista es un acto íntimo entre él, sus sentires y la obra, pero las experiencias e interpretaciones que plasma difícilmente no llegan a convertirse en creaciones intersubjetivas, porque éstas abren la conversación del artista y su obra con el sujeto interpretante, involucrándolo en variadas formas y medidas, haciendo del proceso algo público, vulnerable a traducciones que pueden trascender a lo masivo con ayuda de la industria cultural, quizás provocando al creador establecerse límites, cumplir estándares o seguir un sin número de eventos extraestéticos que nada tienen que ver con la inspiración o imaginación propia, definiendo así la forma como se debe crear, “El sistema socioestético que rige el mundo artístico impone fuertes restricciones a los “creadores” y reduce a un mínimo las pretensiones de ser un individuo sin dependencias.”¹⁶³

Así la autonomía en la creación como sustenta García Canclini está sujeta a “la confección de los artefactos físicos necesarios, la creación de un lenguaje convencional compartido, el entrenamiento de especialistas y espectadores en el uso de ese lenguaje, y la creación, experimentación o mezcla de esos elementos para construir obras particulares.”¹⁶⁴

Entonces, por un lado el sujeto creador obtiene inspiración de su personalidad, estado mental, físico y emocional, de observar lo que le rodea, interpretar su cotidianidad con los contextos que conlleva, aunque para él involucré momentos depresivos, melancólicos o llenos de sufrir, pero por el otro lado este proceso interno puede verse influido por las industrias, restringido o interpretado por

¹⁶³ Néstor García Canclini, Op. Cit., p.39.

¹⁶⁴ *Ibidem*, p. 37.

estereotipos, convencionalismos, el mercado cultural, la política o la misma masificación del arte o artista, usando muchas veces tal proceso como fórmula mercantil que le dará el valor correspondiente a la obra, entre más complejo mayor costo, por ello la cuestión es, ¿Qué relevancia tiene el proceso creativo en el artista, en la obra y el público? ¿Es importante por el interés de la industria cultural, o es un paso para comprenderla mejor?

García Canclini dice: “El discurso estético ha dejado de ser la representación del proceso creador para convertirse en un recurso complementario destinado a “garantizar” la verosimilitud de la experiencia artística en el momento del consumo.”¹⁶⁵

Para responder las preguntas, habría primero que retomar la trascendencia obtenida por Goya a lo largo de los años; las creaciones más sobresalientes, interpretadas o recordadas de su carrera fueron las pinturas sobre la invasión francesa, los grabados de la guerra, la locura humana, monstruos, disparates y pobreza.

Comparados con los monumentales retratos que la corte le encargaba, las creaciones independientes, con temas más cercanos al pueblo, a la masa, y productos de la inspiración que le generó la vivencia cotidiana con los enfrentamientos bélicos, la inquisición, desigualdad social, el deteriorado estado físico y mental que vivía, advertido a leer la inscripción de uno de los grabados más famosos de la serie *Caprichos*, *El sueño de la razón produce monstruos*, que afirma, “La fantasía abandonada por la razón produce monstruos imposibles; unida a ella, es la madre de las artes y produce maravillas”¹⁶⁶, parecen estar cobrando mayor interés mundial.

Debido a lo cual el acercamiento con Goya y el público parece partir del entendimiento de que tal pintura o grabado es la representación de una

¹⁶⁵ Ibídem, p.62.

¹⁶⁶ Francisco Alonso-Fernández, Op. Cit., p. 132.

experiencia o sentimiento que puede habitar al igual que el artista, en cualquier individuo, y será a través de la mediación, “conceptualizada por Martín-Barbero como esa instancia cultural “desde donde” el público de los medios produce y se apropia del significado y del sentido del proceso comunicativo (...) desarrollo el concepto de mediación social en relación con la participación de los sujetos en movimientos sociales y organizaciones. En este concepto se asumía que la mediación era una especie de estructura incrustada en las prácticas sociales (política) de los sujetos.”¹⁶⁷

La mediación es lo que determina al consumo y a darle un significado propio, ésta además permite acercar al sujeto interpretante con el pintor y su obra. Jesús Martín Barbero citando a Walter Benjamín dice que la mediación principal es la experiencia, quien reducirá la lejanía entre ambos sujetos, “Antes para la mayoría de los hombres, las cosas, y no sólo las de arte por cercanas que estuvieran estaban siempre lejos, porque un modo de relación social les hacía sentir las cosas lejos.”¹⁶⁸ Esta mediación de la que habla Walter Benjamín puede hallarse en el proceso creativo del artista, puesto que éste es una construcción de experiencias y a la vez generador de ellas, las cuales suelen ser comunes entre los sujetos, por ello quizás se reduce la distancia entre el ser *dotado* de talento y el sujeto *común*.

Es por eso que la mediación masifica a la obra, ya que al apelar a elementos como la experiencia, la cercanía aumenta permitiendo que un mayor número de espectadores entre en la *conversación* del artista-obra y ya no sea un tema exclusivo; continua Walter Benjamín “No se puede atender lo que pasa culturalmente en las masas sin atender a su experiencia. Pues a diferencia de lo que pasa en la cultura culta, cuya clave está en la obra, para aquella otra la clave se halla en la percepción y en el uso.”¹⁶⁹ ¿Y no sirve también para ampliar el mercado del arte?

¹⁶⁷ Guillermo Sunkel, *El consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación*, Colombia, Convenio Andrés Bello, 1999, pp. 72-73.

¹⁶⁸ *Ibíd.*, p. 58.

¹⁶⁹ Jesús Martín-Barbero, *Op. Cit.*, p. 57.

Así lo público se hace masivo, “El vacío abierto por la desintegración de lo público será ocupado por la *integración que produce lo masivo*, la cultura de masa. Una cultura que en vez de ser el lugar donde esas diferencias se *encubren*, son negadas”¹⁷⁰ , lo cual no debe ser referente a una pérdida de individualidad por concebir a la masa como un todo, por el contrario, afirma Jesús Martín Barbero al citar a Edward Shils: “una reivindicación del individuo ‘La sociedad de masas ha suscitado e intensificado la individualidad, esto es, la disponibilidad para las experiencias, el florecimiento de sensaciones y emociones, la apertura hacia los otros (...) ha liberado las capacidades morales e intelectuales del individuo’. Así pues masa debe dejar de significar en adelante anonimato, pasividad y conformismo.”¹⁷¹

Y es que en lo masivo Francisco de Goya trasciende porque la mediación permite el consumo, la expansión y circulación de él mismo y sus obras “La cultura de masa es la primera en posibilitar la comunicación entre los diferentes estratos de la sociedad. Y puesto que es imposible una sociedad que llegue a una completa unidad cultural, entonces lo importante es que haya circulación.”¹⁷², basta con recordar la época que vivió donde sus grabados y pinturas independientes a la nobleza, fueron segregadas por un largo periodo de la historia “Tuvieron que pasar muchos años, muchos estilos, para que la fortuna le volviera a sonreír a Goya, ya que su pintura influyó en forma definitiva en el desarrollo pictórico de Delacroix (1798-1863) y después deslumbró en la paleta de Manet (1832-1883).”¹⁷³

Frente a la cultura de masas y la mediación Goya como muchos artistas, se transforma en figura de cine, libro de arte, revista, calendario o leyenda, que lo convierten en un personaje colectivo accesible a la masa, su sentir y diagnóstico médico en pieza indispensable para concebirlo como *genio creador* y reafirmar el estereotipo de artista *sufrido*, “una nueva relación de la masa con el

¹⁷⁰ *Ibíd*em, pp. 134-135.

¹⁷¹ *Ibíd*em, p.45.

¹⁷² *Ídem*.

¹⁷³ Ramón Cote, *Op. Cit.*, p. 64.

arte, con la cultura, en la que la distracción es una actividad y una fuerza de la masa frente al degenerado recogimiento de la burguesía.”¹⁷⁴

Es importante que este proceso creativo del artista con su público, en la comunicación sea entendido no sólo como Lasswell lo propusiera, con emisores “dominantes” y receptores “dominados”, más bien en el carácter de la *naturaleza comunicativa* “Esto es, su carácter de proceso productor de significaciones y no de mera circulación de informaciones y por tanto, en que el receptor no es un mero decodificador de lo que en el mensaje puso el emisor, sino un productor también.”¹⁷⁵

Visto desde esta perspectiva, la mediación del proceso creativo permite hacer del sujeto un sujeto de acción, ya que puede éste a partir de tal proceso inspirarse para recrear, innovar o simplemente consumir, pero es a través de la mediatización que la masa recibe la traducción, previamente dispuestas por la industria de la cultura, “La mediatización implica el movimiento del significado de un texto a otro, de un discurso a otro, de un acontecimiento a otro. Implica la transformación constante de los significados (...) a medida que los textos mediáticos circulan por escrito, en el habla y colectivamente, directa e indirectamente, contribuimos a su producción.”¹⁷⁶

Esta mediatización requiere de un proceso cuádruple, confianza, agresión, apropiación y restitución:

Confianza porque al iniciar el proceso de la traducción atribuimos valor al texto que abordamos (...) *violencia* que ejercemos sobre los significados de otros, aun en los intentos más moderados de entender (...) La *apropiación* implica hacerse comprensibles los significados: la incorporación, el consumo, la domesticación (los términos son de Steiner) más o menos exitosos, más o menos completos del significado (...) el cuarto y último

¹⁷⁴ Jesús Martín-Barbero, Op. Cit., p. 60.

¹⁷⁵ Ibídem, p.228.

¹⁷⁶ Roger Silverstone, *¿Por qué estudiar los medios?*, Buenos Aires, Amorrortu, 2004, p. 32.

movimiento: la *restitución*. La restitución señala la reevaluación: la reciprocidad dentro de la cual el traductor restablece el significado y, en el proceso, tal vez lo acentúa.¹⁷⁷

La mediatización, traducción “implica el trabajo de instituciones, grupos y tecnologías (...) no tiene fin y es el productor del desciframiento textual, tanto en las palabras, hechos y experiencias de la vida cotidiana, como por las continuidades de la transmisión general (broadcasting) y la transmisión segmentada (narrowcasting).”¹⁷⁸ Proceso que podemos percibir en la labor de los medios masivos y que facilitan a la mediación su acercamiento con el público, pero que quizás en ese ir y venir de significados e intereses económicos, desubliman la obra, subliman el proceso creativo y obtienen una personalidad rentable.

Los medios también serán indispensables para la mediación y mediatización del artista-obra-público porque se convierten aceleradamente en masivos, difunden, divulgan, *condenan* o destacan en el mundo del arte, “El siglo XX vio convertirse el teléfono, el cine, la radio y televisión tanto en objetos de consumo masivo como en herramientas esenciales para la vida cotidiana. Hoy nos enfrentamos con el fantasma de una mayor intensificación de la cultura mediática a través del crecimiento global de Internet y la promesa (algunos dirían la amenaza) de un mundo interactivo en el que nada ni nadie podrá escapar a un acceso instantáneo.”¹⁷⁹

Aclarando que estos medios son situados como Martín-Barbero lo dice, “en el ámbito de las mediaciones, esto es, en un proceso de transformación cultural que no arranca ni dimana de ellos pero en el que a partir de un momento –los años veinte- ellos van a tener un papel importante”¹⁸⁰, importante para la difusión de la creación y para transformar las maneras de acercamiento al arte.

¹⁷⁷ *Ibíd*em, p. 34.

¹⁷⁸ *Ibíd*em, p. 36.

¹⁷⁹ Roger Silverstone, *Op. Cit.*, p. 18.

¹⁸⁰ Jesús Martín Barbero, *Op. Cit.*, p. 154.

El proceso creativo inspira y sirve de mediación, masifica lo que antes era público, al poner en común el camino que cruzó el artista para crear la obra de arte, el acercamiento de la masa se incrementa, y pareciera que entre más lleno de sentimientos puramente humanos y carnales, comunes en cualquier sujeto, la obra puede ser comprensible para cualquiera, y así la creación, ¿pasa a segundo término?

2. Consumos culturales. Proceso de *revelación*

El artista y teórico del arte Wassily Kandinsky afirmaba, “El artista crea misteriosamente la verdadera obra de arte por vía mística”¹⁸¹ asegurando que al cumplir este proceso, la creación se convierte en un objeto material independiente del creador “separada de él, adquiere vida propia y se convierte en algo personal, un ente independiente que respira de modo individual y que posee una vida material real.”¹⁸²

Terminado el transcurso del proceso mental creador, la obra llega a su culminación haciéndose tangible a la vista del artista y del mundo que lo rodea, “El trabajo del artista es una actividad espiritual y física a la vez. Y la obra de arte, aunque adquiere su configuración corporal y su esencia sustentada por los materiales plásticos, solo en este aspecto es algo físico, pues tanto el proceso conformado como su significación son completamente mentales.”¹⁸³

Y cuando se hace físico el proceso surgen las llamadas *imágenes*, producto de la ya mencionada imaginación, “La palabra imaginación comprende no solo la facultad o potencia imaginativa, sino sus actos vitales, es decir, la reproducción de las sensaciones antes percibidas. Estos actos, en cuanto presentan a la conciencia un contenido o cualidad (representativas) se llaman imágenes.”¹⁸⁴ En

¹⁸¹ Vasili Kandinsky, *De lo espiritual en el arte*, Barcelona, Paidós, 1996, p. 105.

¹⁸² *Ibíd*em, p. 105.

¹⁸³ Carlos Pérez-Bermúdez, *Lo que enseña el arte. La percepción estética en Arnheim*, Valencia, Universitat de Valencia, Servei de publicacions, 2000, p.121.

¹⁸⁴ José Antonio Dacal, *Op. Cit.*, p. 223.

la comprensión de que las imágenes son una representación porque “presentan de nuevo a la conciencia lo que antes le mostró la sensación externa.”¹⁸⁵

Las imágenes, la creación, el artista y su proceso se ven forzados a tener cierta organización, la cual merece el nombre de *forma estética*, “Es necesario que los materiales y los componentes sensibles sean organizados por el artista de una manera específica y esto es propiamente la forma”¹⁸⁶, la cual no es más que el contenido de la obra que ha seleccionado el artista, “la forma es ese conjunto unificado de relaciones de los elementos sensibles que percibimos en los materiales con todas sus virtudes (...) gracias a la forma adquiere sentido el material y el contenido.”¹⁸⁷

José Antonio Dacal citando a Juan Plazaola en *La estética general*, resume los elementos formales del arte en los siguientes factores:

- a) Presentativo: El material artístico sirve para construir un objeto de contemplación y no de uso.
- b) Significativo: La obra de arte es una forma significativa (...) no sólo enuncia valores el arte, sino que los muestra mediante un cierto isomorfismo (semejanza). Este factor significativo se subdivide en:
 - 1. Minéticos: El arte para evocar en la mente del contemplador con precisión determinados hechos y personajes reales o imaginarios.
 - 2. Expresivos: Además de representar expresan. Sus formas pueden no ser imitativas, pero siempre deben construir símbolos.
 - 3. Connotativos o sugerentes: La obra de arte tiene un potencial sugestivo y expresa conforme al ideario del artista, pero el alcance connotativo escapa a la conciencia del mismo autor y son los recursos que la forma artística posee para suscitar imágenes, reminiscencias, sensaciones y emociones vinculadas con la vida y personalidad del contemplador que

¹⁸⁵ Ídem.

¹⁸⁶ Ibídem, p. 307.

¹⁸⁷ Ibídem, p. 307.

incluso varían según épocas y culturas, lo que propiamente hacen significar y ser sugerente a la obra.¹⁸⁸

Estas formas pueden ser o artificiales, “construidos por el hombre mediante complicados aparatos tanto en el arte como en la industria” y naturales “aquellas que el hombre encuentra e incorpora a su vida de diferentes maneras.”¹⁸⁹

La obra de arte en cuanto forma, imagen y representación física del proceso creador de un artista, es expuesta, se muestra y se hace independiente del artista, vulnerable a interpretaciones, a masificarse y obtener diferentes lecturas que pueden estar lejos de las intenciones mismas del autor, “la pintura nace cuando la conversación ya está comenzando, es decir (...) no somos su origen (...) La pintura se convierte así en una escritura para ser leída, y es así porque se parte de la suposición de que debe hacer visible lo que antes había sido pensado y escrito.”¹⁹⁰

Pierre Bourdieu, en *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*, al hablar de la recepción de una creación afirmaba que: “El encuentro con la obra de arte no tiene nada del flechazo como se quiere ver allí, y que el acto de fusión afectiva, de *Einfühlung* (empatía), que crea el placer de la obra de arte supone un acto de conocimiento, una operación de desciframiento, de decodificación, que implica la aplicación de un patrimonio cognitivo, de un código cultural.”¹⁹¹ Y que además “Ese código incorporado que llamamos cultura funciona de hecho como un capital cultural porque, estando desigualmente distribuido, otorga automáticamente beneficios de distinción.”¹⁹²

Se requiere mucho más que un encuentro casual con la obra, para concebirla masivamente y crearle *fama*, ésta tendrá que recorrer cierto camino, quizás todo

¹⁸⁸ Ídem.

¹⁸⁹ Ibídem, p.308.

¹⁹⁰ Enrique Andrés Ruiz, *Vida de la pintura*, España, Pre-textos, 2001, p.203.

¹⁹¹ Pierre Bourdieu, *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*, Buenos Aires, Siglo Veintiuno Editores, 2010, p. 233.

¹⁹² Ibídem, pp. 233-234.

comiese con un público que le admire y sienta tanto fervor por la obra que incluso desee comprarla, llevarla consigo para decorar sus grandes palacios, o tal vez para algunos otros acreditará el título de obra de arte, digna de colgarse en la sala de algún museo como testigo fiel de la historia, un documento vivencial.

Este proceso no es suficiente, Goya, como muchos pintores, no ha obtenido la *fama* mundial sólo por habitar en uno de los museos más importantes de España, o por haber pintado a la realeza del siglo XIX; como se observó en el apartado anterior, el proceso creativo del artista mucho a intervenido como mediación entre él y un público que tras un largo proceso de comunicación y desarrollo tecnológico, se convirtió en masa, una masa que consume cultura.

García Canclini dice que el consumo es “el conjunto de los procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos.”¹⁹³ Mientras en otra definición, “El conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica.”¹⁹⁴ Además señala Guillermo Sunkel que este consumo debe ser entendido a partir de los siguientes seis modelos:

1. *El consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de expansión del capital:* “Todas las practicas de consumo (...) pueden entenderse, en parte, como medios para renovar la fuerza laboral de los trabajadores y ampliar la ganancia de los productores.”¹⁹⁵
2. *El consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social.* Existe una rivalidad conducida por la desigualdad a propósito de la distribución y apropiación de los medios.
3. *El consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos:* “Ante la masificación de la mayoría de los bienes generado por

¹⁹³ Néstor García Canclini, *Consumidores y ciudadano. Conflictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo, 1995, pp.58-59.

¹⁹⁴ Guillermo Sunkel, Op. Cit., p. 89.

¹⁹⁵ *Ibíd*em, p. 81.

la modernidad (...) las diferencias se producen cada vez más no por los objetos que poseen sino por la forma en que se les utiliza.”¹⁹⁶

4. *El consumo como sistema de integración y comunicación*: “No siempre el consumo funciona como separador entre las clases sociales (...) constituye al mismo tiempo, un sistema de significados compresibles tanto para los incluidos como para los excluidos.”¹⁹⁷
5. *El consumo como escenario de objetivación de los deseos*: Tenemos necesidades “culturalmente elaboradas” que no son suficientes para satisfacernos la mayoría de las veces, son *deseos sin objeto*, y se afirma que el mayor de todos es “El deseo de ser reconocido y amado.”¹⁹⁸
6. *El consumo como proceso ritual*: “Ninguna sociedad soporta demasiado tiempo la irrupción errática y diseminada del deseo. Ni tampoco la consiguiente incertidumbre de los significados. Por eso, se crean los rituales (...) A través de ellos, la sociedad selecciona y fija mediante acuerdos colectivos, los significados que la regulan.”¹⁹⁹

Será por medio de estos modelos que el consumo puede ser entendido, aunque estos sean “autosuficientes” sigue sin lograrse establecerse la unión que pueda combinarlos.

Jesús Martín-Barbero señala que “El consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los *usos* que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales.”²⁰⁰

Es decir, el consumo cultural no sólo significa reproducir infinidad de veces, tamaños, precios y formatos a la obra de arte o a Goya mismo, implica también

¹⁹⁶ Ibídem, p. 83.

¹⁹⁷ Ibídem, p. 84.

¹⁹⁸ Ibídem, p. 85.

¹⁹⁹ Ibídem, p. 86.

²⁰⁰ Jesús Martín-Barbero, Op. Cit., p. 231.

hacerlo parte de nosotros, consumirlo, entenderlo como un lugar donde se difunde y puede apropiarse la información, “El consumo es en este caso [en cuanto a la lectura de la obra de arte] un momento de un proceso de comunicación, es decir, un acto de desciframiento, de decodificación, que supone el dominio práctico o explícito de una cifra o de un código.”²⁰¹

Tal proceso de comunicación tiene sus limitantes en el momento de la apropiación o el mismo desciframiento de la obra, porque “No todas las personas de una población dada percibe la masa de información disponible de la misma manera. La distribución social del conocimiento tiene que ver con la raza, el estatus, el empleo, la edad y demás formas de diferenciación social.”²⁰² Por lo tanto el consumo cultural no siempre es percibido de igual manera.

El consumo cultural es regido por múltiples factores que lo determinan y lo hacen ser, como el acceso a la educación, el nivel económico y social, las necesidades propias de la industria sobre ciertas circunstancias, como los problemas de una nación o los avatares propios de la cotidianidad, que como la propia cultura, se llega a transformar en capital, afirma Bourdieu, “Ese código incorporado que llamamos cultura funciona de hecho como un capital cultural porque desigualmente distribuidos, otorga automáticamente beneficios de distinción.”²⁰³

Parecería entonces que el consumo cultural tiene sus propias maneras de segmentar, el que posee la cultura la consume, entonces la pregunta es, ¿Quién la tiene y consume? El consumidor cultural ¿Quién es el consumidor cultural? En el siguiente apartado dilucidaremos aquel término.

²⁰¹ Pierre Bourdieu, *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*, Buenos Aires, Siglo Veintiuno Editores, 2010, p.232.

²⁰² Irene Ewald Montaña, *El consumo cultural: aproximación teórica y aplicada*, Saltillo, Coahuila, Universidad Autónoma de Coahuila, Coordinación general de estudios de posgrado e investigación, 2004, p.40.

²⁰³ Pierre Bourdieu, Op. Cit., pp. 233-34.

3. El consumidor cultural

Un consumidor cultural es aquel que puede apropiarse de la cultura en diferentes medios y modalidades, y que sobrepone el valor simbólico del producto que consume por el de su uso o cambio, es decir somos todos:

Toda actividad cultural tiene, desde una perspectiva amplia, tres posibles consumidores o audiencias: el propio autor, los compañeros de profesión y el público. En este sentido, el consumidor inicial de la obra es el propio artista quien crea para expresar belleza, emociones y otras ideas estéticas, y posteriormente generar intercambios con otros públicos: los compañeros de profesión y especialistas del medio, que le podrán procurar un determinado reconocimiento; y los asistentes que le permitieron obtener resultado económico.²⁰⁴

Refiriéndose al término, Pierre Bourdieu afirma que la reintegración del consumo estético al ordinario supone siempre en el consumidor “un trabajo de apropiación; o con mayor exactitud, que el consumidor contribuye a *producir el producto que consume* al precio de un trabajo de localización y desciframiento que, en el caso de la obra de arte, puede constituir la totalidad del consumo y de las satisfacciones que éste procura, y que requiere un tiempo y unas disposiciones adquiridas con el tiempo.”²⁰⁵

Además este consumidor tendrá una forma específica de comportarse, lo cual es definido como: “el conjunto de actividades que realiza un individuo cuando selecciona, compra y utiliza bienes o servicios con el fin de satisfacer deseos y necesidades, actividades que se dividen en tres, (...) Conductual, cognitivo y emocional.”²⁰⁶ Por conductual se debe pensar en aquellas acciones cotidianas que realiza para apropiarse y consumir, en lo cognitivo el proceso interno del sujeto y en emocional los sentimientos evocados por él mismo.

²⁰⁴ Manuel Cuadrado García y Gloria Berenguer, *El consumo de servicios culturales*, Madrid, ESIC, 2002, p.38.

²⁰⁵ Pierre Bourdieu, *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, México, Taurus, 2002, p.98.

²⁰⁶ *Ibíd.*, p.39.

El consumidor cultural también puede comportarse como productor, un productor que crea y satisface al mismo tiempo sus deseos, “Cada objeto destinado a ser consumido es un texto abierto que exige la cooperación del lector, del espectador, del usuario, para ser completado y significado. Todo bien es un estímulo para pensar y al mismo tiempo un lugar impensado, parcialmente en blanco, en el cual los consumidores, cuando lo insertan en sus redes cotidianas, engendran sentidos inesperados.”²⁰⁷ Es decir, el mismo consumidor es un creador de productos culturales, que espera de igual manera ser consumido por alguien ajeno a él.

Por ejemplo, Salvador Dalí pintor surrealista del siglo XX inspirado en la serie de grabados *Los caprichos* que Francisco de Goya elaboró en los años de 1797 y 1798 como crítica social hacia ese periodo de nobleza, riquezas y pobreza absurda, fueron reproducidos por el artista surrealista que bajo su interpretación y corriente artística dieron a luz una exposición titulada *Goya y Dalí, del capricho al disparate*, para posteriormente convertirla en un libro con el mismo nombre. Así un productor cultural como lo fue Goya inspiró a Dalí quien a su vez significó y luego resignificó *Los caprichos*, para propiciar un consumo de dos artistas totalmente a destiempo, con técnicas y percepciones diferentes.

Un consumidor entonces es un sujeto de acción porque interpreta, reinterpreta, se apropia, crea y es quien puede en tal momento y circunstancia convertirse en un público, éste entendido como “una suma de sectores que pertenecen a estratos económicos y educativos diversos, con hábitos de consumo cultural y disponibilidad diferentes para relacionarse con los bienes ofrecidos en el mercado.”²⁰⁸

Como ya se mencionó, el consumidor cultural no es sólo un espectador, “todo consumidor, cuando selecciona, compra y utiliza, está contribuyendo a la construcción de un universo inteligible con los bienes que elige. Además de satisfacer necesidades o deseos, apropiarse de los objetos es cargarlos de

²⁰⁷ Guillermo Sunkel, Op. Cit., p.92.

²⁰⁸ Néstor García Canclini, Op. Cit., p.142.

significados. Los bienes ayudan a jerarquizar los actos y configuran su sentido.”²⁰⁹
Tampoco un mero receptor o un simple individuo que observa, compra y/o vende.

El consumidor cultural no sólo es un receptor, es un sujeto interpretante, “toda escritura, todo mensaje, están plagados de espacios en blanco, silencios, intersticios, en los que se espera que el lector produzca sentidos inéditos”²¹⁰
incluso puede renovar los significados “[la obra] no es portadora sólo de una significación intrínseca, (...) sino de las que fueron acumulándose en los usos de esa obra hechos por los manuales escolares, la publicidad, otros artistas contemporáneos, las lecturas de los historiadores de diversas épocas e ideologías, los carteles que la reprodujeron con finalidades políticas dispares.”²¹¹

Consumir es un acto que se ve influenciado por procesos económicos y sociales como el poder monetario del individuo, los procesos de producción de cada país, la educación, leyes y política ciudadana, así se convierten en factores que permiten el acercamiento o no con el consumo, y no solo por ser un medio de adquisición material, también porque definen la formación del sujeto y las condiciones de como éste, va apropiársela; todos pueden consumirla pero no todos pueden tenerla, por ejemplo, aún con la creciente tecnología la cultura pareciera abrir sus puertas, pero hay accesos como la educación que siguen siendo un factor de desigualdad en el mundo, y por tanto la habilidad de apropiación en cada consumidor cultural es diferente o podría incluso no llegar a culminarse.

Se habla entonces de consumidores con diferencias sociales, culturales e intelectuales, las cuales incluyen algunos actos simbólicos por ejemplo, “las diferencias sociales se manifiestan y reproducen en las distinciones simbólicas que separan a los consumidores: a quienes asisten a los museos y conciertos de los que no van, a quienes usan las artesanías pragmáticamente de los que se

²⁰⁹ Guillermo Sunkel, Op. Cit., p. 87.

²¹⁰ Néstor García Canclini, Op. Cit., p. 142.

²¹¹ *Ibíd*em, p. 143.

detienen en sus connotaciones simbólicas, las rechazan o las incorporan a su estética cotidiana a través de una elaboración “cultura” capaz de abarcar los productos más calificados de las culturas populares.”²¹²

Debido a tales diferencias sociales y a lo que Martín Barbero llama proceso de enculturación, el consumidor cultural no es exclusivo de alguna clase social, como en la época de Goya donde la cultura era segmentada para unos cuantos siendo la mayor producción para la realeza o profesionistas, el sujeto entonces, puede ser un individuo de clase media que consume cultura por aspirar a tenerla a ella misma o quizás, para expresarse o protestar, “El consumo puede hablar y habla en los sectores populares de sus justas aspiraciones a una vida más digna. No toda búsqueda de ascenso social es arribismo, puede ser forma de protesta y expresión de algunos derechos elementales.”²¹³

Así mismo, esto, puede aparecer un síntoma de aspiración que te hace diferente del resto de los sujetos sociales, ello porque “La lógica que rige la apropiación de los bienes en tanto objetos de distinción no es la de la satisfacción de necesidades, sino la escases de esos bienes y la imposibilidad de que otros lo tengan.”²¹⁴

Si bien, Néstor García Canclini asegura que aunque si hay segmentación en el consumidor a causa de la situación social que atraviesa, no necesariamente es el único impedimento por el que el individuo no consume cultura o la consume, “la falta de interés en sectores populares en exposiciones de arte, teatro o cine experimentales, no se deben sólo al débil capital simbólico con que cuentan para apreciar esos mensajes sino también a la fidelidad a los grupos en los que se insertan.”²¹⁵ Es decir, el consumidor cultural también deberá contar con disposición y voluntad para apropiarse de la cultura o del producto simbólico.

²¹² *Ibíd.*, pp. 90-91.

²¹³ Jesús Martín-Barbero, *Op. Cit.*, pp.230-231.

²¹⁴ Néstor García Canclini, *Op. Cit.*, p.61.

²¹⁵ *Ibíd.*, p.65.

Cuando se habla de consumo tiende a pensarse que éste, es un acto de completa irracionalidad, que el consumidor es un mero receptor que acepta todo lo dado por las grandes industrias, sin embargo en la siguiente cita, Canclini afirma que el consumidor es un ser racional:

Comprar objetos, colgárselos en el cuerpo o distribuirlos por la casa, asignarles un lugar en un orden, atribuirles funciones en la comunicación con los otros, son los recursos para pensar el propio cuerpo, el inestable orden social y las interacciones inciertas con los demás. Consumir es hacer más inteligible un mundo donde lo sólido se evapora. Por eso además de ser útiles para expandir el mercado y reproducir la fuerza de trabajo, para distinguimos de los demás y comunicarnos con ellos como afirma Douglas e Isherwood, “las mercancías sirven para pensar.”²¹⁶

Entonces ser un consumidor cultural no depende meramente de la clase social o el desarrollo tecnológico, pero en el mercado del arte las posibilidades de apropiación son reducidas a que tanta educación posee un sujeto, poder económico o interés, por ello se han dividido en:

- a) Artista: El creador y consumidor de arte.
- b) Espectador: “El artista no está aislado y todo lo que realiza busca transmitirlo a otras personas para que lo gonce, disfruten o contemplan. A estos últimos se les llama espectadores, destinatarios, consumidores o público.”²¹⁷

Existen tres grupos de espectadores, según su grado de conocimiento en el arte:

1. “Cultos: Cuando conocen en buena medida el arte, su proceso y pueden opinar con cierta suficiencia.
2. Ilustrados: Los que poseen una regular información y conocen los principales rudimentos del arte.

²¹⁶ Ibídem, p.64.

²¹⁷ José Antonio Dacal, Op. Cit., p.327.

3. Heterogéneos: Cuando sus conocimientos son mínimos y se guían por un criterio sensacionalista, propagandístico o de consumo.”²¹⁸
- c) Critico del arte: “La obra despierta una serie de impresiones, sensaciones y efectos que forzosamente hacen formular un juicio mediante una serie de principios para emitir una opinión fundada. A este ejercicio por determinadas personas se llama crítica de arte, y a quien la realiza crítico de arte (...) La tarea de la crítica de arte es eminentemente judicativo busca explicar los aspectos valiosos de la obra de arte, destacando aquellos elementos que los hacen dignos de estima o aprecio”²¹⁹ además se afirma “el crítico es un elemento mediador o intermediario entre el creador y el espectador.”²²⁰
- d) Mecenas, filántropo o protector del arte.
- e) Artesano: El hombre de ciencia que ayuda con sus materiales al artista para crear.
- f) Coleccionista: “Es la persona que invierte su dinero en adquirir y conservar obras de arte, en creaciones para satisfacer caprichos o vanidades; en otros con el afán del conocedor para integrar correctamente estilos y autores.”²²¹
- g) El Snob: “El sujeto que aparenta conocer y amar el arte particularmente el de vanguardia, haciéndose eco de doctrinas, cánones e ideales que el fondo desprecia o le resulten las más de la veces indiferentes.”²²²
- h) Los Copistas: imitan o restauran el arte o pueden ser incluso los llamados, falsificadores.
- i) Empresarios: “Sujeto que arriesga a ganar o perder dinero difundiendo las obras de arte.”²²³ O incluso se encargan de su distribución.

²¹⁸ *Ibíd*em, p. 331.

²¹⁹ *Ibíd*em, p.332.

²²⁰ *Ibíd*em, p. 335.

²²¹ *Ibíd*em, p.342.

²²² *Ídem*.

²²³ *Ídem*.

- j) El Marchant: vendedor, en ocasiones dueño de galerías, o intermediario entre el artista y consumidor.

Estos sujetos en el arte se ven también inmersos en actores morales que ayudan a difundir el arte, ellos son las universidades, las Academias de arte, Institutos de Bellas Artes y los Museo, aunque en la actualidad muchos medios masivos se han incluido en la lista.

Así el consumidor cultural se hace parte del arte, se convierte en un sujeto de acción que de manera racional elige qué apropiarse, cómo y en qué circunstancias hacerlo, sin importar la clase social y en algunos casos, el nivel de educación; pero este sentido de apropiación que un consumidor cultural vive se debe a la matriz cultural, la cual será descrita en el acápite siguiente.

4. Matrices culturales

La masificación y apropiación de Goya es un acto que le pertenece a la mediación, al consumo cultural y por supuesto a un consumidor que bajo ciertas circunstancias hace suyo al artista, pero estos procesos se ven sujetos a un factor que integra los eventos cotidianos del sujeto creador o interpretante, con todo lo que ello involucra, experiencias, emociones, rituales, hábitos, historia, la identificación con los demás o con los mismos consumos, está es la matriz cultural, pensada como una manera de unificación en el consumo, pero que a su vez se hace personal e individual.

Una matriz cultural como la “interacción social de lo cotidiano”, puede entenderse como el lugar donde el sujeto interpreta y puede ser interpretado, “los marcos desde los cuales miramos y escuchamos, meditamos y recordamos, se definen en parte según dónde estamos en el mundo y dónde creemos estar, y veces también, por supuesto, según dónde nos gustaría estar.”²²⁴

²²⁴ Roger Silverstone, Op. Cit., p. 139.

Roger Silverstone al hablar de la integración de lo cotidiano a los medios, refiere a tres dimensiones, que en esta ocasión permiten a la presente investigación, apreciar el lugar donde la matriz cultural puede surgir y ser entendida, *La casa y el hogar, la comunidad y el planeta*.

La primera dimensión, La casa y el hogar, pensados más allá del sitio físico que puede habitar cualquier sujeto, más bien el lugar mental donde surgen algunos pensamientos y experiencias:

El receptáculo de la memoria y la cognición. Las vidas que se vivieron en él, compartidas por las familias, tanto nucleares como extensas, y la familiaridad de habitaciones y tecnologías, representan en conjunto un maletín para lo cotidiano, sus historias y sus recuerdos: sobre todo, tal vez, los de la infancia. Nuestras experiencias del hogar están determinadas por las circunstancias materiales de nuestra vida cotidiana y el modo como se recuerdan y evocan. Las historias del hogar corren como venas a lo largo del cuerpo social.²²⁵

En la comunidad, la segunda dimensión, el síntoma de pertenencia se incrementa de manera sustancial al del hogar y casa, ya que “vivimos en medio de otros. En eso radica nuestra humanidad”²²⁶ el sujeto se hace miembro de barrios, etnias, mayorías o minorías dice Silverstone, porque requiere pertenecer a algo o alguien, “necesitamos que nos recuerden y confirmen constantemente que nuestro sentido de pertenencia y nuestra participación son valiosas.”²²⁷ Y aunque pueda suceder que en estos grupos el sujeto se pueda sentir excluido, siempre hallará un grupo al que unirse, y en el cual poder distinguirse del resto, “Nos distinguimos de quienes son diferentes de nosotros y creamos o encontramos los símbolos (...) para expresar esas diferencias.”²²⁸

²²⁵ *Ibíd.*, p. 150.

²²⁶ *Ibíd.*, p. 156.

²²⁷ *Ídem.*

²²⁸ *Ídem.*

Estas “necesidades” hacen integrarse al sujeto a una comunidad, entendida como: “experiencias contradictorias a la vida social. Se trata de un término descriptivo y valorativo (...) soñamos con la comunidad. Con los elementos comunes y las realidades compartidas que la apuntalan (...) La comunidad, entonces, es una versión del hogar. Pero es pública y no privada.”²²⁹

Ser una comunidad implica compartir hábitos, pensamientos, intereses, cultura, pero también debe caracterizarse por ser diferente a las demás comunidades, “y en su comprensión ocupan un lugar central la existencia, la naturaleza y el poder de los límites trazados para distinguir una comunidad de otra.”²³⁰ Tales diferencias se pueden percibir con los límites, “definen, contienen y distinguen” y los rituales, “implican un comportamiento simbólico.”²³¹

La tercera dimensión, el planeta, esboza el asunto de la globalización y el cómo se transforma lo local a lo individual a lo global y colectivo, es decir el sujeto convive en un mundo globalizado, donde la información parece ser accesible pero también fugaz, afirma Roger Silverstone: “Hasta cierto punto, la globalización es un estado mental; se entiende tanto como la imaginación. Los mapas del mundo, en sus distintas proyecciones, siempre propusieron representaciones de lo que se sabe, se cree y se pretende a nuestro alcance. Todos tenemos nuestros propios mapas del mundo y de nuestro lugar dentro de él.”²³²

Así mismo, la globalización no sólo es un estado de la mente, también es material y se presenta en “La industria, las finanzas, la economía, la organización política, la cultura, actúan juntas y separadas sobre el espacio global y el tiempo global y son construidas por ellos: trasgrediendo límites, trascendiendo identidades, fracturando comunidades, universalizando imágenes.”²³³

²²⁹ *Ibidem*, p. 157.

²³⁰ *Ibidem*, p.160.

²³¹ *Ibidem*, p. 161.

²³² *Ibidem*, p. 171.

²³³ *Ibidem*, p. 172.

Tales dimensiones permiten entender, qué bases parten de las matrices culturales de los sujetos, y como se involucran en la cotidianidad de éste, pero también existe otros factores que se distinguen con el acercamiento cada vez mayor de los sujetos con otros sujetos pero al mismo tiempo con los medios, medios de los que afirma Roger Silverstone, son las claves de los procesos sociales, así las describe:

Las que nos sitúan en el espacio, el tiempo y la identidad, las que nos permiten manejar el riesgo, la historia y la presencia de los otros, ya no están, si alguna vez lo estuvieron, libres de la mediatización. Nuestro alcance conceptual e imaginativo es ilimitado y esto se percibe, desde luego, como una liberación y una restricción (...) La tradición entra en conflicto con la traducción. La identidad, con la comunidad. El sentido, con la sensibilidad.²³⁴

En este entendido de la experiencia unida a los medios, también el autor menciona tres dimensiones indispensables, la confianza, la memoria y la otredad.

La confianza es un factor que interviene en las experiencias humanas, permite enfrentarse a sujetos, “la confianza es un recurso para hacer frente a la libertad de los otros.”²³⁵ Además facilita la confrontación con el mundo natural, “la actitud natural en el mundo que damos por sentado es la que nos permite mantener el juicio mientras transcurren la vida y los afanes diarios. Las rutinas, los hábitos, los refuerzos cognitivos y emocionales (...) las seguridades (...) y las consistencias con las cuales nuestras interacciones recíprocas se adecuan a las expectativas.”²³⁶ Y se hace indispensable tal porque, “gracias a que aprendemos a confiar en los otros aprendemos, de una u otra manera, a confiar en las cosas. Y, del mismo modo, gracias a que aprendemos a confiar en las cosas materiales, aprendemos a confiar en las cosas abstractas. La confianza, por lo tanto, se

²³⁴ Ibídem, p. 186.

²³⁵ Ibídem, p. 190.

²³⁶ Ibídem, p. 191.

alcanza y sostiene a través de la habitualidad de la vida cotidiana y las consistencias del lenguaje y la experiencia.”²³⁷

La memoria, segunda dimensión, aunque la humanidad parece perderla, “somos lo que recordamos, como naciones y como individuos; y la memoria es hoy el ámbito de luchas por la identidad y la posesión de un pasado (...) Luchas enconadas para que el pasado no se olvide; para que el presente lo reivindique, y para que el futuro reivindique el presente.”²³⁸ Es un referente eficaz del sujeto dentro de la historia y viceversa.

El simple hecho de vivir ya implica al otro, en la tercera dimensión el sujeto debe comprenderse como un ser vivo que al entrar a una sociedad supone la existencia de otros, que lo hacen definirse como individuo. “El otro incluye a los otros, personas que conozco o de cuya existencia jamás me enteré (...) Incluye tanto a quienes están en el pasado como a quienes están en el futuro. En mi sociedad y en la tuya. Pero como el Otro y yo compartimos un mundo, como yo seré tu Otro en la misma medida en que tú eres el mío, aun cuando no te conozca, tengo una relación contigo.”²³⁹

Dimensiones que permiten a la matriz cultural de cada sujeto, no sólo acercarse a otras matrices, también apropiarse o experimentar cotidianamente eventos que la reformulen o conserven, así por ejemplo las emociones, sentimientos o sensaciones se hacen experiencias que construyen a la matriz cultural y que a su vez, permiten al sujeto edificar su *hogar y casa*, integrarse a una *comunidad* a fin, y ubicarse en el *planeta*.

Son estas emociones que le generan *confianza* para integrarse a lo social y cotidiano, que son parte de la *memoria* colectiva, histórica e individual del sujeto, y le permitirán siempre integrarse a la cotidianidad como un *otro*, que vive y experimenta entendiéndose como un sujeto social, que depende del Otro.

²³⁷ Ídem.

²³⁸ Ibídem, p.201.

²³⁹ Ibídem, p. 214.

La creación es un proceso enteramente íntimo entre el artista y su obra, lo cual implica, desde malestares físicos, emociones y experiencias, esto al ser tan cotidiano en el pintor puede ser fuente de inspiración e interpretación, pero también una mediación con su público. Si bien, todo se encuentra en la mente y personalidad del creador, desde ese momento su proceso creativo ya está sujeto a matrices culturales que lo conforman y representan como un ser social que puede crear y consumir.

Cuando termina el proceso de creación llega el de revelación, donde el artista da vida física a esas imágenes que invadían su ser, estas entran en contacto con un sujeto interpretante y el proceso comienza a cambiar, la difusión se incrementa, en un pintor como lo fue Goya lo individual se hace masivo debido a un proceso de enculturación donde la tecnología cambia las maneras de consumir y apropiarse de la cultura, y también de percibir el arte, de esta manera las obras o Goya mismo se hacen un consumo cultural llevado a cabo por los consumidores culturales, cuyo valor simbólico de la obra interponen al de uso, elevando quizás la fama del genio pintor.

Entonces, la mediación y el consumo cultural ponen en contacto al artista-obra-público pero, ¿Cómo es el proceso de apropiación realmente entre estos elementos? Y ¿Qué tanto puede hacer suya una obra de arte un consumidor cultural? ¿Cuáles son las consecuencias de ello? Estas preguntas buscarán respuesta en el siguiente capítulo.

IV. Imagen: Saturno devorando a su hijo

Anteriormente abordamos los conceptos básicos de consumo cultural, estableciendo cómo se da ese acercamiento entre un proceso creativo que fuere íntimo y subjetivo, a una fase totalmente masiva, con un sujeto interpretante que conoce la obra y al artista a través de una mediación dada por una industria de la cultura que entrelaza matrices auténticas del artista-obra con las del consumidor.

En este capítulo, se abordará el proceso de apropiación con la obra y el artista, el cual permite llegar al consumo cultural, usando la obra de Goya, *Saturno devorando a su hijo*, ejemplo de una forma simbólica que en su andar histórico es llevada tras diferentes formatos y precios a lo masivo, y nos orilla a preguntarnos "El público, ¿Consume a Saturno? o ¿Saturno consume a su público?" título además del primer apartado del capítulo.

Una vez dilucidado tal acápite, estableceremos el segundo, el cual lleva el título "Proceso de Apropiación y consumos culturales" donde, a través de diversas fases unificaremos los conceptos bases de la investigación, para poder llegar así al proceso final o inicial del artista-obra-público, la apropiación, teniendo como fases, la concepción (el artista concibe mentalmente su obra), la creación (la obra existe físicamente), la recepción (la obra y el artista llegan a un público) y la apropiación (el público se hace consumidor cultural).



Saturno devorando a su hijo, 1820-23, pintura mural al óleo trasladada a lienzo,
143,5 x 81,5 cm. Madrid, Museo del Prado.

1. El público. ¿Consume a Saturno? O ¿Saturno consume a su público?

Después de haber revisado el largo camino por el cual Goya ha transitado al pasar los años, y donde su obra ha sido masificada y llevada a consumidores culturales que le observan desde su pantalla electrónica o revista mensual, nos preguntaremos, ¿Quién consume a quién?

En el cuadro, Saturno como la representación mitológica griega de Cronos, dios del tiempo, vestido en su cabellera blanca y los ojos aparentemente desorbitados, sostiene en sus manos el cuerpo mutilado de su hijo que devora por temor a perder el trono. En su boca yace el brazo ensangrentado, no hay cabeza ni un segundo brazo, sólo pintura roja que aparenta la sangre recorriendo las extremidades, Saturno comete canibalismo.

La leyenda mantiene que el dios griego Saturno, Cronos en la mitología romana, devoró a sus hijos, para evitar ser destronado por ellos, temor motivado por haber segado él mismo los genitales de su padre Urano. Saturno es, en el estilo tradicional, la figura más utilizada como el dios Marimanta para asustar a los niños (...) No deja de producir profunda repulsión el contemplar cómo la enorme boca negra saturnal engulle el delicado brazo izquierdo de la víctima, a lo largo del cual se deslizan dos riachuelos de sangre.²⁴⁰

Recordemos que fue en el año 1819 cuando Goya, atravesando una crisis médica, viudez, soledad y exilio, compró la Quinta del Sordo donde las *Pinturas Negras* dieron sombra con sus pigmentos oscuros y negros a las paredes de ésta casa, los temas lúgubres y mitológicos como *Saturno devorando a su hijo*, muchos aseguran, son la representación del estado mental y físico en el que se hallaba.

La identificación de la pintura negra goyeca como una atormentada pintura de muerte y ultratumba, *pintura depresiva* al máximo, queda avalada por todos sus elementos: la temática de apocalipsis, miseria, honor, destrucción organizada en forma de procesiones fúnebres, aquelarres y canibalismo; la

²⁴⁰240 Francisco Alonso- Fernández, Op. Cit., p. 214.

ausencia casi total de verdaderas figuras humanas y su grave distorsión con rostros monstruosos, vacíos o bestiales (...) las formas difuminadas o borrosas; el colorismo volcado en un negro espeso y un ocre oscuro, par de colores que sirve de vehículo expresivo a la depresión profunda y que equivale, en términos de Kandisky (1973), “a la negación de todo color y se remonta a la nada sin posibilidades, la inexistencia, un silencio eterno sin esperanzas.”²⁴¹

Fue casi el último periodo creativo de Goya, ya no pintaba para la corte, los límites de sus pensamientos no estaban involucrados de ninguna forma con la nobleza, sus trazos eran de cierta manera para sí mismo, “Y de esa mácula nace la violencia casi expresionista del último Goya, totalmente abocado a la visión, pero una visión voraz, sin lindes ni fronteras, que no se deja moderar por los cánones del gusto ni seducir por criterios de razón.”²⁴²

Saturno nunca pretendió salir de los muros de la Quinta del Sordo, su público en aquel momento era la gente cercana al pintor español, fue hasta la transportación de cada pintura negra a un óleo que hoy por hoy forma parte de la colección basta del Museo del Prado, donde lo íntimo se hizo público.

El pintor español interpretaba y plasmaba un evento mitológico, pero también construía un personaje, ya que la escena ya había sido pintada por el artista Paul Peter Rubens con más de 150 años de diferencia, “los dos son igualmente terribles, pero mientras que el flamenco alcanza ese grado de brutalidad mediante la descripción naturalista, Goya huye de cualquier convención y distorsiona al máximo las formas y el color, la búsqueda de una imagen que golpee sin piedad a quien se topa con ella. El reto de las escenas tiene un clímax parecido. De las infinitas posibilidades que le ofrecía la narración bíblica.”²⁴³

²⁴¹ Ibídem, p.213.

²⁴² Patxi Lanceros, *La herida trágica. El pensamiento simbólico tras Hölderlin, Nietzsche, Goya y Rilke*, Barcelona, Anthropos, 1997, p.21.

²⁴³ Javier Portús Pérez, *La colección de pintura española en el Museo del Prado*, España, Edilupa, 2003, p.208.

El cuadro entonces es más que una imagen, Goya ha creado una escena, un dialogo silencioso donde el testigo incauto mira aquel acto caníbal, Saturno resalta de la oscuridad perpleja que el pintor aragonés colocó en cada muro, no hay fondo, no hay más, sólo el ser mitológico que aterroriza a su público, pero también marca tendencias artísticas, da comienzo a la modernidad, el antagonista, el dios que devora a sus hijos para mantener el poder, es consumido por la masa, parodiado, reproducido, satirizado y copiado a destiempo.

Recordemos que al considerar este cuadro una forma simbólica, éste tiene una interpretación que busca ser interpretada, un “constructo significativo”, *Saturno devorando a su hijo* cumple las cinco características básicas de tal forma simbólica:

1. Intencional: Si bien, Goya quizás no creó para hacer masivas las pinturas negras, al plasmarlas en los muros de su casa sugirió una intensidad, al poner una figura humana comiendo a otra se expresó y también, inicio la conversación que hasta hoy sigue estando sujeta a interpretaciones de todo tipo: “Goya pinto mucho más: pinta el rostro fanático y enajenado del tiempo, de un tiempo indómito, voraz y salvaje que no se somete a cómputo no se aviene a razón. Pinta la verdad oculta de la historia, la desagradable verdad que se esconde tras la convención familiar y ordenada del calendario. Es posible que el hombre sea dueño y señor de la historia puesto que ésta no es sino invención racional, artificio de orden y cálculo; pero el tiempo persevera en su ejercicio devorador...”²⁴⁴
2. Convencional: El cuadro está hecho bajo reglas estéticas que lo han fundamentado como una obra de arte del romanticismo, pero también la imagen y la interpretación que los críticos le han dotado para la inmortalidad es la de un ser mitológico, y el público bajo estos códigos lo ha comprendido como un acto caníbal y desde luego una obra de arte.

²⁴⁴ Patxi Lanceros, Op. Cit., p.80.

3. Estructural: la barba, el cabello blanco, los ojos desorbitados, es un anciano que come el brazo de un cuerpo que está mutilado, la construcción nos crea significado y la convención lo nombra como Saturno el dios que devora a su hijo.
4. Referencial: Todo refiere a algo, Goya a un pintor español creador de obras reconocidas mundialmente como las pinturas negras (entre muchas otras), así mismo ellas destacan a *Saturno*, título que además de nombrar a un planeta, lo hace con el dios griego del tiempo o a la imagen de la melancolía, mientras que la escena dice ser un acto caníbal y la historia que es un padre devorando a su hijo.
5. Contextual: El cual fue cronológicamente descrito en el capítulo II de la presente investigación.

La forma simbólica es una interpretación de Goya para los demás, un constructo social que puede ser comprendido por todos los individuos al cumplir con ciertas convenciones, que tras un contexto social de respaldo permiten pareciera, su libre acceso.

Saturno devorando a su hijo, es una forma simbólica que implicó un acto subjetivo en el pintor, para Francisco Alonso- Fernández fue durante una depresión aguda, “Estas pintura tenebrosas se han hecho, según expresiones de Gómez de la Serna (1972), con “los ocre más sucios de la vida” su espeluznante negritud ha movido a muchos críticos y espectadores a preguntarse “si Goya estaba en sus cabales” cuando plasmó estas escenas fantasmagóricas coronadas de brujería y llenas de caras y caretas horripilantes.”²⁴⁵

Aunque nunca se sabrá cuales eran las verdaderas intenciones del artista, aquello que quería decir en las paredes de la Quinta del Sordo, diagnósticos, análisis e investigaciones señalan diversas lecturas sobre ello, Goya un sujeto solitario, enfermo, sordo y que entre sus numerosas experiencias acumuladas por los años

²⁴⁵ Francisco Aonso-Fernández, Op. Cit., p. 212-213.

había visto herida a su nación no así su creatividad y sensibilidad, creó las pinturas negras siendo enteramente éstas parte de una expresión única del artista.

La interpretación de Goya se hace física, la imagen ya es perceptible para otros sujetos, lo subjetivo se hace intersubjetivo, el psicólogo, crítico, consumidor cultural, maestro, alumno, espectador, entra a la conversación que quizás de manera involuntaria inició el pintor español y del cual cada sujeto es partícipe a partir de su propia visión y percepción intelectual, emocional y cultural.

Esta percepción se pone en marcha gracias a esa experiencia estética que una obra como *Saturno devorando a su hijo* ofrece, el acercamiento inicia cuando el sujeto se posa frente a la imagen, los colores oscuros, la escasa luz de la obra, los ojos desorbitados y el tono rojo recorriendo uno de los brazos del mutilado cuerpo nos provoca algo, en seguida nuestras experiencias, estados de ánimo, intereses, irrumpirán la lectura o la complementarán, luego la experiencia se hará externa, a partir de lo que se nos dice sobre el artista y la obra el proceso continuará, o terminará.

Una experiencia estética busca interpretar y provocar, y aunque Goya pintó en sus paredes sin más público que él y su gente aun siendo éste un proceso íntimo de poco alcance, el número de espectadores va en aumento, la integración de las pinturas negras a lienzos en el Museo del Prado significó el despunte masivo de Saturno, pero la conversación sigue siendo un acto individual entre el episodio caníbal, el pintor y el sujeto interpretante.

Si sustraemos el valor de obra de arte que la pintura ha ganado, observamos a Saturno como un personaje que se ha congelado en aquella escena ante su acto *infame*, es un anciano comiendo a otro humano de menor tamaño, no hay héroes pero si una víctima, es una historia pictórica convencional que hace partícipe a un público, aunque éste no lo refiera de primer instancia con la obra de Goya o con el mismo ser mitológico al que representa.

La construcción simbólica que sugiere el cuadro no sólo es la historia mitológica del dios griego, de los colores, el muro o el artista que lo creó, también involucra la historia misma del consumidor.

Tras estas referencias mitológicas e históricas que vive la imagen creada por Goya, y bajo el entendimiento de que como tal es una forma simbólica cuyo trasfondo precede de un proceso intersubjetivo, el cual hasta ahora continua una conversación abierta con los sujetos interpretantes, ha convertido en consumo cultural, mediato, reproducible y masivo una imagen que desde hace más de 150 años ha trascendido.

Así Saturno posado ante los muros del Museo del Prado, es observado por millones de personas cada año, las copias se multiplican con la tecnología al alcance de más usuarios, sin parecer ser suficientes las maneras de llevarlo a casa y convivir cotidianamente con él.

El propio cuadro, los souvenir(s), accesorios, libros, asumen la posición de proximidad con el artista-obra-público, acortan la aparente distancia entre Goya el artista que ha creado la obra, Saturno la imagen poseedora de cualidades estéticas dotada de un valor de uso y de exhibición que la nombran obra de arte, y el público que lleva a Goya a todas partes, lo compra en ofertas y admira en exposiciones.

Una pintura reproducida en llavero, comprimida en bytes, estudiada por psicólogos, psicoanalistas, científicos, médicos, recorre el mundo y trasciende a los años, genera historias, anécdotas, descubrimientos, regresiones, expresiones, incluso frustraciones, Saturno y su acto caníbal se hace presente no sólo como obra del pintor español más importante del romanticismo, también como la imagen de un acto moralmente indebido, la alusión mitológica del dios del tiempo, el momento que Goya estaba viviendo.

Si bien su público lo ha leído, observado y elegido como su cuadro favorito, *Saturno devorando a su hijo* es provocación, enfrentarse por primera vez a él

implica un ejercicio no sólo visual, también de recolección inmediato de información emocional y vivencial, la imagen como cualquiera, nos refiere sensaciones, emociones y experiencias, siendo este conjunto de eventos los que nos llevan a más o menos con la obra. Así el consumo es más que la compra o reproducción de una pintura o artista, es el acto mismo de hacer nuestra aquella escena caníbal, de reafirmar que tal provocación la ha hecho sobresalir del resto de las imágenes que observamos, causando un interés.

Saturno es quizás sólo pintura, nadie sabe y difícilmente sabrá lo que Goya intentó representar, cuál era su visión respecto al personaje, la historia, qué emociones transpiraba en el momento de su creación, por lo cual la información parece insuficiente pero la historia resulta basta, al grado de registrar una imagen que el pintor jamás tituló como *Saturno devorando a su hijo*, pero que desde hace años la representa en el mundo y reafirma su existencia.

La pintura negra fuera de cumplir con los estándares de belleza en una composición, traza un escenario mitológico difícilmente cotidiano, por ello la identificación con ésta, pareciera ser más compleja que en cualquier otra obra de Goya, aunque le haya merecido toda una construcción simbólica sobre su identidad, mitos, leyendas, análisis, libros, revistas, que aún en el acto *cruel* Saturno ha decidido apropiarse y formarse como un todo inmortal sin fecha de caducidad.

Por ello podemos pensar a *Saturno* y su consumo en un doble sentido, el sujeto que dota de valor simbólico a la pintura para después apropiársela y, la forma simbólica que consume a su público para dotarse a ella misma de significados y concebirse como obra de arte.

Aunque ninguno de estos sentidos es más importante que el otro, si hay un proceso, sin reglas pero sí con actores y acciones necesarias, los cuales pretenden ser descritos en el siguiente acápite, es el proceso de apropiación, ¿Qué sucede con él?

2. Proceso de Apropiación y consumos culturales

Acercarse a una obra de arte podría entenderse como una conversación de tres actores: la pintura, el artista y su público, en ella la interacción sucede como evento aleatorio a las reglas de estética y se establece bajo premisas de consumo cultural que tras los avances tecnológicos la aprecia en sus diferentes modalidades.

La Real Academia Española define el término proceso como al: “conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial.”²⁴⁶ Por lo tanto cuando hacemos referencia al proceso de apropiación de una obra de arte, nos referiremos a esas etapas que llevan al sujeto a consumir, hacer suyo al arte, aunque si bien son sucesivas, difícilmente podríamos establecer un orden.

El proceso es dividido en cuatro fases: Concepción, creación, recepción y apropiación, las cuales permitirán dilucidar a la presente investigación el camino que un consumidor cultural, obra de arte y artista recorren para cada cual cumplir sus fines.

Concepción, en esta fase el artista tendrá una mayor intervención, aunque no es algo exclusivo de él, siendo el primer actor en entrar a escena, su función es la de agente creador, el bajo su percepción del mundo, la propia abstracción de sus experiencias y el ordenamiento de sus emociones, construye una expresión que ha resultado de aquella interpretación, sin olvidar las reglas estéticas del arte.

El artista y las habilidades que lo convierten en sujeto creador, lo preparan para genera algo a partir de su interacción con el mundo, es decir el proceso es íntimo, subjetivo, pero el hombre es un ser social que siempre refiere a un entorno, al otro, por ello crear precede una historia de corte personal que busca lo más cercano, lo habitual del o en el artista, esto no se limita y difícilmente estanca en el proceso subjetivo del pintor, evoluciona.

²⁴⁶ Real Academia Española, [en línea], Madrid, *Diccionario de la lengua española*, <http://lema.rae.es/drae/?val=Proceso+> [consulta 5 de junio 2014].

La siguiente fase, creación, es aquí donde el pensamiento del artista concluye, lo que parecía ser solamente suyo se vuelve intersubjetivo, al trazar sus pensamientos en un lienzo, con tonos carmesí, en un marco de 24x30 se llega a la evolución, ya que lo común, el mundo del artista, es expuesto al del otro, comparado, reflejado o reinterpretado.

Reconocemos en esta fase a la forma simbólica, que resume lo antes dicho, la justa interpretación, convención, estructuración y contexto que la obra de arte comprende al hacerse y provenir enteramente de un ser social, es decir la pintura.

Es la pintura, quizás por sí misma, un mundo independiente a su artista, puede interpretarse y actuar a su manera bajo reglas que poco o mucho tienen que ver con su creador, si bien fue él quien estableció la composición, la conversación puede iniciarse con ella aún sin saber el título, procedencia, historia o autor, eso sin garantizar que después de presenciarla la apropiación suceda.

Para la fase de recepción el artista y su obra se encuentran ya en el dominio público, lo subjetivo se hace intersubjetivo, aquello que fuere un proceso propio del creador ve su justa mutación a lo masivo, siendo esto posible gracias a la mediación, la cual eventualmente pondrá en interacción a los actores principales, Goya, *Saturno* y el público.

Durante esta parte del proceso, existirán tantas lecturas de la obra como sujetos interpretantes expuestos a la forma simbólica, y es que cualquiera que tenga la capacidad visual y de raciocinio puede enfrentarse a *Saturno*, distinguir de él, formas, colores, y quizás simbolismos, aunque no por ello se debe pensar que *Saturno* o Francisco de Goya son un tema público, abierto a todo espectador que lo desee, como lo vimos en capítulos anteriores, el arte está sujeto a un poder adquisitivo económico, social y por supuesto de educación, que se ha visto reducido gracias a la intervención de la industria cultural.

Así es recibida la obra, en un panorama variado, con múltiples plataformas, accesos diversos, formatos, lenguajes y precios distintos en cada ciudad que

visita. La industria de la cultura colaborando a la masificación y “popularidad” de la obra, nos presenta lo desconocido, lo inaccesible, las historias, el lado humano, él es el pintor español sordo, que cubierto de locura y soledad pintó aterradoras escenas en las habitaciones de su casa, siendo nombrado por ello *pinturas negras*.

Se pone en la mesa cualquier detalle escandaloso, o poco habitual, pero también se relatan eventos que hacen de la pintura y su creador algo más humano, común a todo ser social, para que su entendimiento sea más fácil y obtenga un mayor número de espectadores.

Finalmente es en la fase de apropiación que la mediación puede concluir o iniciar, siendo esto posible gracias al consumo, en él, el artista-obra-sujeto interpretante ya son los actores principales, la forma simbólica como se esperaba generó una reacción que cobró sentido en el espectador, no olvidemos que de igual modo pudo ser labor del artista, esta reacción lleva al sujeto interpretante a generarse una experiencia propia a partir de una previamente elaborada por el mismo pintor o la industria cultural.

Asimismo, la experiencia no es suficiente para hablar de una apropiación del arte o del artista, es necesaria la intervención de la industria cultural en el proceso, la cual dirige a través de selectivas historias, datos curiosos, medios y estereotipos al proceso creativo del artista y momento culminante de éste, la intersubjetividad de la obra, algunas veces siendo más relevante que la presencia misma de la obra, así la mediación es la primera instancia de apropiación de la forma simbólica, ya que pone en contacto a los tres actores: artista-obra-público, aún predispuestos por una industria cultural pero cercanos por las matrices culturales comunes entre ellos.

Después y durante la mediación el sujeto interpretante está consumiendo cultura, porque a través de alguna de las modalidades de exposición en las que se encuentra Goya y sus obras, como museos, documentales, revistas, etcétera, ha resuelto abordar, comprar o rentar. Sin embargo es cuando el espectador entabla un diálogo con la obra-pintor que la apropiación ocurre, el consumidor cultural

toma bajo su percepción, interpretación y experiencia a Goya y a *Saturno*, los reduce a seres idénticos a él, cotidianos y tan humanos que puede hacerlos suyos, pero que mantendrán por regla básica el estatus de arte y artista.

Goya es perdurable a cualquier fecha de caducidad, con los avances tecnológicos, lo intersubjetivo es masivo, la globalización que facilitan los dispositivos móviles con ayuda de internet, permiten un mayor flujo de información, por ello, en apariencia, el arte se vuelve más accesible.

La obra y el pintor se masifican, recorren ciudades y espacios, permitiéndoles perdurar a los años y momentos sociales que sucumben la historia, sin embargo se ven expuestos a la mediación que los conecta con consumidores pero los llena de experiencias, interpretaciones y estereotipos que los van significando y convirtiendo en consumo cultural.

De esta manera, la apropiación es un proceso que ocurre desde la concepción de la obra, donde el artista bajo su propio contexto concibe una idea hasta llevarla a nombrar su creación, tal conlleva un proceso de subjetivo a intersubjetivo, pudiendo percibirla así como forma simbólica, que a su vez será recibida por un sujeto capaz de percibir y reinterpretar lo ya dado por el artista, fases conducidas por la mediación de la industria cultural.

Finalmente llega el consumo, donde el público convierte aquella primera experiencia en algo suyo, lo reproduce y produce tantas veces lo desee, generándose para sí mismo una experiencia compartida entre él, la obra y el pintor, tomándolo como un igual pero nunca olvidado el estatus que ya posee.

Este proceso que ha de involucrar al espectador con el artista y su obra, cumple con otra virtud, como se mencionó en el primer acápite de tal capítulo, los sujetos interpretantes recorren éste, para consumir y hacer suyos una obra de arte o al artista mismo, sin embargo, también es en esta serie de fases que el espectador bajo la dependencia de la industria cultural colabora a consumir y consumirse a la creación, así *devorándose* mutuamente, la forma simbólica es reinterpretada,

remasterizada, para añadirse al mundo masivo, ser económicamente e históricamente inolvidable.

Es entonces que podemos dilucidar el papel fundamental del público que se ve involucrado en la obra- artista, no como un simple espectador sino como un intérprete más colaborando a la construcción social del arte, pero de igual manera siendo consumidor de ésta, gracias a la disposición planteada por la industria cultural que la hace cotidiana, accesible a diversos tipos de público y variados precios, que aun siendo selectiva es conducida a la masa.

Y es justo en esta apelación a lo masivo que bajo interpretaciones bien o mal elaboradas, la obra se reproduce para expandirse y trascender al tiempo, pero también para asumir al sujeto interpretante como parte de tal masa, la cual contendrá en si misma variadas implicaciones sociales, como lo hemos visto en capítulos anteriores, el gusto socialmente adquirido, que va a diferir según la instrucción académica y el origen social.

Finalmente, habrá que destacar que durante este proceso de apropiación y participación del artista-obra-público, la pintura con todos sus componentes estéticos, metáforas, mitos, y apreciaciones, se convierte en el instrumento de mediación que conduce obras pictóricas a historias en común, cotidianas y accesibles, a veces anteponiendo regímenes sociales redituables al labor creativo y estético que el arte supone.

Conclusión

A lo largo de los años el arte se ha conducido por diversas etapas del pensamiento humano, representando momentos históricos de la sociedad, la económica, política y cultura, asumiéndose como un documento tangible de lo que una vez fue y está por llegar.

La evolución del arte así es una consecuencia del desarrollo que el sujeto social vive, porque es éste quien la concibe, la interpreta y hace trascender a espacios y tiempos aleatorios, usando herramientas varias que la actualizan y ponen en vanguardia.

Este inminente suceso trae consigo intereses que nada, o poco tienen de relación con el arte, pensando en aquellas cualidades estéticas que la dotan de significado, que la asumen como tal, estos intereses son ocupados por los grandes monopolios de la industria cultural, en espera de ganancias que los favorezcan e incrementen su nivel de popularidad, es decir, eleven su consumo.

Bajo este panorama, la industria se introduce al arte como proveedor y mediador entre sus espectadores, relatando en capítulos, ofreciendo exposiciones, lo que debe observar, pero además como hay que hacerlo, así podemos decir que el ojo del público se encuentra predispuesto por los estándares de la industria cultural, y como se mencionó con Pierre Bourdieu, el gusto es socialmente adquirido, el cual es educado (por ponerlo en algún término), por nuestro nivel de instrucción académica y origen social, éste facilitará o no, la comprensión, interés y posibilidades de consumo del arte.

Con el acercamiento de la industria y el arte, es posible gracias al sujeto que la crea, al pintor, artista, *genio*, que dotado de habilidades expresivas y estéticas, interpreta su mundo de la vida, lo cotidiano, cargando su genialidad de contexto histórico-social y emocional en un proceso que de subjetivo ve su justa mutación a lo intersubjetivo.

Hallamos entonces a Francisco de Goya y Lucientes, pintor que sirvió de apoyo a la presente investigación y permitió dilucidar el proceso creativo al cual se enfrenta un ser interpretante diagnosticado como genio depresivo, artista que aún bajo circunstancias adversas desarrolla su habilidad creativa, recordemos que Goya tuvo a bien pintar en una España del siglo XVIII y XIX que atravesaba una guerra por su independencia, la transición del pensamiento ilustrado al romántico, cambios culturales, pero sobre todo un declive en su salud y contexto emocional que lo dejarían en el exilio, sordo y solo.

El artista, Goya, imagina desde este espacio y tiempo, lo representa como mejor le ha parecido, sin importar los momentos que atraviesa él o su país genera imágenes provenientes de lo que ve y siente, temas comunes al ser humano, como la locura, la guerra, la sexualidad, aunque los trazos, las formas no son una copia de la realidad, sí sirven para generar una reacción que se hace presente cuando el proceso se transforma en intersubjetivo.

Por supuesto la industria cultural está involucrada en este proceso que parecería único del sujeto, la pintura es una expresión sujeta por el pensamiento creador de Goya, el cual forzosamente por proceder y concebirse desde un ser social, ha sido previsto de una carga histórica anterior, llena de estereotipos, reglas estéticas, modos ya estructurados de lo que se concebía como arte, esto son dados por la industria que también se encarga de comercializar las pinturas y por ende promocionarlas, traducirlas y seleccionarlas, llevando a Goya a campos extraestéticos donde la masa lo consuma.

Así, su imaginación no es un ente libre ni aislado de sistemas políticos o económicos que rigen el funcionamiento social, es más, resultaría complejo entenderlo fuera de alguno de ellos por los propios convencionalismos que lo asumen como artista creador. Entonces el proceso que pareciera íntimo, nada tiene que ver con una creación pura e intacta de la industria, pero sí con una interpretación bajo todos estos medios de Goya, que sin importar la temática o la gama de colores, busca una reacción.

Cuando el proceso intersubjetivo conduce de manera circunstancial a las vivencias del artista, se puede ser intérpretes, ya que la obra física se nos convierte en forma simbólica, pensada desde luego en la concepción de cultura como el conjunto de constructos significativos que se insertan en contextos, forma simbólica poseedora de cualidades que somos capaces de observar y comprender por venir de un ser social como nosotros, lo cual no significa que la apreciación o educación estética este implícita en nuestro andar, esto lo entiende bien la industria cultural y sabe aprovecharlo en su beneficio.

Como forma simbólica dice algo de alguien, Goya pinta de manera explícita en una escena mitológica como el dios Saturno devora temeroso de perder su trono a uno de sus hijos, o eso podemos significar. La imagen por supuesto no ha dicho nada de ésto, son formas sin título y tampoco el pintor español lo explico. Sabemos que aquel hombre macabro es un dios porque los críticos de arte (la industria cultural) han brindado desde hace años esta traducción, que es leída y reinterpretada masivamente.

Explicar una obra de arte implica ir más allá de una referencia, historia o anécdota, es aceptar la interpretación de lo ya interpretado, la lectura de la pintura se limitará y concentrará en los detalles que la industria cultural ha decidido como relevantes, el pensamiento se conducirá por el camino que esta industria elija para llegar a la experiencia estética, de manera objetiva, ello a través de la mediación.

La mediación es el camino dibujado por las grandes corporaciones del entretenimiento para acortar en apariencia los largos puentes que existen entre Goya, la obra de arte y el sujeto interpretante, ¿Cómo lo hace? A través de las experiencias que pueden significarnos gracias a las matrices culturales compartidas, que están implícitas en el arte, artista y por supuesto en el sujeto que la interpreta.

El pintor y su obra, así como el consumidor, están contruidos bajo matrices culturales definidas por su entorno, las costumbres, rituales, tradiciones, los propios recuerdos de su infancia que le han permitido añadirse de una comunidad

al mundo globalizado, y además involucrarse en su cotidianidad con otros sujetos que posiblemente serán a la vez intérpretes de su arte, pero estos de igual manera rigen su día a día a través de la matriz cultural para acercarse al arte-artista, y al mismo tiempo con los medios, porque son estos la clave de muchos procesos sociales actuales como las relaciones personales, la comunicación interpersonal, la difusión de la información, la transmisión de conocimiento y educación, inclusive el deshago de emociones, procesos básicos sociales, que están sujetos a los medios, como el internet o la prensa.

Acercarse al arte entonces, implica la conexión de matrices culturales compartidas entre el artista-la obra de arte y el sujeto interpretante, las cuales sirven de herramienta para la mediación que la industria cultural lleva a cabo para su difusión.

Las matrices se encuentran de manera inmediata en el proceso creativo del artista, ahí se pueden leer las experiencias, rituales y eventos cotidianos que tuvo que cruzar su pensamiento estético, lo cual explicaría el interés de la industria cultural por destacarlo antes que a la obra misma, ya que es ahí donde las emociones pueden comprenderse y compartirse.

El valor casi místico de una obra se presenta como una acción completamente humana, tanto que, un sujeto no cercano al arte, puede experimentar las mismas emociones del pintor, y es capaz además de verlas plasmadas en la creación. Así, la matriz cultural parte del artista y el consumidor cultural.

Cuando la industria cultural usa la mediación, no sólo espera hacer sentir lo que el artista vivía, o reconocer su proceso creativo como un acto totalmente humano y accesible, quiere que de alguna forma las experiencias de Goya representen al público, sean las palabras e imágenes que resuman sus momentos cotidianos, o el estandarte de sus emociones habituales, por eso en apariencia busca reducir las distancias que el espectador puede tener con el artista, ¿Cómo? A través del consumo cultural.

El consumo cultural es un acto (medianamente) racional y abordado por el consumidor, el cual sabe apreciar el valor simbólico del bien cultural que le es dado. Además de representar una fuerza de trabajo y expansión del capital, el consumo es el sitio donde las diferenciaciones sociales, la distinción simbólica y las aspiraciones sociales son posibles, por ello vivirlo significa el inicio de un proceso de comunicación que no busca sólo una reproducción del producto cultural, tomar un mensaje y decodificarlo, también espera generar sentidos nuevos para poder expandirse y construirse a sí mismo.

Al dotar de sentidos a un artista u obra de arte, son percibidos y clasificados como consumos culturales, porque se reproducen y generan bienes capitales a través de su valor simbólico, igualmente porque logran expandirse de manera masiva siendo parte habitual de la vida de un consumidor, apropiándolo a su contexto.

Goya y sus obras son así, un consumo cultural como cualquier otro producto cultural. Sujeto a numerosas reproducciones en formatos varios, estrella de televisión, libro, sitio electrónico, se masifica, los espectadores ya no están reducidos a cierta elite dueños de la cultura, la industria cultural le abre las puertas a una infinidad de intérpretes que pueden y quieren interesarse por el arte, aunque como Pierre Bourdieu lo afirmo, siempre dependientes del “patrimonio cognitivo” que el consumidor posee, referente al conjunto de códigos culturales, de instrucción académica y nivel cognitivo del sujeto.

Son un consumo cultural, Francisco de Goya, Salvador Dali, *la maja desnuda*, *Saturno devorando a su hijo*, porque se reproducen en serie, su valor simbólico prevalece al de uso o cambio, y aunque cumple con el estatus de bien cultural, cualidad que no deberá perder, puede llevarse en un souvenir de paseo o verse en una serie de televisión.

Si bien la masificación ha provocado la reproducción en serie de formas simbólicas, la mutación de objeto de culto a fetiche, y la elaboración de historias y mitos para construir famosas estrellas; está ha permitido la trascendencia del artista en el mundo.

El pintor goza de un talento innegable, pudo plasmar emociones tan puramente humanas, retratar a la nobleza y ser el precedente de corrientes artísticas de vanguardia, merece perdurar en el imaginario colectivo, tener el lugar de artista importante en la historia, por su relevancia profesional.

Goya perdura en el tiempo-espacio porque el sujeto interpretante ha elegido hacerlo participe de su vida, una experiencia que merece su atención, pero sobre todo una extensión de sus propios procesos subjetivos. El pintor español es una apropiación del consumidor cultural, que debió cruzar por facetas para que así ocurriera.

La apropiación del arte se desarrolla como un proceso evolutivo que inicia en el hacer creador del artista, ya que es él quien provee experiencias con su interpretación, y como ya se mencionó, donde la industria cultural puede igualar al genio creador con el *simple mortal*, al dilucidar que aquel pintor desarrolló bellas obras bajo tales contextos y por medio de estas matrices culturales que lo han formado como ser social.

Posteriormente, el proceso continúa con la forma simbólica tangible, que usando reglas estéticas se presenta al mundo intersubjetivo del consumidor, entendiéndose como un producto social, que por consiguiente, va a ser intencional, convencional, tendrá una estructura, dirá algo sobre algo y siempre partirá de un contexto.

El proceso continua con la recepción de la obra, aquí la mediación y la industria cobran mayor fuerza porque construyen el puente que debe cruzar el sujeto interpretante para continuar la comunicación artista-obra-sujeto interpretante, tal andar estará hecho de las experiencias recolectadas por la industria cultural en el proceso creativo del artista.

Finalmente en la última fase, los procesos de la industria y la mediación ya se han llevado a cabo, la difusión de la existente creación y artista, van a responder a

intereses económicos, políticos y sociales, hasta expandirse masivamente y lograr ubicarse en medios masivos y corporaciones monopólicas.

Con esta participación habitual de la industria en el arte, llega la apropiación como consecuencia del consumo, el sujeto expuesto a la obra y el proceso creador del artista, dilucida formas que le representan algo y le producen una reacción, ésta puede ser positiva o no, siendo así los inicios de una conversación entre el arte y el sujeto interprete. Esta conversación debe atraer y mantener el interés, motivo por el cual interviene la industria cultural que traduce la obra, la sitúa en un contexto común y la pone al alcance de cualquiera que lo decida.

Para ello, la industria tiene que convencer al sujeto de poder y querer consumir arte, así disminuye los precios, el acceso se hace libre, las técnicas estéticas aplicadas por el artista “digeribles” o pasan desapercibidas para su fácil comprensión, el objeto “místico” de adoración e intocable que el arte supone y debe guardar como identidad, es presentado como un bien cultural de la nación, que pertenece al pueblo, proviene y lo representa, pero que paradójicamente nunca estará a su alcance.

Es la disyuntiva que la industria va a resguardar, el arte puede ser accesible, presentarse en los medios y formas más comunes de la cultura, pero no así descender de su pedestal, el arte siempre será arte, aun si está reproducida en un millar de camisetas, o en una exposición al aire libre.

Bajo estos términos, el acercamiento arte-obra-sujeto interpretante resulta fácil, la industria cultural a través de la mediación nos confronta a la obra, ha dicho como fue concibida, quien era el artista, y que quiere o debiera decir, todo pensado en circunstancias cotidianas que cualquiera experimenta, matrices culturales comunes donde el sujeto puede reflejarse y comprender la obra sin algún tipo de impedimento académico o condición social, así el arte reducido a cultura, es apropiado por el consumidor cultural.

Un consumidor cultural es aquel sujeto que apropia en su modo de vida a la cultura, anteponiendo el valor simbólico que el producto representa, por el valor de su uso o cambio.

Su papel en la industria es indispensable, porque no sólo consume, compra o renta cultura, también la produce y la dota de sentido al hacerla parte de su vida. Goya va a museos a estudiar a los grandes pintores del renacimiento, asiste a academias de arte que le permiten el acceso libre a éstos, bajo su habilidad estética. La educación artística que posee y su contexto, se acerca a la obra, le da significación y el pintor español reproduce a partir lo ya producido.

Es importante destacar que esta apropiación no representa el final del arte, ni de su modo de concepción, es por el contrario la herramienta que permite a los artistas y sus obras de arte, trascender, expandirse, multiplicarse y asumirse como tales, pero ¿cómo lo hace? A través del consumo mutuo.

De un lado el artista y su obra, son un consumo cultural que ha sido reproducido y reinterpretado en toda clase de modalidades, popularizado de manera global y apropiado en varios contextos, su mediación para con el consumidor ha implicado usar matrices compartidas que se encuentran en el proceso creativo del artista, por ello podemos decir que Goya y sus creaciones son consumidas de manera masiva, porque a partir de su reproducción y traducción, se ha expandido a grandes audiencias, tanto que en Sudamérica, Europa o Centro América, el pintor español puede ser reconocido como el pintor romántico que marco pauta para la pintura moderna, o el creador de obra importantes como *La maja desnuda*.

Aunque el pintor español y su obra representan un consumo, también Goya lo hace con su público, permitiendo acrecentar la cercanía y convertir lo “culto” en habitual y cotidiano.

El artista y sus creaciones hacen suyas las críticas, reseñas, interpretaciones, producciones, simbolismos, mitos, historias, anécdotas y a partir de estas experiencias y expresiones producidas por su consumidor cultural, y desde luego

la industria, no cobra sentido porque ya lo posee, pero si se afirma a sí mismo, se reconoce como arte, ya que se produce y reproducen para tener cabida en el mundo presente.

Por consiguiente podemos decir que el arte de Goya, es consumido y apropiado porque el arte es comunicación, es decir, tenemos un discurso, la obra de arte, que provoca y genera una reacción, la cual se hace posible entender gracias a la sociedad en la que se desarrolla, esta reacción es inducida por la industria cultural, motivando el interés a través de estereotipos o estatus que consumir arte a lo largo de la historia ha implicado, pero también, de ser la extensión y representación de lo humano, de lo que yo o cualquiera puede sentir, vivir o ver.

El análisis de esta investigación partió de la teoría crítica, ya que permitió el acercamiento con la industria cultural y el arte, conceptos desarrollados en el primer acápite que a través de críticos como Walter Benjamín, Theodor W. Adorno y Max Horckheimer dieron los principios básicos de lo que sucede cuando el arte es apreciada desde y para la cultura de masas, usando como ejemplo a Francisco de Goya, del cual describimos su contexto pero además su trascender en la industria.

Para dilucidar por qué lo podemos creer un consumo y apropiarnos de su obra, esto fue desarrollado a lo largo de los tres capítulos que fueron respaldados por autores como, Jesús Martín Barbero para entender la mediación, Néstor García Canclini y la cultura, el consumo y consumidor cultural, y Roger Silverston para comprender el hacer de las matrices culturales que nos rigen.

Finalmente, el arte habla no sólo por quien la concibe, también por aquel que la dota de significado, así un ser que crea a partir de momentos dolorosos, que transforma esas imágenes monstruosas en formas lógicas y correctamente iluminadas, dona su apreciación para el otro que puede sentir lo mismo, o que por lo menos lo entiende, para que sea este quien le brinde significado, y la haga trascender, aun si su obra deja de pertenecerle para describir, interpretar o hablar

por alguien más, el arte es comunicación y como tal su evolución social infinita, mientras exista quien la signifique, ella se mantendrá.

Bibliografía.

Acha Juan, *Introducción a la creatividad artística*, México, Trillas, 1992, 253pp.

Alonso-Fernández Francisco, *El enigma Goya. La personalidad de Goya y su pintura tenebrosa*, España, Fondo de Cultura Económica, 2005, 2ª edición, 288pp.

Álvarez-Uría, Fernando; Eduardo Crespo; Carlos Soldevilla, *La constitución social de la subjetividad*, Madrid, Catarata, 2001, 269pp.

Andrés Ruiz Enrique, *Vida de la pintura*, España, Pre-textos, 2001, 211pp.

Arnheim Rudolf, *Arte y percepción visual. Psicología del ojo creador (nueva versión)*, Madrid, Alianza Forma, 2006, 514pp.

Benjamin Walter, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, México, Editorial Itaca, 2003, 127 pp.

Bendala Galán Manuel, *Manual del arte español*, Madrid, Silex, 2003, 1078pp.

Bourdieu Pierre, *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*, Buenos Aires, Siglo Veintiuno Editores, 2010, 288pp.

Bourdieu Pierre, *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. México, Taurus, 2002, 564pp.

Buendía Muñoz, José Rogelio, *El Prado básico*, Madrid España, Silex, 2001, 302pp.

Cote Baraibar Ramón, *Francisco de Goya. El pincel de la sombra*, Colombia, Panamericana, 2005, 73pp.

Cuadrado García Manuel, Gloria Berenguer, *El consumo de servicios culturales*, Madrid, ESIC, 2002, 121pp.

Dacal José Antonio, *La estética general*, México, Porrúa, 2003, 2ª edición, 452pp.

Eco Umberto, *Apocalípticos e Integrados*, México, TusQuets 2009, 2ª edición, 362pp.

Ewald Montaña Irene, *El consumo cultural: aproximación teórica y aplicada*, Saltillo, Coahuila, Universidad Autónoma de Coahuila, Coordinación general de estudios de posgrado e investigación, 2004, 174pp.

García Canclini Néstor, *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grupo Editorial Random House Mondadori, 2009, 368pp.

Hagen Rose-Marie, *Francisco de Goya 1746-1828*, Kolin, Alemania, Taschen, 2003, 96pp.

Honour Hugh, *El romanticismo*, Madrid, Alianza, 1981, 446pp.

Horkheimer Max y Adorno Theodoro W., *Dialéctica del iluminismo*, Buenos Aires, Sur, 1969, 302 pp.

Kandinsky Vasili, *De lo espiritual en el arte*, Barcelona, Paidós, 1996, 116pp.

Lanceros Patxi, *La herida trágica. El pensamiento simbólico tras Hölderlin, Nietzsche, Goya y Rilke*, Barcelona, Anthropos, 1997, 223pp.

Martín Barbero Jesús, *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*, Bogotá, Convenio Andrés Bello, 1998, 5ª edición, 351pp.

Ocampo Estela, *Teorías del arte*, Barcelona, España, Icaria, 2002, 3ª edición, 256pp.

Paoli Bolio, José Antoni, *Comunicación y juego simbólico: relaciones sociales, cultura y procesos de significación*, México, Umbral, 2002, 390pp.

Pérez-Bermúdez Carlos, *Lo que enseña el arte. La percepción estética en Arnheim*, Valencia, Universitat de Valencia, Servei de publicacions, 2000, 152pp.

Portús Pérez Javier, *La colección de pintura española en el Museo del Prado*, España, Edilupa, 2003, 221pp.

Rapell Paola, *Goya; un genio irónico en el umbral de la pintura*, Barcelona, España, Electa, 1998, 143pp.

Ribot Martín Domenec, *Goya*, Madrid, Susaeta, 2000, 96pp.

Schiaffino Mariarosa, *Goya. El arte de la vida y de la historia*, México, Serres Océano, 2003, 64pp.

Silverstone Roger, *¿Por qué estudiar los medios?*, Buenos Aires, Amorrortu, 2004, 253pp.

Sunkel Guillermo, *El consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación*, Convenio Andrés Bello, 1999, 426pp.

Schütz Alfred, *Las estructuras del mundo de la vida*, Buenos Aires, Argentina, Amorrortu, 1997, 315pp.

Thompson John B, *Ideología y cultura moderna*, México, Universidad Autónoma de México. División de Ciencias Sociales y Humanidades, 1998, 2ª edición, 488pp.

Vázquez Segura, María de la Luz, *Historia del arte*, México, DF, Cengage Learning, 2008, 352pp.

Zea Gloria, *Goya, la mirada crítica*, Bogotá, Colombia, Panamericana, 176pp.

Sitios electrónicos de consulta:

Beltrán Miguel, *Fundación Goya en Aragón*, [en línea], España, <http://www.fundaciongoyaenaragon.es/> [2013].

Fernández Gabriel, “Los 101 pintores más importantes de la historia de la pintura occidental”, [En línea], *TheAr Wolf.Com Online Art Magazine*, http://www.theartwolf.com/index_es.htm, [2013].

García Canclini Néstor, *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo, 1995, 214pp.

Glendinnig Nigel, “Goya y Lucientes, Francisco de”, [en línea], España, *Enciclopedia Online*, Museo del Prado, <http://www.museodelprado.es/enciclopedia/enciclopedia-on-line/voz/goya-y-lucientes-francisco-de/> [2013].

González Victoria, *¿Dónde está la cabeza de Goya?*, [en línea], México, *Muy interesante*, 2012, <http://www.muyinteresante.es/historia/preguntas-respuestas/idonde-esta-la-cabeza-de-goya>, [2013].

Lasso Sara, “10 pintores famosos y sus obras” [En línea], *About.com Arte*, <http://arte.about.com/>, [2013].

Museo del Prado, <https://www.museodelprado.es/>

Museo del Prado, *Goya en el Prado*, [en línea], España, *Estampas-Disparates*, http://www.museodelprado.es/goya-en-el-prado/obras/lista/?tx_gbqonline_pi1%5Bgocollectionids%5D=29 [2013].

Rizo García Marta. “Alfred Schutz y la teoría de la comunicación”, [en línea], 50 pp., Argentina, *Question, Razón y Palabra. Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación*. No 57, 2007, http://perio.unlp.edu.ar/question/numerosanteriores/numeroanterior15/nivel2/articulos/ensayos/rizogarcia_1_ensayo_15invierno07.htm, [consulta 2013].

Real Academia Española, [en línea], Madrid, *Diccionario de la lengua española*, <http://lema.rae.es/drae/?val=Proceso+> [2014].