



Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Facultad de Filosofía y Letras

Maestría en Estética y Arte

“Relación del valor económico con el valor estético de la obra de arte contemporánea.

El trabajo de Gabriel Orozco”

Tesis para obtener el grado de Maestría en Estética y Arte

Presenta:

Lic. José Manuel Figueras Corte

Director de tesis:

Dr. José Ramón Fabelo Corzo

Comité tutorial:

Dr. Ramón Patiño Espino, Dr. Gerardo de la Fuente Lora

Junio 2020

## Índice

Introducción.....	4
<b>Capítulo 1</b>	
Valor Económico.....	18
Breve historia del concepto de valor económico.....	18
Mercantilismo y Fisiocracia.....	19
Economía Política Clásica.....	21
Economía Neoclásica y la Escuela Marginalista.....	25
Crítica de la Economía Política.....	26
Valor de uso y valor de cambio.....	29
El trabajo enajenado.....	32
Trabajo concreto y trabajo abstracto.....	35
El arte como mercancía.....	38
El mercado del arte contemporáneo.....	40
<i>Before the waiting dog</i> .....	42
La oferta y la demanda.....	45
Precio – Reconocimiento, el índice de Bellas Artes y la Economía Naranja.....	46
Clasificación de Thorstein Veblen.....	50
Valor marginal vs valor estético.....	51
<b>Capítulo 2</b>	
Valor Estético.....	54
Axiología.....	56
Ética.....	61
Poder.....	67
Ideología.....	69
Intercambio simbólico.....	71

Valor signo.....	76
El carisma y la distinción.....	78
Diferentes formas sociales del capital.....	79
Capital social.....	80
Capital cultural.....	80
Capital simbólico.....	81
<i>Mis manos son mi corazón.....</i>	83
<b>Capítulo 3</b>	
Introducción final.....	86
Valores subjetivo/objetivo y valor de uso/cambio.....	89
La belleza de la muerte del arte.....	92
De la mercancía al espectáculo.....	95
S-O-S'.....	98
Gabriel Orozco.....	100
<i>Oroxco.....</i>	104
<i>Matrix Movil.....</i>	107
Artesanía ritual.....	108
Estética de la participación.....	110
Patrimonio.....	113
Conclusiones.....	117
Bibliografía.....	124
Filmografía.....	128

## ***Introducción***

En la sociedad actual de principios de siglo XXI y, particularmente, en el territorio nacional mexicano, que se encuentra notablemente influenciado por los movimientos de la hegemonía económica estadounidense y del capital mundial conglomerado en esta zona geográfica, los problemas del valor son clave en las investigaciones sociales. Es el valor económico de los objetos el que parece regir los destinos de la sociedad actual. Las mercancías, que fluyen en el mundo a través de las relaciones sociales, aparentan ser un reflejo del progreso humano. El intercambio mercantil es una relación social, muchas veces percibida como relación entre cosas, ajenas a la voluntad humana. Tal percepción fetichizada hace ver al valor económico de las cosas como independiente de cualquier marco social y como prueba infalible de su valor axiológico en general. Esta identificación que, a nivel de conciencia común en una sociedad capitalista, se da entre el precio o valor económico de una mercancía y su valor humano o axiológico, conduce, a su vez, a una identificación, en el caso del arte, entre el valor mercantil de una obra y su valor estético.

Pero, ¿es así en realidad? ¿A mayor precio económico necesariamente corresponde mayor valor estético, cuando se trata de una obra de arte? Sabido es que el valor económico de un objeto puede estar acorde a la cantidad y calidad de trabajo empleado para su elaboración, o puede variar según la necesidad que de este objeto se tenga y el estado de la relación oferta-demanda, puede incluso no corresponderse con ninguna necesidad humana, o, a la inversa, puede ser nulo para cosas en sí mismas muy necesarias. “El capital es ajeno por naturaleza a una conciencia axiológicamente universal y actúa en el terreno internacional no por buena voluntad, no buscando plasmar en la práctica determinados valores universales, sino por cálculo puro, aspirando a obtener las mayores ganancias posibles.”<sup>1</sup>

En esta investigación analizamos comparativamente el valor de la obra artística desde su ámbito económico y estético, enfocándonos particularmente en el arte

---

<sup>1</sup> José Ramón Fabelo Corzo, *Los valores y sus desafíos actuales*, p.107

contemporáneo, al tiempo que realizamos un estudio de caso con el trabajo del artista mexicano Gabriel Orozco. El problema de la investigación puede entonces ser enunciado de la siguiente forma: ¿cuáles son los fundamentos propios del valor económico de una obra del arte contemporáneo, qué relación tienen con los fundamentos del valor estético de esa misma obra y cómo se expresa esa relación en la obra particular del artista mexicano Gabriel Orozco? Las reflexiones que a continuación compartimos tienen el propósito de aproximar una respuesta general a estas preguntas.

Económicamente, como sabemos, el valor abstracto de las mercancías es el tiempo de trabajo socialmente necesario para su elaboración, la cantidad de energía promedio que se ocupa para fabricar cierto objeto, ya sea energía empleada como fuerza de trabajo y como desgaste de los medios técnicos de producción. Si bien es esta la esencia del valor de cambio de una mercancía, la cual se presenta “como relación cuantitativa, proporción en que se intercambian valores de uso de una clase por valores de uso de otra clase”,<sup>2</sup> socialmente el valor económico o el precio de un objeto ya en el mercado, se construye por medio de diferentes factores y relaciones sociales complejas. Ello quiere decir que no es únicamente su valor de cambio el que determina su precio. Ni tampoco lo determina unívocamente “la utilidad de una cosa [que es lo que] hace de ella un valor de uso”<sup>3</sup>, es decir, su capacidad de satisfacer necesidades humanas. Valor de uso y valor de cambio -categorías de la Economía Política Clásica- no son suficientes para explicar los desproporcionados precios que adquieren ciertas mercancías, como las obras de arte, sobre todo hoy, cuando la reproductibilidad técnica de las imágenes<sup>4</sup> ha dado lugar a un desarrollo impetuoso de la industria cultural<sup>5</sup> que confluye en una sociedad espectacularizada<sup>6</sup>. Bajo esas condiciones se precisa un desarrollo crítico de la economía política que incluya otras categorías como las de la de capital simbólico, capital cultural y capital social, entre otros.<sup>7</sup>

---

<sup>2</sup> Karl Marx, *El Capital*, T. I, Cap. I, p.45

<sup>3</sup> *Ibidem*. p. 44

<sup>4</sup> Cfr. Walter Benjamin, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, Cap II – “La reproductibilidad técnica”.

<sup>5</sup> Cfr. Max Horkheimer y Theodor W. Adorno, *Dialéctica de la ilustración*, Cap. “La industria cultural”.

<sup>6</sup> Cfr. Guy Debord, *La sociedad del espectáculo*.

<sup>7</sup> Cfr. Pierre Bourdieu, *Las estrategias de la reproducción social*, Cap. 7 - “Capital simbólico y clases sociales”.

En nuestro estudio analizamos el valor no sólo económicamente, como valor de uso y valor de cambio, sino también axiológicamente, es decir, más allá de la producción, distribución y consumo del objeto como mercancía. En tal sentido axiológico del término, el valor se da de tres maneras o en tres dimensiones:<sup>8</sup> una objetiva, dependiente de las relaciones de significación social o humana que adquiere cualquier objeto al incorporarse mediante la praxis en el sistema de relaciones sociales; otra subjetiva, donde el humano, individual o colectivamente, valora el objeto según su necesidad y gusto; y aun otra, instituida, en la que los valores responden de diferentes maneras a las relaciones de poder prevaletentes en el universo humano de que se trate. Todo ello muestra la complejidad y multidimensionalidad del tema que se aborda.

El problema a analizar, primeramente, es demostrar que el objeto artístico, o la obra de arte, aun sin dejar de serlo, se convierte en una simple mercancía cuando se integra al mercado, sometiéndose a una lógica, la lógica mercantil, que, en buena medida, le es ajena a su artisticidad. Por tanto, este objeto puede analizarse como cualquier otra mercancía, juzgándolo por el simple hecho de que es producido, intercambiado y consumido como cualquier otro bien. Dentro de la lógica mercantil, la obra de arte sería un bien cuantificable según el tiempo de trabajo socialmente necesario empleado en su producción, y las leyes de la oferta y la demanda. Aquí nos acercamos a otro problema, el de la valorización económica, según el cual el capital variable o la fuerza de trabajo artística es diferente a aquel que participa en la simple manufactura de celulares que se producen en serie. En el primer caso desempeña un papel excepcional de la actividad creativa del artista, cuyo valor tiende incluso a ser sobredimensionado económicamente por la carga simbólica que porta. Si se igualara todo tipo de trabajo, se estaría reduciendo a un solo nivel las habilidades humanas y no se diferenciaría entre la creatividad e imaginación de cada artista en singular. Ello, por supuesto, no quiere decir que el peso específico de esa creatividad singular o particular sea equiparable cuantitativamente a lo que ello significa en precio de la obra de arte.

Dentro de la esfera de la circulación de mercancías, la obra de arte se vuelve aún más compleja para nuestro estudio. Es aquí donde se encuentra la clave instituida para

---

<sup>8</sup> Cfr. J.R. Fabelo Corzo, *ob. cit.* Cap. I – “Sobre la naturaleza de los valores humanos”

valorar económicamente este objeto de consumo cultural. Fuera de las manos del artista productor, su obra ya no es suya, como objeto inalienable, sino que ahora forma parte de una sociedad que le reconoce un determinado valor cultural, como un objeto donde se posa irrevocablemente la cultura específica o patrimonio y, en tal sentido, su valor económico podría llegar a ser incalculable. Hay que tomar en cuenta que una de las características del sistema capitalista es su ambición por instaurar un precio a todo, hasta al aire que se respira. Su vocación natural es que ese precio sea lo más alto posible para obtener una ganancia cada vez mayor. La valoración de esta obra en el mercado, fuera de su fábrica, gremio o taller de producción, ahora está a cargo de mercaderes que buscan incorporar a esta un valor agregado lo más alto posible, cuya magnitud dependerá del alcance simbólico que en la sociedad logre tener esta mercancía. El mercado la transforma en capital cultural, según su valor objetivo, valor de uso, pero, sobre todo, por la carga simbólica que la dimensión instituida le incorpora, fundamentalmente a través de la fetichización del objeto artístico, que permite una inflación extraordinaria de su precio, muy conveniente a los intereses del capital.

A la construcción de ese fetiche, que termina siendo la obra de arte de un autor reconocido, contribuyen las instituciones artísticas, las galerías, los museos, los grandes críticos de arte y la autoridad alcanzada por el propio artista en procesos previos. Que el mundo del arte y, tras él, la sociedad toda, sobrevaloren una parte importante de los productos del arte contemporáneo, es la condición *sine qua non* de su capitalización como producto mercantil altamente rentable.

Ello explica el sobredimensionamiento de ese tipo de capital variable que es el trabajo creativo del artista. Sin menoscabar su importancia, ¿podría decirse que es cien o mil veces más valioso, como a veces lo que se paga por él podría indicar, que el trabajo de un científico que crea vacunas contra enfermedades o del médico altamente profesional que salva cotidianamente decenas de vidas humanas? Bien miradas las cosas, existen necesidades básicas concretas que la sociedad debe resolver antes que valorar una pieza de cerámica, pero la ambición del poder hegemónico y la centralidad que este le otorga a la maximización de las ganancias, aprovechan en favor propio la función cultural<sup>9</sup> que el arte

---

<sup>9</sup> Cfr. W. Benjamín, *ob. cit.* Cap. VI – “Valor de culto y calor de exhibición”.

siempre ha tenido, dotándolo de una suerte de existencia trascendental que, como capital cultural, busca el incremento de su valor por medios no estrictamente económicos. El arte ofrece un capital que tiene la particularidad de no depreciarse, sino de crecer, con el paso del tiempo. La originalidad y la autenticidad de un producto artístico tiende a ser más valorada en la medida en que mayor distancia temporal existe en relación con su nacimiento. De ahí que tienda a propinarle un cada vez mayor capital simbólico a su poseedor. Todo ello lo convierte en un ámbito privilegiado de inversión de capital.

Pero, aun siendo mercancía el arte en la sociedad contemporánea, el ámbito del mercado no agota su importancia como valor. Más allá del valor económico, está el valor estético, humano general, axiológico, de la obra de arte. El objeto del arte es la única mercancía que entra y sale del mercado de valores económicos sin tener alguna transformación material. La obra de arte, que cuenta con un valor agregado por su historia y su significación, se vuelve un patrimonio para la sociedad por lo que aporta a la misma o por lo que ella lo valora. Esta es una especie de ventana de salida de la mercancía artística del mercado capitalista. Su reposo con respecto a la circulación mercantil la convierte en un objeto inalienable que deja de reflejar su valor en otro objeto de cambio; su valor original se ha elevado incalculablemente y tiene tanto significado cultural que ya no se puede alienar por ningún factor. En cierto sentido, sale del mercado. Esta es una contradicción del propio sistema capitalista, el cual, a pesar de que valoriza todo económicamente para su intercambio, no puede evitar que los objetos, sobre todo los culturales y artísticos, valgan por sí mismos de acuerdo a su significación humana, valor que no siempre es expresable en términos de dinero, ni necesariamente ha de corresponderse con el que económicamente el mercado le otorga.

Las mercancías artísticas, con todo y que lo son, forman un universo de valor complejo, donde confluyen los valores materiales intrínsecos del objeto, la fuerza de trabajo humana aplicada para su elaboración, los valores axiológicos correspondientes a su relación de significación con la sociedad y el valor cultural o simbólico del que, de una u otra forma, se ha hecho acreedor. No podemos dejar de lado ninguno de estos factores que componen el valor de la obra artística. Analizaremos a cada uno en este estudio con el mayor

detenimiento posible, de manera que podamos acercarnos a una noción sobre el verdadero valor del arte con toda la complejidad que este implica.

La novedad de esta investigación radica en la actualización del enfoque que da al estudio de la obra de arte contemporánea desde la crítica de la Economía Política, como crítica de una mercancía dentro del mercado. A ello se le suma la comparación de los resultados de este enfoque con los que proporciona la filosofía axiológica para determinar la función y valor estético de la obra de arte. Ello redundará en un abordaje complejo del tema del valor del arte que supere las fracturas que en este sentido han existido entre la economía política y la estética en el estudio del tema.

Tal enfoque complejo, que aúne lo económico y lo estético, no es el resultado de una aleación caprichosa que se le quiera imponer al objeto de estudio. Por el contrario, busca reproducir la propia complejidad intrínseca de la obra artística contemporánea, que responda simultáneamente a dos lógicas: la del mercado en la que está inserta como mercancía, por un lado, y, por el otro, la asociada a su función vital, autopoética, como producto generador de una reproducción ampliada de la vida humana y propiciador de un crecimiento espiritual en sus usufructuarios.

No se trata de dos lógicas desconectadas entre sí. Sin ser reductibles ni identificables, ambas dimensiones de la obra artística contemporánea, la económica y la estética, se interceptan y condicionan mutuamente. Por un lado, el valor estético de una obra puede o debe, aunque lejos estamos de que así ocurra siempre, condicionar su valor económico. Si el precio de un valor cultural dependiera más de su valor de uso que de su valor de cambio, así debiera ocurrir y, aun cuando frecuentemente no ocurra, no puede obviarse esa perspectiva posible y deseable en la que uno y otro valor se correspondan. Por otro lado, si la realización concreta del valor estético de una obra depende, entre otras cosas, del público al que llegue y, hoy por hoy, el principal mecanismo de distribución social de los productos culturales es el mercado capitalista, pues no hay dudas de que el valor mercantil que se le reconozca a una obra incidirá directamente en su nivel de realización como valor estético.

Está claro que esta relación idílica entre mercado y arte pertenece más al reino de las utopías que al de las realidades concretas. Lo que más puede hoy apreciarse es un

mercado cultural, encerrado en su propia lógica capitalista, ceñido a la maximización de la ganancia y no regido por las verdaderas necesidades espirituales de la sociedad. Al responder más a una demanda inflada -las más de las veces fabricada por el propio mercado-, que a las reales necesidades de crecimiento espiritual de la gente, los productos culturales son máspreciados por la respuesta que ofrezcan al mercado que por el enriquecimiento espiritual humano que puedan propiciar. El arte como mercancía es una muestra clara que narra la alienación y enajenación del ser humano en el capitalismo.

Pero, de que ello sea así hoy no se deriva que así deba ser, mucho menos para siempre. El análisis crítico de esta relación compleja entre arte y mercado hoy prevaleciente es premisa necesaria para modelar una manera distinta en la que pueda darse este vínculo. El estudio de la función que el arte, más allá de lo económico, desempeña dentro de la sociedad contemporánea, nos remite a su valor para la humanidad. En los tiempos de un anunciado fin del arte,<sup>10</sup> se requiere una vuelta a la raíz originaria del arte como un objeto estético, cuya principal razón de existencia esté en las necesidades humanas que satisface y no en los dividendos que pueda acarrear al capital. Se hace hoy más necesario que nunca confrontar lo que el arte significa para la humanidad con lo que de él ha hecho el mercado.

Analizamos la obra plástica de un artista mexicano reconocido, como es el caso de Gabriel Orozco, quien ha generado una variada y múltiple obra artística a través de su trayectoria. Su producción incluye obras tan disímiles como *Caja de zapatos vacía* y *Matrix movil*, que difieren bastante en su contenido filosófico y en la contextualidad que las puede resignificar. El respeto que por el artista se debe guardar, mucho más en el caso de los que ya ostentan amplio reconocimiento en el mundo del arte, no debe significar para el artista inmunidad a la crítica y, para el crítico, autocensura obligada. Más reconocimiento debe implicar más responsabilidad y más compromiso por parte del artista y no licencia abierta para realizar cualquier cosa y llamarlo arte. De igual modo, para el académico y todo aquel responsable de mediar entre la obra y el público, significa más alerta crítica. Por ello, en nuestra propuesta académica buscamos comparar y contrastarlas, por su valor económico y su valor estético, algunas obras de este afamado artista.

---

<sup>10</sup> Cfr. Arthur C. Danto, *Después del fin del arte*, Cap. 3 - "Relatos legitimadores y principios críticos".

Al referirnos al nivel de tratamiento del problema, profundizamos en lo realizado hasta ahora con respecto a la crítica de los productos culturales y artísticos como mercancías, es decir como unidades de un sistema de producción abstracto, en el que queda siendo marginal el valor estético o artístico del producto. Nos interesan aquí las investigaciones previas sobre el fetichismo dentro de la mercantilización de los bienes culturales, sobre la relación contradictoria entre obra-mercancía y obra-arte, sobre la medida en que una u otra responde a cierta ideología. Asociado con ello, nos resultan de interés los trabajos que vinculan el valor de uso, el valor de cambio y el valor simbólico en las obras de arte, así como su valor estético y su valor axiológico. Y esto nos importa no sólo en el plano estrictamente teórico, sino también como medio o instrumento metodológico para concretar un estudio práctico en la comparación de la obra plástica del artista mexicano Gabriel Orozco.

El problema del valor económico con ciertos niveles de contraste con la utilidad de las cosas ha existido desde los tiempos en que la humanidad comenzó a crear objetos con un significado diferente a su uso utilitario, objetos, por ejemplo, con funciones mágicas, rituales, religiosas, es decir, objetos fetichizados en los que el valor de cambio de lo creado se diferenciaba de su uso. Quiere decir que estos valores-fetiches se generan desde la misma evolución humana, lo cual nos permite analizar la fetichización de la obra de arte en la sociedad capitalista contemporánea como caso particular e históricamente concreto de cierta tendencia general registrables en la historia de la humanidad.

Los casos del intercambio simbólico de valor se investigan desde la ciencia antropológica, como se hizo con los estudios del intercambio como el *potlach*, el intercambio, o el análisis del don, o *gift*, ya argumentados por el antropólogo Marcel Mauss.<sup>11</sup> Este análisis nos lleva al campo del intercambio puramente simbólico, sin la transacción de ningún bien económico, sólo en función del prestigio de los interactuantes entre los que está presente la relación de intercambio. En vínculo con este tipo de situaciones puede traerse a colación los conceptos de *valor signo* y *capital simbólico* de autores como Jean Baudrillard y Pierre Bourdieu, respectivamente, los cuales retoman la posibilidad del intercambio como un proceso de gasto suntuario o consumo ostensible,

---

<sup>11</sup> Cfr. Mauss, Marcel, *Sociología y antropología*, Cap. II – “Ensayo sobre los dones”.

posibilidad que ya había sido tomada en cuenta por Thorstein Veblen en su *Teoría de la clase ociosa*.<sup>12</sup> Este intercambio simbólico que se da en la sociedad genera una relación basada en el *carisma, o prestigio*, como lo veía Max Weber.<sup>13</sup> Aun en la actualidad estos términos que describen el intercambio fuera del área económica nos ayudan para analizar el juego de la circulación de la obra de arte contemporánea, campo hacia el cual aún no se han aplicado del todo estos conceptos y análisis.

En vínculo con lo señalado, se confrontan las opiniones de Adolfo Sánchez Vázquez<sup>14</sup> sobre el sentido histórico material de la función evolutiva del arte y su valoración social, con las ideas del profesor Bolívar Echeverría<sup>15</sup> sobre el valor de uso y la utopía del arte en función de la humanización de los objetos, además de analizar los escritos de Néstor García Canclini<sup>16</sup> para descifrar la fuente del uso antropológico de la obra de arte como una producción simbólica.

La crítica de la economía política nos lleva a tomar en cuenta las ideas de Walter Benjamin<sup>17</sup> acerca de la estética y la sacralización de la obra de arte convertida en una mercancía monótona y abundante dentro del mercado, así como la crítica a la industria cultural que realizan Adorno y Horkheimer,<sup>18</sup> todos relacionados a la escuela de Frankfurt. Necesariamente se analiza críticamente las posiciones sobre el fin del arte por medio de las palabras de Arthur C. Danto.<sup>19</sup> Además del análisis constructivo de la teoría sobre la sociedad del espectáculo y su relación con el sistema de valores sociales, por medio de las propuestas de Guy Debord<sup>20</sup> y Gilles Lipovetsky.<sup>21</sup> Este análisis ayuda en la contextualización actual del problema del arte contemporáneo y el fin de sus discursos legitimadores en una coyuntura posmoderna, lo que vale analizar también en el contexto nacional mexicano.

---

<sup>12</sup> Cfr. Thorstein Veblen, *Teoría de la clase ociosa*, Cap. IV – “Consumo ostensible”.

<sup>13</sup> Cfr. Max Weber, *Economía y sociedad*, Tercera parte, Cap. IX – “Carismatismo”.

<sup>14</sup> Cfr. Adolfo Sánchez Vázquez, *Invitación a la Estética*.

<sup>15</sup> Cfr. Bolívar Echeverría, *Valor de uso y utopía*.

<sup>16</sup> Cfr. Néstor García Canclini, *La producción simbólica*.

<sup>17</sup> Cfr. W. Benjamín, *ob.cit.*

<sup>18</sup> Cfr. Theodor Adorno y Max Horkheimer, *ob. cit.*

<sup>19</sup> Cfr. A. C. Danto, *ob. cit.*

<sup>20</sup> Cfr. G. Debord, *ob. cit.*

<sup>21</sup> Cfr. Gilles Lipovetsky, *La estetización del mundo*.

Los valores axiológicos los abordamos desde las teorías de Risieri Frondizi,<sup>22</sup> Jan Mukarovsky<sup>23</sup> y el profesor José Ramón Fabelo Corzo,<sup>24</sup> enfocándonos en la valoración estética que el humano da a la obra de arte y a los objetos en general. También someteremos a juicio crítico la relación entre arte y valores instituidos a través del poder, releyendo para ello a Luis Villoro<sup>25</sup> y su teoría del poder.

En el trabajo se hace uso de categorías básicas de la crítica de la Economía Política para desentrañar los fundamentos del arte como una mercancía, partiendo del análisis del proceso al que este objeto se somete dentro del sistema capitalista, tanto en su producción, como en su circulación y consumo. Las teorías que se tomarán en cuenta en el estudio partirán de los conceptos de valor de uso y valor de cambio que Karl Marx ocupa en *El Capital*; así como el concepto valor/signo que Jean Baudrillard utiliza en su *Crítica de la Economía Política del Signo*; además de los términos de capital simbólico, cultural y social de Pierre Bourdieu en su análisis de la reproducción social.

Se toma en contraparte la teoría axiológica de los valores, para contrastar el valor en sentido axiológico con el valor económico, y resignificar la doble función (estética y económica) de la obra de arte en la sociedad. Trabajamos desde la teoría de los valores de Risieri Frondizi para analizar la jerarquización de los valores humanos; el análisis del valor y su relación con la colonialidad y la descolonización de Aníbal Quijano; y las opciones teóricas que parten desde nuestra universidad con el proyecto de los valores y sus desafíos actuales del profesor José Ramón Fabelo Corzo.

Se analiza el objeto del intercambio simbólico, como estudio desde un punto de vista antropológico e histórico, para lo cual se toma en cuenta el potlatch y el intercambio kula analizado por Marcel Mauss con su concepto de don; o regalo, de Hyde Lewis<sup>26</sup>, esto bajo el método del materialismo cultural de Marvin Harris.

---

<sup>22</sup> Cfr. Risieri Frondizi, *¿Qué son los valores?*

<sup>23</sup> Cfr. Jan Mukarovsky, *Función, norma y valor estético como hechos sociales*

<sup>24</sup> Cfr. José Ramón Fabelo Corzo, *ob. cit.*

<sup>25</sup> Cfr. Luis Villoro, *El poder y valor*

<sup>26</sup> Cfr. Hyde Lewis, *The gift must always move*

La teoría estética nos ayuda a conocer las implicaciones sensitivas que en la actualidad se tiene del producto artístico en la sociedad de consumo y espectáculo. Donde se analiza su evolución como un objeto de placer individual y clase social, y se investiga su estatus actual como objeto de necesidad humana. Para ello tomaremos en cuenta las teorías del profesor Adolfo Sánchez Vázquez sobre una estética de la participación, y las de Bolívar Echeverría, sobre el valor de uso y su comunicación, como clave para entender la obra de arte actual.

La metodología que aplicamos a lo largo de la investigación apunta hacia un marxismo abierto, el cual utiliza como enfoque la crítica al fetichismo en los conceptos. Argumentando que los conceptos también cuentan con una doble cara en las relaciones sociales, lo que oculta su forma de lucha de clase en forma fetichizada. “Para verlos como lucha social, tenemos que abrirlos, criticar su apariencia, entenderlos como formas que ocultan y niegan su contenido. Abrir las categorías significa criticar su forma fetichizada”.<sup>27</sup> Intentamos abrir los conceptos clave que nos ayudan a tratar el tema del valor, como: valor económico y valor simbólico, en primerísima instancia, y de ahí partes otros tantos conceptos que estructuran la lógica de nuestro argumento entre las desigualdades de valor en la obra de arte contemporánea. Al abrir los conceptos tomamos críticas de autores que a lo largo de la historia han teorizado en el tema del valor, además recurrimos a la transversalidad de las ciencias para ayudarnos a dar un fundamento teórico científico a nuestra tesis.

Nuestra hipótesis de trabajo parte del reconocimiento de que los factores que inciden en el valor económico de una obra de arte no necesariamente coinciden con los factores que la hacen valiosa desde el punto de vista estético. Esa no coincidencia puede ser por defecto o por exceso, debido a que ambos tipos de valor responden a lógicas relativamente distintas, la lógica mercantil, en el primer caso, y la lógica de las demandas espirituales de la vida humana, en el segundo. Aun así, esta dualidad lógica podría tender a suprimirse bajo determinadas condiciones sociales y siempre que la lógica mercantil (valor de cambio) se acerque, responda o se subordine a la lógica humana (valor de uso) de la obra artística. Para que ello ocurra, lo simbólico tendría que dejar de ser una barrera entre valor

---

<sup>27</sup> John Holloway, *Clase  $\equiv$  Lucha*, p.11

económico y valor estético, para convertirse en un puente entre ellos. Esta relación contradictoria, entre los diferentes tipos de valores que soporta la obra de arte, puede apreciarse, en nuestro caso particular, en algunas de las obras del reconocido artista mexicano Gabriel Orozco.

El primer capítulo está dedicado al análisis de la obra de arte contemporánea como mercancía, al valor económico, así como al modo en que se rige por leyes del sistema capitalista de producción, distribución y consumo. Bajo el supuesto de que la obra de arte es una mercancía, su valor económico fluctúa por valuaciones monetarias que se determinan por factores de mercado.

Este valor económico difiere como regla de su valor histórico y axiológico, al que está dedicado el segundo capítulo, que analiza el valor estético. Lo estético se analizará aquí en tanto síntesis de otros valores extraestéticos,<sup>28</sup> pero también axiológicamente positivos. En tal sentido el valor estético de una obra de arte dependerá de las diversas funciones positivas, pedagógicas, epistemológicas, identitarias, etcétera, que está pueda cumplir.

El hecho de que no coincidan entre sí los factores que condicionan el valor económico y el valor estético nos plantea la necesidad de abocarnos a un análisis crítico comparativo entre ellos y a la búsqueda de algún mecanismo de acercamiento. A ello está dedicado el tercer capítulo, en el que también estaremos analizando comparativamente la relación entre unos y otros factores en el caso de un artista reconocido como lo es Gabriel Orozco. El estudio de caso de Gabriel Orozco nos demuestra que la valoración económica no se rige por las pautas sociales comunes, donde el tiempo de trabajo socialmente necesario para la producción de un objeto no coincide con el valor económico de la obra de arte realizada. Se comparan las obras *Before the waiting dog*, *Mis manos son mi corazón*, *Caja de zapatos vacía* y *Matrix móvil*, las cuales visiblemente requirieron de una fuerza de trabajo muy diferente. Notamos que la valoración económica excede con mucho su costo real. Con esto resolvemos que el arte se aleja de los límites económicos de valoración y nos tenemos que ayudar de otro tipo de valores, ya sea estéticos o axiológicos, que se agregan a

---

<sup>28</sup> Cfr. J. Mukarovsky, *ob. cit.*

su valor económico, dando como resultado el superfluo precio que se le otorga como obra de arte.

En las conclusiones de nuestra tesis sintetizamos críticamente el desfase propio del sistema capitalista entre el valor estético real de las obras de arte y su apreciación mercantil y nos referimos a posibles vías de solución o minoración de este desfase, basados en las lecciones contrastantes que puedan extraerse del análisis comparativo de la obra de un reconocido artista como Gabriel Orozco directamente vinculada con la vida comunitaria de ese universo humano.

# Capítulo 1

Valor Económico

Breve historia del concepto de valor económico

Mercantilismo y Fisiocracia

Economía Política Clásica

Economía Neoclásica y la Escuela Marginalista

Crítica de la Economía Política

Valor de uso y valor de cambio

El trabajo enajenado

Trabajo concreto y trabajo abstracto

El arte como mercancía

El mercado del arte contemporáneo

“Before the waiting dog” de Gabriel Orozco

La oferta y la demanda

Precio – Reconocimiento, el índice de Bellas Artes y la Economía Naranja.

Clasificación de Thorstein Veblen

Valor marginal vs valor estético

## **Valor Económico**

Dentro de la Economía, campo de estudio que atañe este capítulo, el valor ha sido la piedra angular de las teorías económicas desde que se acreditó como ciencia hace dos siglos. La pregunta que le da origen es hasta hoy su principal objeto de estudio ¿Qué le da valor a una mercancía? Este capítulo pretende dar un esbozo circunstancial, acorde al tema en cuestión de la investigación, para conocer el origen económico del valor, el cual atravesará por las diferentes teorías económicas que abordan el tema desde los inicios hasta la actualidad.

En la actualidad moderna de inicios del siglo XXI, el valor económico parece regir los movimientos de la sociedad en donde las mercancías son reflejo del progreso humano y manejan las interacciones sociales como relaciones entre cosas, lo que se nombrará como el fetichismo de la mercancía<sup>29</sup>. Las relaciones sociales manipuladas por medio de la interacción de los objetos/mercancías dan cuenta del problema de la sociedad actual buscando el mayor beneficio al menor costo. Esta disertación entre objetos y su valor intrínseco domina las relaciones sociales de nuestro tiempo. Es por ello que debemos conocer y reconocer el transcurso de este método de elección, para analizar la desembocadura en la socialidad actual.

Al analizar el concepto de valor económico será posible adentrarse al eje fundamental del sistema de producción capitalista actual revisando las relaciones sociales que este sistema crea y desarrolla. “Si abordamos la teoría del valor desde este punto de vista, nos enfrentamos entonces con la tarea de demostrar que el valor: 1) es una relación social entre personas; 2) asume una forma material; y 3) se relaciona con el proceso de producción”.<sup>30</sup>

### **Breve historia del concepto de valor económico**

---

<sup>29</sup> Karl Marx, *El Capital*, T. I, Cap. I

<sup>30</sup> Illich Rubin, *Ensayos sobre la teoría marxista del valor*, p.115

Para reconocer aquellos estudios sobre qué es el valor económico se han dado discusiones, desde siempre, inherentes al intercambio de cosas entre los humanos. Comenzaremos este capítulo desde el análisis teórico que otorga la historia de la económica comenzando con el mercantilismo y los fisiócratas, pasando por las teorías que rigen aún a la economía política clásica y teorías neoliberales hasta llegar a las teorías económicas contemporáneas de inicio de siglo XXI, esfuerzo no sin más justificado dado que el concepto de valor económico rige en los cimientos de toda teoría económica.

### **Mercantilismo y Fisiocracia**

Los mercantilistas fueron parte de los primeros comerciantes burgueses que viajaron largas rutas para intercambiar productos. Su mayor auge, como clase social, se da en los siglos XVI y XVII en los Países Bajos cuando el sistema político todavía era regido por una monarquía absoluta y se comenzaban a instaurar el Estado-Nación. Famosos fueron aquellos flamencos por sus viajes al rededor del mundo. El concepto de mercantilismo nunca fue acuñado por los teóricos de tal época, fue hasta que el economista clásico inglés Adam Smith nombró a esa corriente de pensamiento y acción. No se reconoce algún claro ejemplo de autores de dicha corriente económica pero en la historia de la economía se distingue como el principio de los movimientos mercantiles en la fase económica de inicios del capitalismo como sistema de producción.

Esta fase de comercio se basó en comprar barato y vender caro. Eran usureros mundiales, situación que ayudó en la llamada acumulación originaria,<sup>31</sup> así como en la ampliación de los mercados, especialmente el saqueo que se da en el continente americano. Esta fue la base de material que dio nacimiento al sistema capitalista y al modernismo, el oro y la plata dan pie al intercambio desigual con el continente y la estructura de división del trabajo internacional que se da para el futuro del sistema. “Entre 1503 y 1660, llegaron al puerto de Sevilla 185 mil kilos de oro y 16 millones de kilos de plata. La plata transportada a España en poco más de un siglo y medio, excedía tres veces el total de las

---

<sup>31</sup> Cfr. K. Marx, *ob. cit.* Cap. XXIV

reservas europeas. Y estas cifras, cortas, no incluyen el contrabando”.<sup>32</sup> El poder que se repartía al resto de Europa por medio del cambio mercantil tiene sus albores iniciales justo en este sistema de intercambio desigual como bien enuncia ese capítulo del uruguayo Eduardo Galeano, “España tenía la vaca, pero otros tomaban la leche”.

El valor económico en esta fase temprana, conformadora del capitalismo como sistema de acumulación, producción, circulación y consumo, sirve solo como valor de equivalencias entre las mercancías. Estas solo son utilizadas como un referente de consumo o de uso con un valor agregado mayor debido al comercio injusto. “El poseedor de mercancías sólo se aviene a desprenderse de las suyas a cambio de otras cuyo valor de uso satisfaga sus necesidades”.<sup>33</sup> Generando un intercambio de valores económicos injusta que solo satisface la acumulación de un bloque Europeo, y propicia la acumulación por despojo.

Los Fisiócratas, por su parte, son una escuela ya establecida del pensamiento económico del siglo XVIII, “el sistema fisiocrático es la primera versión sistemática de la producción capitalista”<sup>34</sup> y entre sus principales teóricos resaltan Francois Quesnay, Thomas Hobbes y Jacques Tugort. El termino fisiocracia. Etimológicamente, quiere decir “gobierno de la naturaleza” y es precisamente este fundamento el que abordan estos teóricos, indicando que la naturaleza, entiéndase como ésta la tierra y el mar, transformada por el trabajo, es la única fuente principal para la creación de valor económico. “En cuanto a la abundancia de las materias, está limitada por la naturaleza aquellos bienes que, manando de los dos senos de nuestra madre común la tierra y el mar, ofrece dios al género humano, bien gratuitamente, bien a cambio de trabajo”.<sup>35</sup> Ellos dotan a la tierra, como medio de producción, la única fuerza posible para engendrar un mayor valor del cual se le imprime en un principio. “No pierdan jamás de vista el soberano y la nación que la tierra es la única fuente de riquezas, y que es la agricultura quien las multiplica”.<sup>36</sup>

---

<sup>32</sup> Eduardo Galeano, *Las venas abiertas de América Latina*, p. 40

<sup>33</sup> K Marx, *ob. cit.* Cap. II. 49

<sup>34</sup> K. Marx, *ob. ci.* Cap. XIX, p.321

<sup>35</sup> Thomas Hobbes, *Leviatan*, Cap. XXIV, p.14

<sup>36</sup> *Cfr.* Francois Quesnay, *El Tableau Economique y otros escritos fisiócratas*.

La Ilustración francesa de este siglo da pauta para el inicio de las teorías del librecambismo, impulsado por *laissez faire* (dejar hacer, dejar pasar) contrario a la fuerte intervención del naciente Estado, a favor de los terratenientes y el mercantilismo burgués.

El valor como poder de la naturaleza es un fenómeno que deberíamos tomar en cuenta en la actualidad para adquirir una mayor conciencia del daño climático que se le está infringiendo a nuestra Madre Tierra, que tiende a un límite natural de producción y “cualquiera que sea su carácter específicamente social, se entrelaza siempre en este terreno (el de la agricultura) con un proceso natural de reproducción”.<sup>37</sup> Claro está que el valor de la naturaleza no solo nos beneficia del excedente de alimentos y materias primas, que por sí sola produce, sino además de los valores intrínsecos que otorga a la salud y al goce humano, tanto física como espiritualmente. Sería imposible no deleitarse con el aire puro y las hermosas vistas que la Sierra Norte del Estado de Puebla nos otorga. Desde aquí nos adherimos a la conciencia de valor, no solo económico, que la naturaleza tiene para nosotros como sus habitantes. Apelamos a la idea de que no todos los beneficios de la naturaleza deberían intercambiarse económicamente, dejar que la vida misma nos ofreciera ese goce natural.

### **Economía Política Clásica**

La escuela de pensamiento de la teoría Económica Clásica, data de finales del siglo XVIII y todo el siglo XIX conjunto a la revolución industrial. Es aquí donde se comienza a dar un giro de pensamiento que proclama a la fuerza humana que se imprime al producto en el trabajo para otorgarle un valor.

Desde los economistas clásicos como Adam Smith y David Ricardo, se ha llegado a la conceptualización de que es el trabajo humano sobre la naturaleza, para transformarla, lo que le imprime un cierto valor al producto. En Adam Smith, se comienza el acercamiento a la teoría del valor-trabajo, que analizaremos más adelante a detalle con D. Ricardo que es

---

<sup>37</sup> K. Marx, *ob. cit.*, p. 321

quien la conceptualiza. Al indicar esto, el pensamiento acerca de la procedencia del valor económico se establece en el área de la producción, contrariamente al pensamiento mercantilista en el que la circulación era quien dotaba de valor a las mercancías, o la posición fisiócrata donde el excedente de valor era dado por la fuerza de la naturaleza. Es desde aquí donde el trabajo humano se comienza a posicionar como fuente de valor.

Para el economista Adam Smith, inglés del siglo VXIII, el valor económico, provenía de los “salarios, beneficios y renta [que] son las tres fuentes originarias de toda clase de renta y de todo valor de cambio”<sup>38</sup> o precio, así, descompone “en las tres fuentes de ingresos: la del obrero asalariado, la del capitalista y la del terrateniente, el salario, la ganancia y la renta del suelo”,<sup>39</sup> con esto se quiere decir “que el valor de la mercancía es la premisa de la que hay que partir y que diversas partes de este valor dado corresponden, bajo la forma de diversas rentas, a las personas interesadas en el proceso de producción”.<sup>40</sup> Nos sigue diciendo Karl Marx, “pero el obrero no puede vivir del *precio* de su trabajo, del dinero en que se le paga su salario; realiza este dinero al comprar artículos de consumo, los cuales pueden consistir, en parte, en mercancías producidas por él mismo”.<sup>41</sup> La diferencia se desarrolla entre el valor producido por la fuerza del trabajador y el valor que necesita para recuperar esa fuerza que se pierde al imprimir al objeto de trabajo, olvidando el excedente de valor que se crea en la producción. No se puede pagar a una costurera con los propios pantalones que produce, ella ya ha añadido su trabajo en los mismos, además de que sus necesidades no se reducen a solo una prenda de vestir; o comparar el trabajo de un cirujano especialista con la remuneración de sus medios de supervivencia mínimos necesarios.

El problema en el razonamiento de A. Smith, es su confusión entre los conceptos relacionados de renta, como pago de salarios, y fuerza de trabajo, “es decir, al hacer equivalentes valor y salarios, se ve imposibilitado para explicar la operación de la ley del valor en una sociedad capitalista”.<sup>42</sup> Es aquí donde K. Marx introduce el concepto de plusvalía como excedente de trabajo no remunerado, para resaltar el error de cálculo de A.

---

<sup>38</sup> Adam Smith, *La Riqueza de las Naciones*, T. I, Cap. II, p. 51

<sup>39</sup> K. Marx, *ob. cit.* T. II, Cap. XIX, p. 324

<sup>40</sup> *Ibidem*, p.341.

<sup>41</sup> *Ibidem*, p. 327

<sup>42</sup> Arturo Guillen, *Adam Smith y la teoría del valor-trabajo*, p. 19

Smith. “Pero, como todo trabajo se descompone en dos partes: 1° tiempo de trabajo necesario, durante el cual el obrero no hace más que reproducir un equivalente del capital adelantado para comprar su fuerza de trabajo, y 2° trabajo excedente con el que produce un valor para el capitalista por el que éste no paga ningún equivalente, o, lo que es lo mismo, una plusvalía, resulta que el valor de las mercancías tiene que reducirse siempre a estas dos partes, creando, por tanto, en último resultado, como salario la renta de la clase obrera y como plusvalía la de la clase capitalista”.<sup>43</sup>

Justamente, el valor de la mercancía no reside exclusivamente en la transferencia de valor que los medios técnicos de trabajo se ocuparon en su fabricación, entendemos que el valor también reside en la fuerza de trabajo que se descarga en la esfera de la producción, tanto el trabajo que se ocupa para producir cada mercancía, como el trabajo excedente del que se apropia el capitalista, es decir, el valor de la fuerza de trabajo más el valor añadido por los medios de producción así como el excedente de trabajo del que se apropia el capitalista, la plusvalía.

El precio de la mercancía, cualquiera que sea este, puede fluctuar por diferentes agentes de mercado externos, ya sea la oferta y la demanda o alguna fluctuación persuadida, mientras que el valor de la fuerza de trabajo necesaria para su elaboración varía según la calificación del trabajo impregnado, problemática dada por el concepto de trabajo abstracto que enunciaremos posteriormente.

La teoría del liberalismo económico nos muestra las aspiraciones individuales, por no decir, las ambiciones, de cada uno de los supuestos libres trabajadores, como el motor que equilibra la economía en su conjunto ya que “no es de la benevolencia del carnicero, del cervecero o del panadero que esperamos nuestra comida, sino de su preocupación por sus propios intereses. Apelamos, no a su sentido humanitario, sino a su auto estimación, y nunca les hablamos de nuestras propias necesidades sino de sus ventajas”.<sup>44</sup> Desde este comienzo como productores y trabajadores, supuestamente libres, se comienza a acrecentar la brecha entre el trabajo comunitario y el trabajo individual, dando como resultado histórico la escisión del trabajo y la comunidad; la enajenación del trabajo productivo.

---

<sup>43</sup> K. Marx, *ob. cit.* Cap. XIX, p. 342

<sup>44</sup> Adam Smith, *ob. cit.* T. I, Cap. II, p. 23

David Ricardo, economista inglés, en su libro *Principios de Economía Política y Tributación* de 1817, inicia una conceptualización del valor-trabajo. Argumenta que “el valor de una mercancía, o la cantidad de cualquier otra mercancía por la cual se intercambie, depende de la cantidad relativa de trabajo que es necesaria para su producción, y no de la mayor o menor compensación que se pague por este trabajo.”<sup>45</sup> Posición contraria a A. Smith, en la que podemos ver la falsa relación que se tenía entre salario y valor, o valor y costo de reproducción de la fuerza trabajo, omitiendo también la plusvalía.

El autor Maurice Dobb señala que D. Ricardo “criticó a A. Smith por su confusión entre cantidad de trabajo y trabajo necesario, como medida de valor. En segundo lugar desarrolló el argumento de que el valor de una mercancía depende de ‘la cantidad relativa de trabajo que es necesaria para su producción, y no de la mayor o menor compensación que se paga por su producción’”.<sup>46</sup> Ampliando la diferencia entre los conceptos de trabajo y salario, donde *la cantidad relativa de trabajo* se muestra diferente a la cantidad monetaria por la que se paga este tiempo de trabajo, demostrando que existe una diferencia de valor entre estos dos conceptos, trabajo diferente al precio, aquí es necesaria la conversión conceptual de los valores en precios producción.

D. Ricardo en su formulación de la teoría de valor-trabajo, se obstina en encontrar una mercancía, o valor, un *patrón invariable*, como él lo nombraba, que no fluctuara y fuera un equivalente general para el intercambio. Era crucial para su análisis “encontrar una medida del valor que fuera invariable ante cambios en la división del producto [salarios, rentas, plusvalía]; porque si un alza o una baja de los salarios, por sí misma, dieran como consecuencia, un cambio en la magnitud del producto social [valor absoluto], sería difícil determinar con exactitud su efecto sobre los beneficios [plusvalía y rentas]”.<sup>47</sup> En un primer análisis fija al grano, semilla primigenia de cualquier planta, como esta medida invariable. “Ricardo siguió un método consistente en aislar el grano como el único producto que es requerido para su propia producción y la producción de todas las mercancías”.<sup>48</sup>

---

<sup>45</sup> David Ricardo, *Principios de economía política y tributación*, Cap. 1. “Sobre el valor”

<sup>46</sup> Maurice Dobb, *Teoría del valor y de la distribución desde Adam Smith*, p.92

<sup>47</sup> *Ibidem*, p.99

<sup>48</sup> Piero Sarffa, *Producción de mercancías por medio de mercancías*, Apéndice D, p.129

Argumento sacado de la escuela fisiócrata, y aunque de una poética humanista muy bella, no es plausible en la argumentación práctica de la economía. El mismo D. Ricardo arguye que “es imposible disponer de tal medida porque no hay mercancía que en sí misma no esté expuesta a las mismas variaciones que las cosas cuyo valor ha de ser investigado”.<sup>49</sup> No existen mercancías que estén libres del influjo de las corrientes de la oferta y la demanda del mercado, u otros factores económicos sociales. El mismo papel moneda o el oro como metal están sujetos al intercambio dentro del mercado y son respaldados por cierto costo de producción o alguna base financiera material que los avale. Es, por tanto, imposible encontrar un objeto o mercancía que no varíe dentro del sistema económico productivo y que sirva como ejemplo comparativo o valor universal de cambio fijo.

### **Economía Neoclásica y la Escuela Marginalista**

En esta apartado englobaremos a las teorías de la escuela Marginalista y la Neoclásica debido a su punto en común acerca del valor subjetivo de las mercancías. Estas dos escuelas se suceden temporalmente y funcionan como un pensamiento opuesto a las teorías clásicas de la economía política.

La escuela Marginalista, o la escuela Austriaca, es un corriente de pensamiento económico de finales del siglo XIX, 1870 aproximadamente, representada por autores como: Carl Menger, Friedrich Von Wieser, William Jevons, Vilfredo Pareto, entre otros. Esta teoría se fundamenta primordialmente en la matematización de la economía y los presupuestos del libre mercado como regulador.

La teoría Neoclásica acontece en la década de 1950 teniendo como su máximo exponente a Alfred Marshall junto con autores previos como León Walras, Friedrich Hayek y Ludwin Von Mises, además de otros exponentes con diferencias teóricas, pero dentro de la línea neoclásica, como John Maynard Keynes. Todos ellos bajo la crítica directa y opuesta a la teoría marxista, aceptando postulados contrarios en la economía como los

---

<sup>49</sup> Citado por Maurice Dobb en, *ob. cit.* p.97

supuestos del equilibrio general, el individualismo metodológico y la utilidad marginal, la cual es su teorización del valor, siendo el punto que nos interesa.

Su teoría del valor marginal se antepone directamente a la teoría del valor-trabajo de la economía clásica. El ejemplo común que se ocupa para explicar esta hipótesis es la paradoja del agua y los diamantes. La pregunta es ¿por qué se prefiere un puñado de diamantes ante un vaso de agua sabiendo que el agua es vital para la vida y los diamantes son sólo ornato? La respuesta desde la teoría neoclásica, es la regulación del mercado desde la oferta y la demanda, mientras el agua es un bien común, tanto que hasta cae del cielo, y los diamantes son escasos, el consumidor prefiere por la dificultad de obtención y escases obtener un bien menos común que otro simplemente cotidiano. La utilidad marginal de un producto siempre tiende a decrecer según la satisfacción alcanzada. El sujeto no pagará el mismo costo por el primer vaso de agua que por el cuarto consecutivo, ya que la satisfacción será menor.<sup>50</sup> El modelo imaginario es el caso de un individuo en el desierto, el cual pagaría una fortuna por un solo vaso de agua, debido a su escasez. De aquí se deriva el supuesto de la utilidad marginal, que es la medida de satisfacción última del consumidor ante el producto.

Por tanto, el valor de las cosas para la teoría neoclásica, la cual surge hace más de 150 años y sigue con estos supuestos, es la intención individual por satisfacer sus propias necesidades únicas. Un rapante individualismo que abstrae al sujeto de todo entorno social y contradictorio a las razones biológicas genocéntricas que procuran el bien de la especie humana. Mientras el individuo tenga el máximo goce personal como consumidor, el valor del bien ofrecido será óptimo. Su valor económico está directamente influenciado por la suma de los goces individuales de la sociedad y su regulación según la oferta y la demanda del mercado. La utilidad marginal o la importancia de un bien o servicio para un individuo es una cuestión de circunstancias y preferencias personales y según esta teoría neoclásica, la escasez y la necesidad de goce dan el valor económico a la mercancía.

## **Crítica de la Economía Política**

---

<sup>50</sup> Cfr. <http://www.mises.org.es/2014/10/%c2%bfque-significa-marginalidad/>

La Crítica a la Economía Política, fundada con el autor alemán Karl Marx, representativo de la filosofía moderna, utiliza el concepto de valor como la medida de la *fuerza de trabajo socialmente necesaria* para la elaboración de alguna mercancía. “El tiempo de trabajo socialmente necesario es el requerido para producir un valor de uso cualquiera, en las condiciones normales de producción vigentes en una sociedad y con el grado medio de destreza e intensidad de trabajo”.<sup>51</sup> La medida promedio de trabajo realizado con las habilidades humanas y el progreso técnico, se vuelve fundamental para poder calcular una cantidad de valor-trabajo. Se deben nivelar teóricamente las comparaciones desiguales de las destrezas humanas y el avance tecnológico para poder conseguir un cociente como supuesto y con esto poder analizar el fenómeno en su totalidad. Así pues, el valor de las mercancías se reduce al trabajo humano necesario para su producción y el desarrollo de la técnica implementada. “En cuanto valores, todas las mercancías son, únicamente, determinada medida de tiempo de trabajo solidificado”.<sup>52</sup> El valor físico humano que se integra al objeto producido, se materializa en el intercambio como valor económico y se realiza en el consumo, en su uso, este es el ciclo de las mercancías. “La constitución del valor por el desgaste de trabajo tienen que expresarse como valor de cambio en la relación social de intercambio que es una relación meramente formal y que está condicionada por una relación social previa más básica que es la relación de la sociedad con la naturaleza”.<sup>53</sup>

Más adelante tendremos que acercarnos a la diferencia implementada por Marx entre el trabajo concreto y el trabajo abstracto para poder diferenciar las habilidades y destrezas de cada productor humano, punto de relevancia en el tema, ya que no debemos comparar el trabajo de un manufacturero de alfileres y un experto pintor.

K. Marx antes de adentrarse en este complejo sistema conceptual para definir el valor económico, debió tomar, como buen economista, ciertos supuestos. Empezando por la crítica sobre A. Smith, debe igualar los precios y los valores de las mercancías para poder desentrañar el excedente de valor, que es la plusvalía. “Si en la realidad los precios

---

<sup>51</sup> K. Marx, *ob. cit.* T.I., Cap. I, p.48

<sup>52</sup> *Ibidem*, p.49

<sup>53</sup> Jorge Veraza, *Leer El capital hoy*, p.136

divergen de los valores, debemos, antes que nada, reducir los primeros a los últimos, o en otras palabras: tratar las diferencias como accidentales a fin de que los fenómenos puedan ser observados en toda su pureza y para que nuestras observaciones no se vean interferidas por circunstancias perturbadoras que nada tenga que ver con el proceso en cuestión”.<sup>54</sup> Es decir, en una producción simple de mercancías, la cual no amplía su monto de producción debido a la reinversión del trabajo excedente o plusvalía, que produce una cierta cantidad de mercancías exacta hasta el infinito, un círculo cerrado sin ampliación. Esta suposición únicamente sirve para el análisis teórico, ya que el fin del propio sistema capitalista es su reproducción ampliada, “(...) el desarrollo de la producción capitalista convierte en ley de necesidad el incremento constante del capital (...) le obliga a expandir constantemente su capital para conservarlo y no tienen más medio de expandirlo que la acumulación progresiva”.<sup>55</sup>

El aporte de K Marx, y la crítica a Adam Smith, está en el mismo concepto de plusvalía, que desentraña la hostilidad del sistema capitalista de producción hacia los trabajadores porque el “capital es plusvalía capitalizada. No encierra, desde su origen, ni un átomo de valor que no provenga del trabajo ajeno no retribuido”.<sup>56</sup> Con el uso de esta herramienta conceptual, K. Marx pudo discernir la diferencia entre trabajo y fuerza de trabajo, punto crucial de la crítica nunca resuelta que D. Ricardo hacia a A. Smith. Donde la plusvalía es la diferencia de valor por el cual el capital sigue su movimiento de reproducción ampliada, además de que este término es la base fundamental para su crítica sobre la economía política, aunque siempre ha tenido detractores, dentro de la economía neoclásica, como lo hace notar Pierre Salama, citando a A. Samuelson, “La plusvalía es, por tanto, este disfraz del beneficio que debe ser examinado antes de que la verdadera naturaleza del beneficio pueda ser descubierta. Sin el análisis del beneficio en el libro III [refiriendo al Capital de K. Marx], la economía política estaría desprovista de toda base racional”.<sup>57</sup> Tras esto vemos la importancia del concepto de plusvalía que funge como base crítica para destruir el sistema teórico clásico liberal y la justificación neoclásica.

---

<sup>54</sup> Karl Marx, *El Capital*, T.I., Cap. I, p.144

<sup>55</sup> *Ibidem*, Cap. 23, p.527

<sup>56</sup> *Ibidem*, p.528

<sup>57</sup> Citado por Pierre Salama en, *ob. cit.* p. 143

La diferencia entre la teoría del valor de D. Ricardo, como el tiempo de trabajo, es la complementación que K. Marx da a este principio. Él piensa en un sentido complementario y dialectico donde la esfera de la producción se integra con la esfera del consumo, dando un ciclo cerrado que se repite y se regenera. “El valor no se constituye solamente en la producción sino que involucra también a la circulación, donde se reflejan las necesidades del consumo, y sólo allí se puede constituir la magnitud del valor”.<sup>58</sup> Respalda esta teoría complementaria y dialéctica de todo un proceso entero de la fase capitalista “el argumento del tiempo de trabajo socialmente necesario (...) es un argumento crítico, porque está señalando que el valor se establece a partir de la represión social de las necesidades y las capacidades”.<sup>59</sup> “El argumento del tiempo de trabajo socialmente necesario (...) es un argumento crítico, porque está señalando que el valor se establece a partir de la represión social de las necesidades y las capacidades”.<sup>60</sup>

### **Valor de uso y valor de cambio**

El valor de uso es la capacidad intrínseca, en la corporeidad propia del objeto, por la cual es útil para el ser humano y por lo que es requerida. Es la manera en que nos satisface de acuerdo a su utilidad, “la utilidad de una cosa hace de ella un valor de uso”<sup>61</sup> sirviendo de provecho al consumidor con la meta de satisfacer cualquier tipo de necesidad humana por medio de cualquiera de los sentidos.

En contraste, se muestra su concepto como valor de cambio, obligatorio en este tipo de sistema productivo capitalista, para su intercambio; este valor económico, se indica en la comparación directa con cualquier otra mercancía. El valor de cambio se presenta “como relación cuantitativa, proporción en que se intercambian valores de uso de una clase por valores de uso de otra clase”,<sup>62</sup> es decir, es el equivalente de valor expresado en cualquier

---

<sup>58</sup> J. Veraza, *Leer El capital hoy*, p.138

<sup>59</sup> *Ibidem*, p.140

<sup>60</sup> *Ídem*.

<sup>61</sup> K. Marx, *ob. cit.* p. 44

<sup>62</sup> *Ibidem*, p. 45.

otra mercancía. Este valor de equivalencia es expresado en tiempo de trabajo socialmente necesario; para su debido intercambio en el mercado, se debe llevar hasta la abstracción de valor enfrascado en todas las mercancías para poder intercambiarlas por una medida en común.

En la fase histórica del capitalismo, para que se pueda dar un intercambio de productos dirigidos a la satisfacción de las necesidades individuales de las personas (valor de uso), es necesaria la igualdad entre las mercancías diferenciadas (valor de cambio). Es preciso que cada una de las mercancías existentes muestren su valor de cambio, por la comparación en la abstracción del trabajo de cada una de ellas, pues “consideradas como valores de cambio, las mercancías no son más que medidas determinadas de tiempos de trabajo coagulado”.<sup>63</sup>

Es este el trabajo en la producción directa de la mercancía lo que le otorga valor, y también por el cual la persona se realiza como ser humano productor de una comunidad que construye su conciencia individual. “La forma mercancía es la forma general que adopta el producto del trabajo, y donde, por consiguiente, la relación entre unos y otros hombres como poseedores de mercancías se ha convertido, asimismo, en la relación social dominante”.<sup>64</sup> De esta manera es como el individuo se relaciona condicionadamente con la sociedad, por medio de las mercancías y las relaciones humanas que éstas entrelazan: “producir y consumir transformaciones de la naturaleza resulta ser, simultáneamente y sobre todo, ratificar y modificar la figura concreta de la socialidad”.<sup>65</sup>

En la actualidad, de inicios del siglo XXI, es el valor de cambio de las mercancías lo que domina su destino de fabricación; este contrapuesto de valor con otra mercancía, predestina su nacimiento como tal. En el capitalismo no se crean mercancías para satisfacer las necesidades humanas sino que se producen para intercambiarse por otros valores, pudiendo así realizar el plusvalor intrínseco en cada una de ellas para seguir aumentando el capital con las cuales se producen. El valor de uso de cada mercancía es siempre relegado, no importa el porqué de su utilidad práctica en la vida común o si de verdad tiene ese

---

<sup>63</sup> *Ibidem* p. 48.

<sup>64</sup> *Ibidem*, p. 74.

<sup>65</sup> Bolívar Echeverría, *Valor de uso y utopía*, p.167

destino provechoso. El mercado actual sólo necesita este intercambio para seguir creciendo y alimentado al gran capital acumulativo. Se ha olvidado el destino de la mercancía como facilitador del intercambio de objetos útiles entre humanos conforme a su expansión en la fructífera técnica inventada. Sólo se ve el beneficio de producción por el cúmulo extra de valor que se pueda realizar y si su ganancia está siempre en crecimiento.

No obstante, el valor de uso es la parte de la mercancía que va formando la conciencia singular de la persona que la consume. Desde el momento en que la necesidad humana requiere la satisfacción de cierto deseo, ya se está dando un carácter a la conciencia individual, pasando por el método en que se consigue, se transforma y se finaliza en su disfrute. Así es la lucha histórica interminable de la humanidad por encontrar el modo correcto de satisfacer las necesidades. El humano se construye constantemente a través de esta búsqueda en cada uno de los infinitos objetos existentes, tanto como lo es el arte. En el paso de la historia, va adiestrándose en el modo correcto de su producción y consumo, formando la conciencia colectiva mediante el progreso en los procesos de creación cíclica de las mercancías y de su transformación conforme el tiempo histórico. Justamente, el ser humano imprime su huella racional e imaginativa en cada objeto fabricado y utilizado.

La interacción entre el humano y el objeto de satisfacción es una condición que determina el modo en que se desarrolla el ser humano como individuo dentro del entorno social. La manera de pensar de un individuo está en estrecha relación con la interacción que este tiene con las mercancías que se encuentran a su alrededor, y con los conocimientos que se pueden encontrar en cada una de ellas; es decir, la materialidad de la vida humana y su afecto a las herramientas, nos ayuda a evolucionar históricamente. Cuando esta relación individual de satisfacción se concreta, es necesaria la enseñanza de la técnica para su reproducción en la sociedad en progreso. El saber individual se añade entonces al conocimiento social por medio de los objetos, construyendo nuevas relaciones sociales, las cuales irán modificándose gracias a la transformación evolutiva de las herramientas en común. Por tanto, no existe otro objeto más importante en el crecimiento cultural de la conciencia social que aquellos producidos por el arte, tan significativos entre la interacción y el intercambio por medio de estos objetos dentro de las sociedades diferenciadas.

## El trabajo enajenado

Para puntualizar adecuadamente en lo que se han convertido las percepciones de la mercancía para el ser humano, debemos introducir el problema de la enajenación como un concepto fundamental en la crítica de la Economía Política.

Debemos recalcar la importancia del trabajo en la conciencia humana. “El trabajo es el factor que constituye la mediación entre el hombre y la naturaleza; el trabajo es el esfuerzo del hombre por regular su metabolismo con la naturaleza. El trabajo es la expresión de la vida humana y a través de él se modifica la relación del hombre con la naturaleza: de ahí que, mediante el trabajo, el hombre se modifique a sí mismo”.<sup>66</sup>

El trabajo que el individuo imprime a cualquier mercancía es trabajo dado, una fuerza de trabajo, desgaste de energía humana, que ahora existe en el objeto creado, pero que será poseído por otro individuo mediante el intercambio. En el orden del sistema capitalista, la desposesión y la propiedad privada son regla de apropiación del trabajo humano. Primeramente se debe tener posesión de las herramientas que van a producir una mercancía, es decir, los medios técnicos de producción, tanto las máquinas (capital fijo), como las manos humanas (capital variable). El capitalista, dueño del mayor monto de inversión para iniciar el ciclo de la producción, distribución y consumo de cualquier mercancía, se debe apropiarse de estas herramientas para poder explotarlas y obtener así una ganancia que le sirva para ampliar la producción. Tanto las máquinas como los humanos dentro de la fábrica, o espacio de producción, deben ser posesión del capitalista. Es aquí donde el trabajo se desprende del humano, “el trabajador queda rebajado a mercancía, a la más miserable de todas las mercancías; que la miseria del obrero está en razón inversa de la potencia y magnitud de su producción”.<sup>67</sup> El obrero sólo es importante por su fuerza de trabajo (socialmente necesario), o valor que puede impregnar o bien ser explotado en la cadena de producción objetivado al producto.

---

<sup>66</sup> Erich Fromm, *Marx y su concepto de hombre*, p.28

<sup>67</sup> K. Marx, *Manuscritos: economía y filosofía*, p.104

Con esta escisión entre el trabajador y su trabajo, el objeto se convierte en un valor económico, aunque un valor ajeno, fuera del ser humano. “El producto del trabajo es el trabajo que se ha fijado en un objeto, que se ha hecho cosa; el producto es la objetivación del trabajo”.<sup>68</sup> Es aquí donde comienza el ciclo de la apropiación del valor económico por medio de un intercambio desigual, donde la plusvalía es el excedente de trabajo que se explota y del que se apropia el capitalista, dueño de los medios de producción. La apropiación por desposesión de la fuerza de trabajo es lo que la enajenación del trabajo no deja claramente ser observada por el mismo trabajador desposeído, aquél que ingresa al área de trabajo bajo un sueldo que no le remunera realmente el total de su fuerza de trabajo, o valor, que será impregnada a una mercancía y que él no reconocerá como fruto de su propio trabajo porque ahora es propiedad privada del capitalista quien, desde luego, paga por los servicios de este obrero. “Esta realización del trabajo aparece en el estadio de la Economía Política como desrealización del trabajador, la objetivación como pérdida del objeto y servidumbre a él, la apropiación como extrañamiento, como enajenación”.<sup>69</sup>

La enajenación es el cambio cualitativo de la percepción del ser humano con respecto al objeto creado. El trabajo impregnado en esta mercancía se aprecia de manera distante, no se logra visualizar correctamente el valor económico de un objeto y se olvida todo el contacto humano que se puede establecer por medio del trabajo durante su elaboración. Es una venta invisible llevada por la sociedad, que no deja observar la mano humana que cada objeto lleva en su fabricación. “La enajenación del trabajador en su producto significa no solamente que su trabajo se convierte en un objeto, en una existencia exterior, sino que existe fuera de él, independiente, extraño, que se convierte en un poder independiente frente a él; que la vida que ha prestado al objeto se le enfrenta como cosa extraña y hostil”.<sup>70</sup> Debido a la enajenación, nos hemos ido separando, deshumanizando, desentendiéndonos realmente del objeto, de lo que verdaderamente es, de donde proviene y de la función que rige su materialidad sobre nuestra conciencia. “Se trata de una sociedad de propietarios privados en la que lo comunitario se encuentra destruido y en la que ha sido abolida la conciencia que tienen los seres humanos de la gestión de sus necesidades t

---

<sup>68</sup> K. Marx, *Manuscritos: economía y filosofía*, p.105

<sup>69</sup> *Ídem*.

<sup>70</sup> *Ibidem*, p.106

capacidades, de la gestión de lo que producen. Esta es, pues, una sociedad de individuos que son inconscientes de su socialidad”.<sup>71</sup>

Éste es un paso para la alteración destructiva de la conciencia acerca de los objetos que nos rodean. Es una deconstrucción o, mejor dicho, una reconstrucción del modo de ver; es un artilugio más del sistema capitalista para reprimir al ser humano en su realización, en su modo de percibir la realidad de objetos y mercancías, porque “el sujeto sólo puede contemplar, transformar y gozar humanamente del objeto en la medida en que no se deja absorber o esclavizar por él”.<sup>72</sup>

Con este cambio en la apreciación de las mercancías, el ser humano está sentenciado a no reconocerse a sí mismo en ellas. Este daño a los sentidos va atrofiando la percepción humana individual, va dañando su sensibilidad ante las cosas y también ante las propias relaciones humanas; aquí, sólo se da el consumo inducido por el sistema, “donde está excluido en absoluto el disfrute de la cosa: el artículo desechable, que a su vez convierte en desechables las sensaciones mismas y actúan en la práctica como una especie metafórica de autofagia social”,<sup>73</sup> olvidando por completo que “el hombre se afirma a sí mismo en el mundo material no sólo por medios del pensamiento, sino también por medio de todos sus sentidos”<sup>74</sup>.

Los valores de uso son los que determinan las relaciones entre los sujetos que utilizan estos objetos. Estas relaciones del individuo con la sociedad son las que determinan su conciencia social y, en conjunto, la conciencia social global. Dado que existen innumerables formas de satisfacción humana, no pueden compararse o equipararse a nivel individual; sin embargo, van desarrollándose y transformándose conforme a la cultura específica de cada sociedad. El valor de uso es elemental en el desarrollo de la conciencia individual ante lo que es su sociedad. Los objetos que reproduce y lo satisfacen son elaborados por esta sociedad y llevan impregnados una manera peculiar de satisfacer necesidades. Es el modo en que se usa una cierta mercancía aquello que refleja el conocimiento de la sociedad sobre el consumidor individual y por este medio se traducen

---

<sup>71</sup> J. Veraza, *op. cit.* p.123

<sup>72</sup> Adolfo Sánchez Vázquez, *Las ideas estéticas de Marx*, p. 50

<sup>73</sup> José Revueltas, *Dialéctica de la conciencia*, p.49

<sup>74</sup> K. Marx, *La filosofía del arte de Karl Marx*, citado por Mijaíl Lifshitz, p.92

un sinfín de conocimientos sociales a una sola percepción individual. Es aquí, en el consumo, donde el sujeto social debe probar, comprobar y criticar los medios técnicos por los cuales satisface sus necesidades.

Esta relación directa del objeto de consumo con el humano se ha transfigurado bajo el modo de producción del capitalismo, ya que en esta fase histórica “el valor de uso, es una relación social fetichizada, una abstracción del sistema de las necesidades, que adopta la evidencia falsa de un destino concreto, de una finalidad propia de los bienes y de los productos”<sup>75</sup> donde el consumo humano sólo está regido por la propia satisfacción individual, y simple, sin ninguna necesidad de reflexionar acerca de su origen, producción y destino. El trabajo que debería realizar al humano como un ente de vida y creación termina subsumiéndolo dentro del ciclo de acumulación ampliada del capital, creando valor para poder crear más valor, siendo este trabajo un proceso fetichizado, desarraigado de su origen trascendental como potencia creativa, “su propio trabajo se le enfrenta en medida creciente como propiedad ajena”<sup>76</sup> de la cual el sistema de producción se apodera para auto reproducirse.

### **Trabajo concreto y trabajo abstracto**

Las diferencias en el tipo de trabajo humano pueden ser desde la perfección de la técnica, la rapidez de la labor o la destreza para la producción correcta de un objeto, pero debemos tomar en cuenta que estas destrezas son solo técnicas perfeccionadas, podemos recordar el concepto de *techne* en la antigua Grecia, donde la perfección en la producción de un objeto era lo que le otorgaba valor estético al objeto. Nuestro punto de interés va más hacia la creatividad o imaginación del ser humano en el proceso de producción debido a que estamos hablando de la creación artística. La diferenciación entre estos tipos de trabajo se presenta en la Crítica de la Economía Política como “el carácter bifacético del trabajo”<sup>77</sup>

---

<sup>75</sup>Jean Baudrillard, *Crítica de la economía política del singo*, p.149

<sup>76</sup> K. Marx, *ob. cit.* p. 54

<sup>77</sup> K. Marx, *El Capital*, T. I., Cap. I, p. 56

como los conceptos de trabajo concreto y trabajo abstracto. “Mientras el trabajo que crea valor de cambio es trabajo abstractamente general e igual, el trabajo que crea valor de uso es trabajo concreto y particular, el cual, de acuerdo a la forma y el material se divide en modos de trabajo infinitamente diversos.”<sup>78</sup> División que nos recuerda las nociones de valor de uso y valor de cambio, conceptos diferenciados pero ligados, que la investigación se decantará en materia estética, por el problema del valor de uso en su forma de trabajo concreto que nos crea un valor de uso, con diferencias complejas entre su valor económico y su valor estético.

El trabajo abstracto tiene su comparación, con una medida de valor económico cuantificable, un valor concreto, en la materialidad sobre la cantidad de trabajo en otro tipo de mercancías, dentro del mercado, que es el valor de cambio. Pero su valor como trabajo concreto resulta de una medida no cuantificable en medida comparativa con otras mercancías, su valor de uso. “En la mercancía simple la esencia humana y la forma natural entendidas como trabajo concreto y valor de uso se constituyen en un conflicto, en un antagonismo con la dimensión abstracta representada por el trabajo abstracto y el valor”,<sup>79</sup> su valor económico. Un antagonismo dialéctico complementario, sin que uno pueda existir sin el otro, pero las fuerzas contrarias se deben resolver en una síntesis, derivada de la correspondencia entre la tesis y la antítesis. “La unidad entre el trabajo abstracto y el trabajo concreto no es una composición extrínseca entre dos sustancias antagónicas e independientes una frente a la otra, es una unidad en simultánea coexistencia dialéctica que acaece en una síntesis, que Marx explica como la doble naturaleza del trabajo”.<sup>80</sup>

La medida de valor se convierte en otros tipos de capital a través de las relaciones sociales de reproducción, el cual no solo es reflejado fuera del área económica y es medido por otros campos de conocimiento donde se puede desarrollar. Con esto hago referencia a los conceptos de capital simbólico, capital cultural, capital social, todos ellos conceptos clave en la obra de Pierre Bourdieu.<sup>81</sup> K. Marx ya nos advierte que “el trabajo no es, pues la

---

<sup>78</sup> K. Marx, *ob. cit.* p. 19

<sup>79</sup> Alfonso García Vela, *Trabajo concreto y valor de uso*, p.55

<sup>80</sup> *Ibidem*, p.61

<sup>81</sup> Para conocer la definición del concepto de capital simbólico confrontar su obra “El sentido práctico”, y para el esclarecimiento sobre el capital social y capital cultura confrontar el libro “Poder, derecho y clases sociales”.

fuente única y exclusiva de los valores de uso que produce, de la riqueza natural”<sup>82</sup>, existen otros medios o motivos que otorgan un valor agregado al objeto transformado en mercancía, o un valor fuera del área de intercambio, esta separación en la definición es una cuestión de clasificación entre trabajo abstracto comparativo y trabajo concreto relativo. “La elección del trabajo como sustancia de valor es una cuestión técnica que se identifica con la sustancia del valor (el trabajo abstracto) y con la necesidad del trabajo para la reproducción social (el trabajo concreto)”<sup>83</sup>.

Todas las mercancías se pueden intercambiar debido a su abstracción en trabajo, trabajo socialmente necesario. “La igualdad de trabajos *toto coelo* [totalmente], diversos sólo puede consistir en una abstracción de su igualdad real, en la reducción al carácter común que poseen en cuanto gasto de fuerza humana de trabajo, trabajo abstractamente humano”<sup>84</sup>. Se vuelve necesaria la abstracción del volumen de la fuerza de producción impregnado en el área de creación para poder equiparar las mercancías en su valor de cambio; es en este supuesto que las mercancías se igualan mediante el trabajo abstracto. “En este sentido se dice que el trabajo gastado para producir valores de uso es trabajo concreto. Pero lo que hace que se puedan cambiar es que son el producto de un trabajo indistinto, de un gasto de fuerza de trabajo humana, de un trabajo abstracto”<sup>85</sup>. Los trabajos concretos de los productores individuales sólo se oponen conjuntamente mediante el intercambio de las mercancías en el mercado y este proceso de intercambio implica la abstracción del trabajo o el paso de los múltiples trabajos concretos a trabajo abstracto igual y comparable entre sí.

Lo que nuestro estudio trata de demostrar es la caracterización del trabajo concreto como una medida de valor no cuantificable, que se convierte en otro tipo de capital, y sin embargo, el sistema de producción actual lo utiliza a su favor como base para su meta de una reproducción ampliada. Este trabajo se presenta como una medida de valor, no económico, pero si existente en la sociedad que tiende a otro tipo de mediciones fuera del campo económico. El trabajo abstracto sería la fetichización en el propio proceso creativo

---

<sup>82</sup> K. Marx, *ob. cit.* p. 10

<sup>83</sup> Sergio Cámara Izquierdo, *Trabajo abstracto*, p.14

<sup>84</sup> K. Marx, *ob. cit.* p. 90

<sup>85</sup> Pierre Salama, *ob. cit.* Cap. II, p. 191

con el único fin de alcanzar un valor de cambio dentro del mercado. Obtenemos solo un producto, sin más. Simplemente una mercancía que satisface alguna necesidad humana olvidando o escondiendo las virtudes que el propio trabajo impregna en cada objeto. Por esto los objetos del arte saltan de esta analogía dando otro tipo de usos dentro de la sociedad, lo importante dentro de este objeto es su mayor cantidad de trabajo, ya sea fuerza física o imaginativa, que le da función social. Las obras de arte son valoradas por, principalmente, la creatividad de la idea misma del objeto, el artista crea nuevos objetos dentro del mundo y no sólo crea bienes para obtener una satisfacción específica inmediata, sino que materializare ideas para comprender mejor la vida humana. Esto, a nuestro juicio, no puede equipararse con un valor económico.

### **El arte como mercancía**

Dentro del argumento general de este capítulo, donde analizamos el valor económico del arte, llegamos a este apartado en el que las teorías encontradas en líneas pasadas se pueden discutir en un caso concreto. La teoría nos ayuda a analizar el presente concreto, para ello, debimos reducir a la expresión teórica del valor económico como el tiempo de trabajo socialmente necesario, el cual es un equilibrio momentáneo y complejo que engloba a las esferas de la producción y el consumo, dando un salto por medio del comercio o distribución para poder obtener esa magnitud de valor. “El valor es dinámico y fluctuante porque efectivamente las necesidades materiales y espirituales de la sociedad se correlacionan en un jaloneo para ver cuáles se satisfacen y cuáles no, con qué trabajo se satisface tal o cual necesidad”.<sup>86</sup> La realidad es momentánea, dependiendo del contexto histórico y el espacio social. Es en estos momentos donde el sistema de producción capitalista incurre en todos los objetos, dignos de intercambio y tabulación económica, para lucrar con ellos y con las necesidades humanas que satisfacen para seguir su curso insaciable por la reproducción ampliada del capital. Por tanto, abogamos por un análisis crítico de las obras del arte, las cuales han funcionado más allá de su carácter fisiológico

---

<sup>86</sup> J. Veraza, *ob. cit.* p.138

como un objeto de satisfacción espiritual o mental para el auto conocimiento individual y social. Esto nos lleva a reducir el culto y el ritual a una simple mercancía de intercambio monetario no dejando de lado la valoración del propio ser humano como parte fundamental de este complejo proceso de valoración, que analizaremos en el segundo capítulo de esta tesis. “La desvaloración del mundo humano crece en razón directa de la valoración del mundo de las cosas”.<sup>87</sup> Un mundo lleno de cosas, todas convertidas en mercancías. “Las antiguas formas de valor y dignidad no mueren; son incorporadas al mercado, se les añade una etiqueta de precio, adquieren una nueva vida, como mercancías”.<sup>88</sup>

Para poder analizar el valor económico de la obra de arte debemos primeramente reducir el objeto artístico a una simple mercancía. Está claro que, en la realidad actual, las obras de arte funcionan como una de las más preciadas mercancías dentro del sistema capitalista debido a la gran especulación sobre sus precios de las que son aprisionadas. “La obra es fundamentalmente un bien de inversión y su cotización pasa a depender fundamentalmente de otros factores como el tipo de interés”.<sup>89</sup> El mercado del arte deja dividendos de ganancias estratosféricas a los capitalistas usureros, a los comerciantes, por así decirlo. Esto se ha dado desde los tiempos históricos del inicio del mercado del arte como objeto de lucro cuando la burguesía toma el papel protagónico en la sociedad dentro de la fase histórica del capitalismo como base material y la era de la Modernidad como base ideológica. “Dada su ideología mercantilista del progreso, la tendencia absoluta hacia el objeto de uso traslada al arte – que apenas comenzaba a considerarse instrumento de sí mismo- al papel de objeto de consumo estético. De esta manera, el arte convertido en mercancía, entra de lleno en los avatares del comercio”.<sup>90</sup>

El productor directo de la obra, el artista, pocas veces se queda con la mayor parte de las ganancias de la venta de sus productos. Fuera de sus manos creativas la obra se convierte en un ente a las órdenes del mercado bajo las leyes invisibles de la oferta y la demanda, es decir, se transforma en un objeto enajenado, situación que es resultante también de las contradicciones del sistema capitalista. El objeto artístico, con todo el

---

<sup>87</sup> K. Marx, *Manuscritos: economía y filosofía*, p.105

<sup>88</sup> Marshall Berman, *Todo lo sólido se desvanece en el aire*, p. 108

<sup>89</sup> Belén Valencia, *La economía del arte en México*, p.281

<sup>90</sup> Miguel Perea y Josu Iturbe, *El arte del mercado del arte*, p.110

trabajo creativo que este conlleva se vuelve un objeto universal con todas las relaciones del sistema en donde se produce y reproduce, por tanto también se encuentra en bajo la enajenación fluctuante en todas las demás mercancías comunes dentro del mercado capitalista y se rige bajo las reglas comunes de este, no siendo más un objeto de culto y patrimonio. “El producto no es más que el resumen de la actividad, de la producción. Por tanto, si el producto del trabajo es la enajenación activa, la enajenación de la actividad; la actividad de la enajenación”.<sup>91</sup> El arte, como cualquier otra mercancía, también se rige por las contradicciones inherentes al sistema capitalista de nuestra actualidad.

### **El mercado del arte contemporáneo**

El mercado del arte se rige por supuestos y variables diferentes a demás mercancías. La mercancía atípica del arte contemporáneo puede manipular su propia demanda, donde la oferta está disponible si el artista se encuentra vivo para seguir produciendo. Él crea su precio según la fama de su productor, su firma. “Así, la obra pintada se convierte por la firma en un objeto cultural”.<sup>92</sup> Esto es le da volatilidad inflacionaria al producto del arte contemporáneo, mientras ellos sigan produciendo sus objetos, aunque burlas, seguirán creciendo en valor-capital, es una burbuja financiera dispuesta a explotar.

Mientras que para las obras de los artistas ya fallecidos, al ser su producción limitada, el precio de cada una va en aumento. El precio se fija por cada obra específica, por cada pintura, video, escultura, canción, etcétera, y está como característica del aura propia de cada producto artístico. “La oferta y la demanda en general son curvas que se generan por la venta individual de cada una de las obras de arte, esto es que no podemos hablar de la demanda de automóviles o zapatos”.<sup>93</sup> El precio será dado para cada obra particular según la consolidación del artista y los medios de distribución. Debemos denotar que existen obras de arte antiguo que ya no se encuentran

---

<sup>91</sup> K. Marx, *ob. cit.* p.108

<sup>92</sup> J. Baudrillard, *ob. cit.* p.108

<sup>93</sup> M. Pereza y J. Iturbe, *ob. cit.* p.47

Como todo dentro del sistema capitalista, el mercado del arte, también tiende a un monopolio, el cual es controlado por las grandes subastadoras como Sotheby's y Christie's, entre otras, quienes concentran la circulación de las grandes obras de arte que están dentro del mercado, sin olvidar el mercado negro, fuera de la ley. "Los canales de distribución internacionales, a través de las casas subastadoras, han jugado un papel preponderante en la fijación de precios de artistas consagrados –vivos y muertos-, por lo que son en la actualidad un termómetro que debe considerarse cuidadosamente".<sup>94</sup> En el año 2018, la casa de subastas Sotheby's alzo sus ventas de arte a 12 billones de dólares.<sup>95</sup> Las leyes anti monopolios en el mercado del arte son nulas, por tal, el juego libre del mercado capitalista individualista, juega sus cartas haciendo la mayor trampa posible, con la simple meta de la acumulación de ganancia.

Estas son las instituciones que validan el precio como valor de la obra de arte. "La sociedad crea instituciones y órganos mediante los cuales influye sobre el valor estético, regulando la valoración de las obras de arte".<sup>96</sup> Es una auto justificación de la inflación de los precios para convertirse en capital, también siendo instituciones que abalan el intercambio desigual, característica del capitalismo, en beneficio de estos grandes oligopolios reducidos. Estas instituciones imponen lo que es el arte contemporáneo, lo que se puede ver como tal, prefigurando un futuro cercano para predecir los nuevos valores que alcanzaran a convertirse en un mayor capital por medio de la especulación, y a través de esto reordenar los valores de la estética contemporánea para decirnos que es el arte de hoy.

---

<sup>94</sup> *Ibidem*, p.48

<sup>95</sup> sothebys.com, Dive into the State of the Art Market with Sotheby's Mei Moses, (audiovisual).

<sup>96</sup> Jan Mukarovsky, *Función, norma y valor estético como hechos sociales*, p.83

*Before the waiting dog (fotografías 10.2x15.5 cm., 1993)*





LOT 307 | PROPERTY FROM A PRIVATE SWISS COLLECTION

Gabriel Orozco (b. 1962) \*

*Before the Waiting Dog*

Price realised ⓘ

GBP 10,000

Estimate ⓘ

GBP 7,000 - GBP 10,000

Follow lot

+ Add to Interests

Gabriel Orozco (b. 1962)

*Before the Waiting Dog*

(i) signed, titled, numbered and dated '10/10 PERRO PLÁTANOS GABRIEL OROZCO 1993' (on the reverse)

(ii)-(v) consecutively titled, numbered and dated '10/10 FRUTAS FEAS, NIÑO Y GATO, NIÑO CON MELONES, GATO EN ALGODONES 1993' (on the reverse)

(i)-(v) chromogenic colour print, in five parts

(vi) VHS in a collaged printed card box

(i)-(v) image: 3 7/8 x 5 7/8in. (10 x 15cm.)

(i)-(v) sheet: 7 7/8 x 10in. (20 x 25.5cm.)

(vi): 3 x 11 1/4 x 9in. (7.6 x 28.5 x 22.8cm.)

Executed in 1993, this work is number ten from an edition of ten

#### Provenance

Marian Goodman Gallery, New York.

Acquired from the above by the present owner in 1997.

## Contact us

#### Contact Client Service

[info@christies.com](mailto:info@christies.com)

New York +1 212 636 2000

London +44 (0)20 7839 9060

[infoasia@christies.com](mailto:infoasia@christies.com)

Asia +852 2760 1766

#### Rachel Boddington

[rboddington@christies.com](mailto:rboddington@christies.com)

+44 (0)20 7389 2125

#### Matthew Rigg

[mrigg@christies.com](mailto:mrigg@christies.com)

+44 (0)20 7389 2221

#### Leonie Grainger

[lgrainger@christies.com](mailto:lgrainger@christies.com)

+44 (0)20 7389 2946

Gabriel Orozco es el artista mexicano contemporáneo con mayor reconocimiento internacional. Sus obras parten desde la escultura a la fotografía hasta la intervención de esqueletos de ballena y automóviles. Es copropietario de la galería Kurimanzutto<sup>97</sup> con sedes en la Ciudad de México y New York. Actualmente, el gobierno federal deja a su cargo el *Proyecto Chapultepec* con la remodelación del bosque de Chapultepec para convertirlo en un parque ecoturístico, el cual es cuatro veces más grande que Central Park, haciéndolo el conjunto artístico más grande del mundo,<sup>98</sup> con “un monto de 1 668 millones de pesos, que representan el 12.4% del presupuesto de Cultura”.<sup>99</sup> Consiente de su responsabilidad, el artista tratará de crear un complejo cultural ecológico que sea vanguardista en los espacios dentro de la Ciudad de México. “Hace falta una expresión de nuestro mundo contemporáneo ahí...Falta más una noción de entretenimiento ambiental, no tanto de parque creativo, de diversiones y espectáculos, sino de apreciación de la naturaleza, de nuestra cultura, nuestra biocultura, nuestra biodiversidad”.<sup>100</sup>

Para servirnos de nuestro ejemplo, la obra *Before the waiting dog* de Gabriel Orozco tiene un precio de entre 7 000 y 10 000 libras esterlinas (£). Consta de 6 fotografías a color de no más de 30x30 centímetros, producidas en 1993, valuación dentro de la subastadora Christie's, siendo esta una de solo dos obras, además de *Zócalo*, que es un video performance, que esta empresa monopólica de subastas maneja de nuestro artista a analizar.

Esta obra que consta de 6 fotografías con un precio mayor de casi 24 mil pesos mexicanos, es un ejemplo de lo que la economía del mercado del arte puede llegar a crear. El valor de la firma del artista, en este caso Orozco, hace que estas fotografías eleven su precio. No deberíamos suponer si sus otras obras fotográficas cuestan lo mismo, porque las obras de arte son especialmente únicas, realizadas en su tiempo y su espacio. El contexto de la obra le da mucho sentido y función a cada una de ellas. El lugar de origen añade una ventaja comparativa, en este caso económico, por xenofobia, a cada artista. Esta obra fue hecha en los años de despunte del reconocimiento internacional de G. Orozco, y recordemos que un año después se dan cambios políticos estrepitosos en el país, como la

---

<sup>97</sup> <http://www.kurimanzutto.com/artists/gabriel-orozco>

<sup>98</sup> <https://www.milenio.com/cultura/gabriel-orozco-artista-mexicano-cambiara-chapultepec>

<sup>99</sup> Cfr. Judith Amador Tello, *Chapultepec: solo déjeme trabajar*

<sup>100</sup> *Ídem.*

entrada del TLCAN, el asesinato de Donaldo Colosio, la devaluación de diciembre del años 1994 y el levantamiento armado del EZLN, todo esto influyendo en el precio de la obra de arte.

## **La oferta y la demanda**

La circulación de las mercancías es un paso necesario entre las esferas dialécticas de la producción y el consumo, una esfera donde se agrega valor más que producirlo. “La masa de los comerciantes intermediarios del más diverso tipo (publicistas, ejecutivos de venta, promotores, etcétera) crecen cada vez más y se quedan con una mayor cantidad de un plusvalor que no explotan a sus empleados sino que proviene de la producción”.<sup>101</sup> En tanto, es un sector de la economía que está creciendo rápidamente en la actual tercera revolución industrial en lo digital. El sector de los servicios se ha vuelto la principal área de inversión de las economías llamadas desarrolladas. En el mercado del arte valen más la publicidad y la mercadotecnia que se le atribuye al propio artista que la misma obra de arte. “Son tiempos de art business, que ven triunfar las operaciones de especulación, mercadotecnia y comunicación. Si el capitalismo ha asimilado la dimensión estética, está se encuentra cada vez más canalizada u orquestada por los mecanismos financieros y comerciales”.<sup>102</sup>

Debemos entender que la valoración de un producto y la fijación de su precio son diferentes momentos dentro de la evolución de la mercancía. La valoración económica, como lo hemos anunciado en párrafos anteriores, depende del campo del área de la producción; mientras que el precio fluctúa ya fuera de esta “hasta qué punto los intermediarios del mercado del arte manejan directamente la valoración y, por tanto, la fijación del precio. Es decir, se encargan de la parte más importante del proceso económico, obviando por completo tanto al productor como al consumidor”.<sup>103</sup> Es la esfera de la

---

<sup>101</sup> J. Veraza, *ob. cit.* p.127

<sup>102</sup> Gilles Lipovetsky y Jean Serroy, *La estetización del mundo*, p.37

<sup>103</sup> M. Perez y J. Iturbe, *ob. cit.* p.36

circulación es la que impone un precio al objeto del arte, a estas mercancías, sin importar su costo de producción o su tiempo de trabajo socialmente necesario. Son las casas de subastas, galerías, museos y academias quienes controlan el precio de circulación mediante la especulación de ganancia y conocimiento alrededor de la obra. “En la actualidad, fuera de los canales de distribución, no se podría asegurar que existe arte. Como decíamos antes: no hay arte sin público; y la relación que se establece entre público y obra de arte está completamente controlada y supeditada a los intermediarios”.<sup>104</sup>

### **Precio – Reconocimiento, el índice de Bellas Artes y la Economía Naranja.**

Existen intentos formales para medir el precio o los rendimientos de las obras de arte. El primero desde 1970, *Kunstkompass*, hecho en Alemania por Willi Bongard; y el ahora más reconocido, pensado en New York desde 2002, *Índice de Bellas Artes* de Mei Moses.

El precio-reconocimiento o *kunstkompass*, es un índice de los artistas más reconocidos mundialmente generado en un principio por el periodista alemán Willi Bongard en 1970. Comprende una lista que es generada “con base, en la cuenta inicial de 106 expertos del arte en Alemania y Suiza en 1970, los más importantes museos, bienales, revistas de arte, y galerías (y desde entonces son frecuentemente revisadas). Estas instituciones son seleccionadas por relevancia, y los artistas reciben puntos, individualmente o por grupo, por cada exposición dentro de estas. Los puntos son añadidos por opiniones de influencia de las revistas, premios de arte, y adquisiciones de instituciones específicas. Estos puntos son sumados y los resultados definen la posición del artista en el ranking con respecto a otros artistas”.<sup>105</sup> Este índice, en apariencia, mide las cualidades de la obra de arte, consensuado por expertos y tabulado por los logros de exposición en museos y galerías. Pero deja de lado lo que a la obra de arte la hace preciada y de un valor diferenciado, su singularidad. “Las cualidades individuales son transformadas en

---

<sup>104</sup> *Ibidem*, p.34

<sup>105</sup> Paul Buckermann, *Back for Business*, p.3

estandarizadas cantidades a través del proceso de conmensuración, y la información reducida puede viajar más rápido y a menor costo”.<sup>106</sup>

Al reducir un producto cultural a un número, estandarizamos sus cualidades a favor de sus cantidades, esto resulta práctico para ciertos procesos, facilitando las cantidades y el proceso organizativo, pero sólo es a favor de su fácil abstracción. “Las relaciones globales, las coherencias y las evaluaciones necesitan unidades comparables y criterios aplicables para establecer conexiones e interrelaciones instructivas entre fenómenos distanciados social, histórica o geográficamente”.<sup>107</sup> No debemos dejar de ver que trabajamos con objetos que son valorados por sus cualidades únicas intrínsecas que contienen diferentes significados para diferentes individuos humanos. Abogamos por las diferencias culturales que nos caracterizan.

En este ranking nuestro artista Gabriel Orozco, quien nos servirá de ejemplo a lo largo de toda la investigación, apareció en la lista siendo el primer artista hispanohablante de este directorio. “El primer artista hispanohablante del ranking es el mexicano Gabriel Orozco (1962), que retrocedió del puesto 47 al 51”<sup>108</sup>. Esto en el año 2015.

El índice de Bellas artes de Mei Moses, por su parte, es un índice que mide los rendimientos comparativos de ganancias crecientes anuales de cada obra de arte. Mide la inflación de su precio anual. La construcción del índice “utiliza los precios de compra de la misma pintura en dos momentos distintos (es decir, ventas repetidas) para medir el cambio en el valor de las obras de arte únicas”.<sup>109</sup> Desde el año 2016 la casa de subastas Sotheby’s compro el índice y tiene contabilizadas más de 60 000 obras.<sup>110</sup> Este es el índice actualmente de más reconocimiento mediante el cual es posible valorar una “gran” obra de arte, refiriéndonos a los “artistas consagrados”, vivos o muertos, que se encuentran dentro del mercado internacional del arte. Este índice, se basa en la especulación del precio de la obra, dando pauta al autoconsumo, como práctica para elevar el precio y posicionarlo en un ranking más alto. No es más que un tabulador de precios de inflación y en ningún momento

---

<sup>106</sup> *Ibidem*, p.4

<sup>107</sup> *Ibidem*, p.5

<sup>108</sup> <https://www.portalpolitico.tv/cultura/el-aleman-richter-lidera-ranking-de-principales-artistas-del-mundo>.

<sup>109</sup> <https://www.sothebys.com/en/the-sothebys-mei-moses-indices>

<sup>110</sup> *Ídem*.

mide el valor del producto del artista, el disfrute estético o la función social que la obra de arte debe de tener, es sólo un tabulador cuantitativo, un previsor de futuras ganancias que ayudan a la especulación de los próximos compradores o inversores capitalistas.

Bajo nuestro ejemplo de la obra de *Before the waiting dog* de Gabriel Orozco, podemos hablar de la determinada economía naranja, que utiliza los factores de la cultura y el entretenimiento como sector económico referente, dando impulso a este tipo de servicios, alegando que es un bien explotable en todas las economías. “Nos presenta la posibilidad particular de transformar lo mejor del talento creativo y de las enormes reservas de patrimonio cultural de Latinoamérica y el Caribe”<sup>111</sup>. Argumentando que cada región del mundo cuenta con su propia cultura y centros naturales para poder ser vendidos y explotados, es un aliciente para invertir en el folclor, rememorando lo exótico fuera de las grandes urbes desarrolladas.

“La economía creativa, definida por Howkins, comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamentan en la propiedad intelectual: arquitectura, artes visuales y escénica, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, TV y radio, y videojuegos”.<sup>112</sup> Se basa en la propiedad intelectual, a la que es más difícil de tasar un valor debido a su trabajo concreto con el que se fabrica, esto es, el trabajo de las ideas y la imaginación. Pero el precio si es aplicable según las leyes políticas de cada nación. Así, el amplio campo de sobre explotación queda a expensas del poder hegemónico del capital.

Es el sector económico con constante crecimiento actual, como podemos observar en la siguiente gráfica, donde la propiedad intelectual, no material, supera en producción a la agricultura de la cual nos alimentamos. Paradójico es asumir que antes de pensar nos tenemos que alimentar, pero las estadísticas mundiales no reflejan esto debido a la cantidad de capital invertido es rubros estratégicos que remuneran más ganancia. Los fisiócratas tenían razón, es la tierra la que nos da una ganancia justa por el trabajo que le otorgamos, pero esta ganancia ya no es suficiente para la reproducción del capital dado que ahora tiene

---

<sup>111</sup> Felipe Buitrago e Iván Duque, *La economía naranja*, p.75

<sup>112</sup> *Ibidem*, p.34

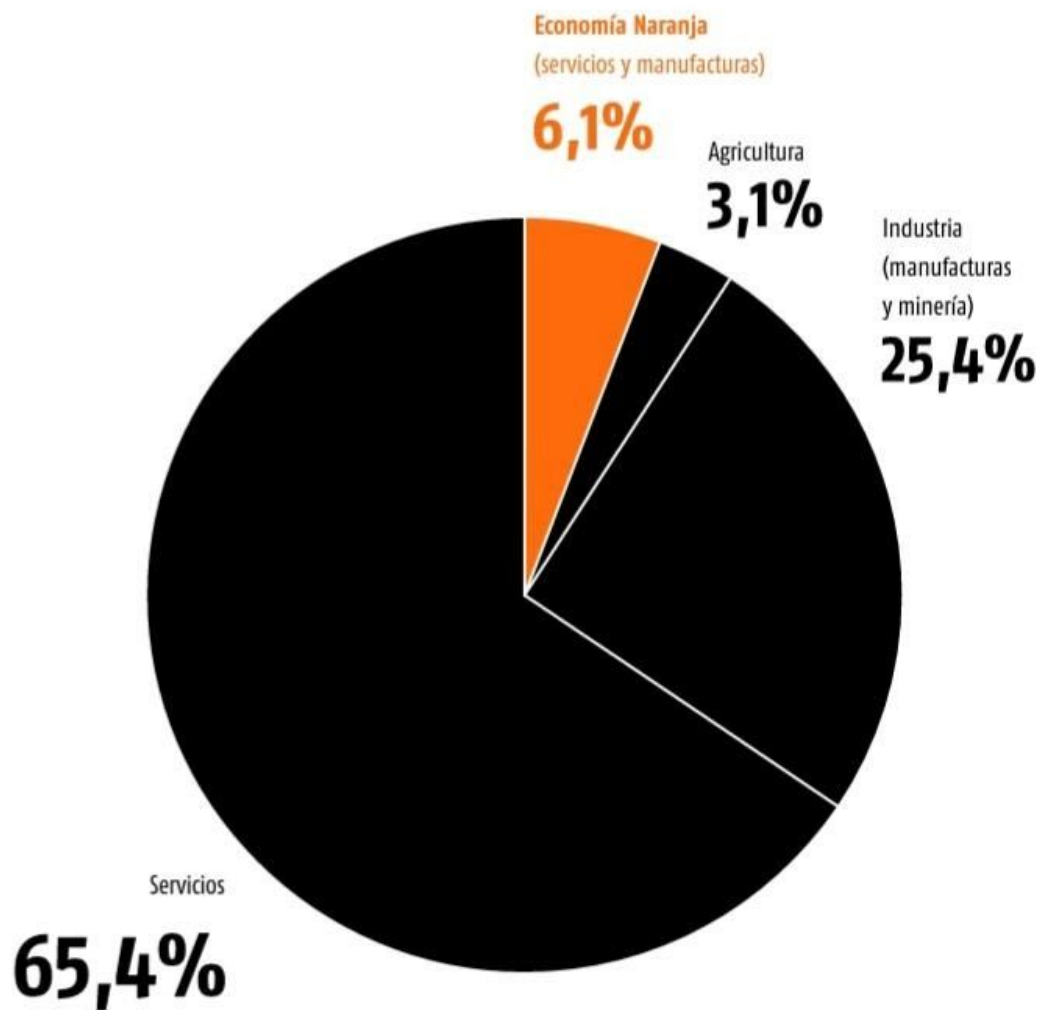
que expandir su apropiación al campo de las ideas y la imaginación.

La Economía Naranja

Esta sería su contribución  
a la economía

## por tipo de sector productivo

(según la forma en que se crean los bienes y servicios)



Fuente: Felipe Buitrago e Iván Duque, *La economía naranja*. p.98.

Clasificación de Thorstein Veblen

Esta clasificación es un resumen de nuestra compañera Belén Valencia Roda<sup>113</sup> del libro “La Teoría de la clase ociosa” de Thorstein Veblen. Donde clasifica la de demanda de obras de arte según, a nuestro parecer, en sus valores.

- El *originario* (el valor de uso). “El fundamento del consumo es el placer estético que se obtiene con la contemplación y posesión del bien”.
- El *especulativo* (valor de cambio). “Suponemos la obra de arte en tanto que activo dependerá de variables como el rendimiento de activos alternativos o el tipo de interés”.
- El *ostensible* (valor simbólico). “El comprador de obras de arte “compra” con ellas el prestigio social”.

Este tipo de clasificación, dado desde 1899 por T. Veblen, engloba los principales valores por los que se decanta nuestra investigación, de los cuales en esta primera parte analizamos los dos primeros, es decir, los económicos, dejando para el siguiente capítulo el valor simbólico.

El consumo conspicuo o *conspicuous waste*, nos demuestra la destrucción del valor para intercambiarse por otro valor y con esto tomar una posición de poder de cierta clase dominante. “Veblen demuestra que si las clases sometidas tuvieron por función al principio trabajar y producir, tienen simultáneamente por función (y, cuando se mantienen en la ociosidad como única función) hacer alarde del standing del Amo”.<sup>114</sup> La valorización del valor económico para convertirse en valor simbólico. De esto hablaremos más a fondo en el siguiente capítulo.

Es el valor exhibido y derrochado lo que se toma en cuenta en la transacción para agregar un mayor capital pero simbólico al objeto de consumo, no impotando su valor de

---

<sup>113</sup> Cfr. Belén Valencia, *La economía del arte en México*, en “*Estética, arte y consumo*”.

<sup>114</sup> J. Baudrillard, *ob. cit.*, p.3

cambio, su precio económico, sino el gasto conspicuo que el ahora propietario pueda ostentar. “La medida unitaria de valor consiste en la dosis de *conspicuous production*, de inversión exhibida. Las diferencias de valor preestablecidas por la industria cultural no tiene nada que ver con diferencias objetivas, con el significado de los productos”.<sup>115</sup>

### **Valor marginal vs valor estético**

A lo largo de esta exposición hemos analizado el origen de las definiciones del valor económico por diferentes teorías hasta la actualidad. Dando paso a la división dialéctica de su valor, su valor de uso y su valor de cambio.

El valor de cambio es el actual eje de producción de la obra de arte, y de casi todos los objetos en circulación dentro del mercado capitalista. Este sería reflejado en el precio de la obra dado por las variables, ya analizadas, del mercado del arte mediante la esfera de la circulación, que es el principal estimador del precio. Este precio se construiría en primer lugar por el costo de producción de la obra, que es el coste de los utensilios ocupados para producir la obra, un capital fijo en desgaste. Por ejemplo, el lienzo y las pinturas de un cuadro, además del costo de reproducción de la fuerza de trabajo del artista, es decir el costo de su alimentación y vivienda del productor. Este valor es únicamente un parámetro inicial porque no es lo mismo una pintura al óleo que una escultura de oro. Aunque este costo nunca será el primer precio de la obra de arte debido a que en el precio de una obra de arte siempre se querrá obtener una ganancia para las producciones subsecuentes, un plusvalor, aunque sea dado en la esfera de la circulación. El precio dentro del mercado de la obra, fuera de las manos del productor directo, el artista, es tabulado por otros factores escindidos de su coste de producción, depende de su valor de uso como funcionamiento dentro de la sociedad y su valor simbólico en la obra y su productor.

En nuestro argumento sobre la enajenación, afirmamos que todo intercambio económico mediante la distribución del sistema capitalista encierra una relación difusa de

---

<sup>115</sup> Theodor Adorno, *Iluminismo como mistificación*, p.3

lo que es el trabajo dentro de la mercancía a intercambiar, y nunca es el valor real por el que se intercambian las cosas, ya que siempre se requiere de plusvalor para generar una ganancia. Podemos traer a colación el trabajo de G. Orozco y sus fotografías donde él, en un primer intento, seguramente no las vendió (intercambió) por el costo que ahora tienen y es razonable pensar que de éste rédito actual el mismo G. Orozco ya no tenga ningún tipo de remuneración en dinero. La enajenación se da en un intercambio objetual, las fotografías por dinero en un intercambio desigual, la creatividad artística por dinero como una creatividad que no se puede medir al ser un trabajo concreto. El capitalismo es, en esencia, un intercambio desigual desde la esfera de la producción hasta la valorización del valor. Es por tanto que este comercio injusto sólo remunera a los comerciantes usureros que especulan con el trabajo de otros apropiándose e intercambiándolo injustamente en el caso de la comercialización de objetos o en el caso fotografías, pero podemos pensar en algo mucho peor con otro tipo de artes, como la danza o el teatro, donde el objeto de la obra de arte es el propio cuerpo, y es sobre este que se aplica la enajenación, la propiedad y la explotación, para la reproducción del capital.

El valor de uso de una mercancía artística es una tabulación compleja de precisar que consta de diferentes variables difícilmente cuantificables, dependiendo de la *fama* del productor-artista, el nivel de goce estético producido al individuo y su función dentro de la sociedad, a veces, alcanzando el mote de Patrimonio. Estos valores caen en otro concepto, el del valor simbólico, que será ampliamente analizado en el segundo capítulo donde la premisa de esta investigación es que el aumento de valor económico como precio de la obra de arte cae fuera del campo de la económica dado por este tipo de valor simbólico que la sociedad atribuye a las cosas. Una suma de los valores axiológicos subjetivos, objetivos y universales, que darán un valor (simbólico) a las obras de arte, el cual saldría del campo de estudio económico y superaría las normas del precio, generando algo invaluable y tal vez imposible de intercambiar.

## Capítulo 2

Valor Estético

Axiología

Ética

Poder

Ideología

Intercambio simbólico

Valor signo

El carisma y la distinción

Diferentes formas sociales del capital

Capital social

Capital cultural

Capital simbólico

“Mis manos son mi corazón” de Gabriel Orozco

**Valor Estético**

Todo se convierte en mercancía para poder cubrir las necesidades de reproducción ampliada del sistema capitalista. Todas las cosas deben tener su costo y su precio para poder intercambiarse y así obtener una ganancia que permita seguir acrecentando el sistema de acumulación. La obra de arte no se salva de este método de mercantilización al ser bajada del mundo de las ideas al mundo material cosificado. El sistema capitalista requiere de la fetichización de la mercancía escondiendo toda porción de trabajo humano individualizado o concreto, toda imaginación y creatividad, para poder tratarla como cualquier otro bien común dentro de su mercado. Se crea otra relación social que recae sobre las cosas, *fantasmagorizando*<sup>116</sup> la noción de valor del trabajo humano y la noción de este trabajo como diferenciación del producto de la imaginación y la creatividad humana individual. “A estos, por ende, las relaciones sociales entre sus trabajos privados se les ponen de manifiesto como lo que son, vale decir, no como relaciones directamente sociales trabadas entre las personas mismas, en sus trabajos, sino por el contrario como relaciones propias de cosas entre las personas y relaciones sociales entre las cosas”.<sup>117</sup> El campo del arte tampoco está exento de esta reproducción mercantil donde la producción, distribución y consumo caen en las reglas capitalistas para obtener cierto orden y favorecer la incansable auto reproducción y acumulación del propio capital.

La necesidad social del arte permite la satisfacción binar en su proceso, desde la producción hasta el consumo, “la necesidad que satisface es doble, particularmente en el trabajo creado y, por tanto, en la producción artística por un lado, satisface la necesidad de expresión del productor; por otro, la necesidad espiritual que se cumple en el acto de gozarlo o contemplarlo”.<sup>118</sup> El objeto artístico como mercancía no demuestra su valor estético doblemente reproducible.

---

<sup>116</sup> Término utilizado por K. Marx aludiendo a la fetichización de la mercancía como una voluntad independiente de sus creadores-productores. *Cfr. El Capital, Cap. 1, El carácter fetichista de la mercancía y su secreto.*

<sup>117</sup> Karl Marx, *El Capital*, T.I, Cap. I, p. 89.

<sup>118</sup> Adolfo Sánchez Vázquez, *Las ideas estéticas de Marx*, Cap. Producción y consumo. p. 222

En el capítulo anterior expusimos que es a través de la aplicación del trabajo abstracto al objeto del arte como mercancía, en la esfera de la producción, lo que iguala su valor económico a otros simples bienes de consumo, dejando fuera el reconocimiento del trabajo concreto, de la imaginación y creatividad del artista, tan solo importando su valorización, su venta, en el mercado como valor de cambio mientras que en el consumo solo se requiere la apropiación privada de este objeto artístico para generar un capital simbólico al dueño, situación que analizaremos en este capítulo, con la visión del observar las dos caras dialécticas del proceso de circulación, de producción y de consumo, en el arte y la estética contemporánea.

Dentro de la ciencia filosófica, la teoría axiológica para el análisis de la obra de arte nos demuestra que la función del objeto artístico dentro de la sociedad tiene un fin al cual debería de reaccionar, una función específica dentro de los valores humanos. “No se trata sólo de discernir sobre qué es arte o cuándo es arte, sino también tomar en consideración para que sirve, qué lo legitima humanamente”.<sup>119</sup> Aunque el camino no es necesariamente recto sobre este sentido, porque el sistema capitalista hace funcionar a la obra de arte como una mercancía más dentro de este “enorme cúmulo de mercancías”,<sup>120</sup> banalizando el mismo objeto. “El capital es ajeno por naturaleza a una conciencia axiológica universal y actúa en el terreno internacional no por buena voluntad, no buscando plasmar en la práctica determinados valores universales, sino por cálculo puro aspirando a obtener las mayores ganancias posibles”.<sup>121</sup>

Las mercancías existentes son tan variadas como el intelecto de miles de millones de seres humanos, vivimos entre un infinito cúmulo de mercancías. Es la multitud de las conciencias objetivadas. La mercancía es un reflejo fiel del progreso técnico del ser humano, por tanto los objetos artísticos son el reflejo fiel de la conciencia del espíritu humano. Hemos llegado a un punto donde la cuestión de qué se produce y qué se consume es vital para la simple sobrevivencia humana y es en este punto coyuntural donde el arte nos puede y debe ayudar a discernir del entre los caminos del quehacer de la sociedad,

---

<sup>119</sup> José Ramón Fabelo Corzo, *Estética, arte y consumo*, Cap. La imaginación y la encrucijada actual de la estética, p. 60

<sup>120</sup> K. Marx, *El Capital*, T.I, Cap.I, p.43

<sup>121</sup> J. R. Fabelo Corzo, *Los valores y sus desafíos actuales*, p.107

¿Qué consumimos? ¿Qué producimos? “El arte no puede justificar lo que la vida misma no aprueba”.<sup>122</sup> “No se puede legitimar estéticamente lo que es insostenible desde el punto de vista ecológico, moral, social, humano”.<sup>123</sup> El arte debe servir como una brújula en los albores del cambio de sistema productivo e ideológico.

## **Axiología**

La axiología es la rama de la filosofía que se encarga del estudio de los valores y juicios valorativos como la capacidad humana de discernir entre lo bueno y lo negativo englobando desde el punto biológico evolutivo hasta el teórico simbólico. La axiología carga en su centro el concepto de valor, “podemos entender por valor las características por las que un objeto o situación es término de una actitud favorable”,<sup>124</sup> como por ejemplo, escoger entre la tentativa de beber un vaso de agua y un vaso de *Coca-Cola*. Esta rama de la filosofía es de reciente análisis concreto, apenas se cumple un siglo de su nombramiento, aunque los juicios de valor tienen un histórico pensamiento filosófico remontado hasta las primeras fabulas conocidas.

Los valores dependen del objeto o el fenómeno en acción, “el valor es una cualidad, un adjetivo”,<sup>125</sup> no pueden existir sin objeto de valoración. Esto favorece al arte como un objeto de estudio ya que, dentro de este, nuestro campo de la ciencia Estética, nos inclinamos por el análisis del objeto artístico. No puede haber estética sin objeto artístico de valoración; “los valores no se dan aislados, sino que tienen una existencia parasitaria: se nos presentan siempre apoyados en un sostén. El sostén es de orden real – piedra, lienzo, papel, gesto, movimiento – y o captamos por los sentidos”.<sup>126</sup> Aunque algunas artes se basan en ideas o acciones siempre recaen en objetos de estudio práctico como, por ejemplo, el performance que a pesar de su espontaneidad logran crear un fenómeno concreto, un

---

<sup>122</sup> J. R. Fabelo, *Estética, arte y consumo*, ob. cit. p. 68.

<sup>123</sup> *Ibidem*, p. 69.

<sup>124</sup> Luis Villoro, *El poder y valor*, p.13

<sup>125</sup> Risieri Frondizi, *¿Qué son los valores?*, p.17

<sup>126</sup> *Ibidem*, p.40

tiempo y un espacio determinados, aún más obtendremos de su resguardo documental y las opiniones acerca del fenómeno experimentado. “El valor es, pues, una cualidad estructural que tiene existencia y sentido en situaciones concretas”.<sup>127</sup> Por tanto debemos de hacer variados supuestos o delimitaciones del tema para abordar tan complejo caso.

El objeto de análisis de la filosofía estética ha ido cambiando en su historia como ciencia, pero, lo que cambia es la mirada humana. “No existen ni objetos ni procesos que, por su esencia y su estructura, y sin que se tenga en cuenta el tiempo, el lugar y el criterio con que se les valore, sean portadores de la función estética, ni tampoco otros que tengan que estar, en vista de su estructura real, eliminados de su alcance”.<sup>128</sup> Los objetos artísticos son cosas aisladas sin la mirada de la sociedad que los analiza. Para intentar crear una teoría debemos de argumentar una tendencia recíproca, aunque sea solo en nuestro lapso de tiempo y espacio, valga decir en nuestra Modernidad de inicios de siglo en la nación mexicana. Por tanto debemos tener cuidado de no caer en el relativismo teórico, donde todo vale y nada vale. Nuestra postura, como ya se ha dicho en el principio de este capítulo advirtiendo la sensibilidad del tema, es razonar sobre una ciencia social-humana, ayudándonos de la transversalidad de otras ciencias, intentando argumentar y comprobar nuestra teoría.

No podemos tener los mismos juicios de valor que hace un siglo o cincuenta años atrás, deberíamos tomar en cuenta los momentos coyunturales de la historia y cómo estos pueden cambiar el sentido de valor que se aprecia en los fenómenos. La ciencia axiológica, como toda ciencia humana, depende del contexto histórico en el que se determina. “Así, pues, el valor no lo poseen los objetos de por sí sino que éstos lo adquieren gracias a su relación con el humano como ser social. Pero los objetos, a su vez, sólo pueden ser valiosos cuando están dotados efectivamente de ciertas propiedades objetivas”.<sup>129</sup> El juicio de valor humano, o subjetivo, es el soporte de sus propias reglas de valoración, este juicio personal se da en una relación social ya que el ser humano, como ser social, está condicionado a la convivencia como un apoyo mutuo de sobrevivencia, un contrato social por la distinción entre lo que es provechoso para la comunidad y lo que no lo es para el individuo. Hacia esta

---

<sup>127</sup> *Ibidem*, p.220

<sup>128</sup> J. Mukarovsky, *ob. cit.* p.47

<sup>129</sup> A. Sánchez Vázquez, *Ética*, p.118

forma compleja por acumulación de juicios individuales se nombra como valor objetivo del fenómeno el cual “abarca todo el conjunto de resultados materiales y espirituales de la actividad humana que poseen una significación positiva para el desarrollo progresivo de la sociedad”.<sup>130</sup> Un progreso objetivo donde también este mirar sin enjuiciar individualmente está sometido al contexto social humano de su época histórica. La conciencia social es producto de su propia historia, se construye paralelamente a través de su propio tiempo y su propio espacio.

Dentro de las valoraciones estéticas nos basamos también en los juicios fisiológicos, usos y costumbres, tanto motivos trascendentes genéticos y culturales, que el humano va construyendo y destruyendo según su cambiante forma de analizar el mundo. “Lo bello no puede existir al margen del humano. Y ese carácter humano no sólo lo determina el origen humano del arte, sino también lo bello natural en cuanto sólo existe en una naturaleza humanizada”.<sup>131</sup> La sociedad humana construye estos valores a través de su ideología y el poder social pero, como ya lo hemos planeado, estos juicios de valor se concretan en diferentes cambios sustanciales. Lo que debemos desentrañar aquí es la esencia de los valores estéticos que se quedan en las obras de arte que podríamos llamar *universales*, que es lo que queda de una obra de arte como valor estético.

Los valores se han dividido, primeramente, entre objetivos y subjetivos. Se dividen entre las decisiones individuales y grupales. “El valor será objetivo si existe independientemente de un sujeto o de una conciencia valorativa; a su vez, será subjetivo si debe su existencia, su sentido o su validez a reacciones, ya sean fisiológicas o psicológicas, del sujeto que valora”.<sup>132</sup> Aunque, nosotros nos inclinamos por la teoría multidimensional de los valores,<sup>133</sup> donde cada esfera de valor tiene su propio peso y aporte a la noción del bien y lo bueno genéricamente humano. “Distinguimos conceptualmente estas dimensiones como objetiva, subjetiva e instituida y mediante ellas le otorgamos el espacio requerido y ponemos en conexión las distintas manifestaciones particulares de los valores”.<sup>134</sup> La objetiva, dependiente de las relaciones de significación social o humana que adquiere

---

<sup>130</sup> J. R. Fabelo, *Los valores y sus desafíos actuales*. p.87

<sup>131</sup> A. Sánchez Vázquez, *Las ideas estéticas de Marx*, p.90

<sup>132</sup> R. Frondizi, *ob. cit.* p.27.

<sup>133</sup> *Cfr.* J. R. Fabelo, *ob. cit.*

<sup>134</sup> J. R. Fabelo, *ob. cit.* p.56

cualquier objeto al incorporarse mediante la praxis en el sistema de relaciones sociales; la subjetiva, donde el ser humano individual valora el objeto según su necesidad y gusto; y la instituida, en la que los valores responden de diferentes maneras a las relaciones de poder prevalecientes en la sociedad específica de que se trate.

Con estas tres dimensiones conjugadas damos una mayor complejidad al análisis axiológico. “De esta forma, las diferentes apreciaciones de los valores que encontramos en estas disciplinas del saber social ya no se nos presentan como excluyentes entre sí, no se niegan mutuamente, sino que se complementan y sirven de fuente de conocimientos dentro de una concepción cosmovisiva más amplia que reconoce y fundamenta la pluridimensionalidad de los valores”.<sup>135</sup> Entendemos que entre más complejo sea el juicio valorativo mayor será la generalización del valor, hasta llegar a una objetividad universal, mientras que en los casos más simples de juicio la discusión valorativa puede resolverse por una sola subjetividad. “Los valores objetivamente universales abarcan el conjunto de fenómenos que poseen una significación positiva para el desarrollo progresivo de la comunidad planetaria en general”.<sup>136</sup> Es una cuestión de escala que requiere de la ayuda transversal de las ciencias con las que analizamos este objeto de estudio, auxiliándonos de la economía, la axiología, la antropología y la estética

Dentro de la teoría axiológica existe el argumento de la jerarquía de los valores. Es de suponer que si podemos discernir entre lo bueno y lo malo podamos darle un orden a los fenómenos y objetos entre esta escala de valor. Algo tiene que ser mejor que solo respirar aire puro. Tendemos a darle un mayor peso de valor a lo que individualmente nos complementa como seres humanos en nuestra reproducción humana, es decir como autopoiesis, y esto se amplía a los valores objetivos. “No solo los individuos sino también las comunidades reconocen un orden jerárquico, aunque no sea siempre coherente y estable”. Como se ha anunciado anteriormente, los valores cambian según la historia y el contexto de la sociedad analizada, pero siempre existirán últimas generales que la humanidad, genéricamente hablando, debe de respetar para no provocar su extinción.

---

<sup>135</sup> *Ibidem*, p.60

<sup>136</sup> *Ibidem*, p.95

En esta tabulación siempre cambiante del ordenamiento de los valores, el filósofo argentino, en el que nos hemos basado, Risieri Frondizi, nos comenta que existen dos puntos de percepción de esta jerarquización<sup>137</sup>, una subjetiva donde intervienen las *reacciones del sujeto*, y otra dentro de las *cualidades del objeto*. Curiosa razón donde encontramos parentesco entre el arte y la estética como las dos caras de una misma moneda: el ser creador y el ser receptor.

Los valores estéticos caen en la conveniencia de su contexto e historia, el juicio de valor que se hace de los objetos del arte se hace directamente desde la mirada del presente. Las relaciones con estos objetos son coactadas por los mismo juicios de valor del ser social que los esté contemplando y analizando. “La relación entre la jerarquía estética y la jerarquía social es irrefutable. Cada clase social e incluso cada medio (por ejemplo el campo o la ciudad) tiene su propio canon estético, que pasa a ser uno de sus rasgos más característicos”.<sup>138</sup>

Este argumento sobre la jerarquización de los valores inevitablemente engloba, atrayendo con su sinergia, a los valores estéticos haciendo creer que estos también gozan de una tabulación dentro de su creación. Esto ha ocasionado las divisiones entre el arte culto y el arte popular, o arte contemporáneo y artesanía, haciendo claramente una referencia a los valores estéticos de una elite en el poder, valores instituidos que ejercen un poder ideológico para reordenar las relaciones a su favor, “no podemos obviar que los conceptos de *estética y arte* evolucionan a la luz de los intereses y eventos históricos de quienes los fundaron, y que hasta hoy sus directrices apelan a una condición de poder”.<sup>139</sup>

Nosotros estamos en contra de la jerarquización de los valores estéticos, los cuales solo reproducen el sectarismo dentro de la producción, distribución y consumo del arte, originando una propia división de clase, de la distribución del poder y el capital. Invocamos por una creación libre donde las clases sociales no dictaminen la producción objetiva de la libertad. Las artesanías o el arte de *los otros*, se enriquecen por el simbolismo intrínseco de su función. “En consecuencia, asumimos las tareas de develar aquello que el concepto de

---

<sup>137</sup> Cfr. R. Frondizi, *ob. cit.*, Cap. VI, sección 5, “Jerarquía de los valores”.

<sup>138</sup> J. Mukarovsky, *Función, norma y valor estético como hechos sociales*, p.73

<sup>139</sup> Ramón Patiño y Cinthya Quintero, *Artesanía indígena: un motivo para hablar de estética y arte*, p.76

artesanía oculta: la resistencia artística y cultural de las comunidades indígenas y afro presentes en América”.<sup>140</sup> Siendo este nuestro punto meta de esta investigación. Más que acomodar arriba o abajo en la tabla de jerarquización de los valores estéticos de los objetos, lo que proponemos es diversificar el concepto otorgando la misma posición a elementos de distintos lugares y procedencias sociales.

Los valores deben ser una fuente inagotable por el bienestar de la humanidad como especie. “Su fundamento último está en la vida. La capacidad humana de valorar, de juzgar las cosas por su significación para la vida, nace con la propia conciencia. Responde a la necesidad de sobrevivencia”.<sup>141</sup> La conciencia humana debe regresar a su raíz evolutiva donde el ser humano es parte de la naturaleza en una sobrevivencia interdependiente. La dominación de la naturaleza debe quedar atrás para dar paso a la cooperación con ella. Conquistar el egocentrismo humano para sabernos parte de una conciencia social que de verdad ayude a nuestra evolución continúa.

## Ética

Nosotros abogamos por una postura ética que arraigue los argumentos científicos, ya sean de las ciencias exactas o sociales. Cada idea debe pasar por la experimentación de probabilidad y argumentación acreditada. Las ciencias deben colaborar transversalmente para resolver todos los problemas humanos.

La ciencia ética apunta hacia una teoría de los valores universales, donde las reglas sociales sean positivas para todos no importando la historia o el contexto de la misma sociedad. Como se ha planteado anteriormente, esta generalización estática de los valores es una falacia. Los valores dependen obligatoriamente del humano, de la conciencia que haya alcanzado en su desarrollo histórico además de su contexto medioambiental en el que sobrevive. “La postura ética sólo puede mantenerse si el orden de valores proyectado opera

---

<sup>140</sup> *Ibidem*, p.76

<sup>141</sup> J. R. Fabelo, *Antecedentes evolutivos de los valores estéticos*, p.71.

como una idea regulativa de la acción política, que nunca puede cumplirse cabalmente, que no se agota en ninguna situación”.<sup>142</sup> Los problemas de juicio de valor globales se hacen tan abstractos que caen en una obviedad en la vida común.

La mayor importancia humana debería recaer en la concepción de su unión con la naturaleza quien lo alimenta física y espiritualmente. De ella dependemos y en ella nos encontramos. La misma naturaleza sirve como mediador de nuestra sociedad y se entiende como la materialidad general por automación. “Que el humano vive de la naturaleza quiere decir que la naturaleza es su cuerpo, con el cual ha de mantenerse en proceso continuo para no morir. Que la vida física y espiritual del humano está ligada con la naturaleza no tiene otro sentido que el de que la naturaleza está ligada consigo misma, pues el humano es una parte de la naturaleza”.<sup>143</sup>

Debemos tener cuidado con nuestra brújula axiológica para reconocer lo que nos hace un bien individual y colectivamente. Podríamos otorgar una analogía con las ondas de agua que se crean al dejar caer una piedra, en el primer círculo será una percepción individual, después dentro de mi círculo familiar, luego la onda de agua correspondiente a mi sociedad vecinal, hasta llegar a un amplio espectro mundial.

## **Moral**

En esta investigación pretendemos analizar cuestiones teóricas generales para poder discernir entre las prácticas sociales particulares. Entendemos a la ética como una ciencia por la cual se desentrañan los valores morales de una sociedad específica en un momento histórico predeterminado. “La tarea fundamental de la ética es la de toda teoría; o sea, explicar, esclarecer o investigar una realidad dada produciendo los conceptos correspondientes. Por otro lado, la realidad moral varía históricamente, y con ella sus principios y normas”.<sup>144</sup> La fundamentación ética teórica trasciende las normas morales de

---

<sup>142</sup> Luis Villoro, *El valor y el poder*, p.245

<sup>143</sup> K. Marx, *Manuscritos: economía y filosofía*, p.111

<sup>144</sup> A. Sánchez Vázquez, *Ética*, p.20

cada época histórica. Por tanto, solo discutiremos la moral propia del sistema capitalista como una ideología predominante, recordando el mito de la Modernidad y sus valores. “El capitalismo mundial fue, desde la partida, colonial / moderno y euro centrado”.<sup>145</sup> Tenemos que traer a colación el inicio del cambio del modelo de producción de la época feudal al sistema capitalista actual y su modernidad como moralidad instituida.

La moral de una sociedad se forma paralelamente con su proceso histórico de construcción, en nuestro caso particular, en el levantamiento del sistema capitalista como modo de producción y ordenación de las costumbres morales. “La esfera moral precede al individuo. Nadie construye sus creencias morales en el vacío”.<sup>146</sup> No existe una ideología de la Modernidad antes del siglo XV y la naciente acumulación originaria de capital<sup>147</sup> que da inicio al capitalismo como un sistema-mundo.<sup>148</sup> La sociedad debe de cambiar tanto de formas de producción, de distribución y de consumo, como sus relaciones sociales arraigadas en usos y costumbres pasadas, el nuevo mundo Moderno requiere de una nueva manera de comportamiento social.

La nueva sociedad en construcción se forma con diferentes clases sociales, dejando atrás a la monarquía y sus plebeyos, dando paso a los burgueses y los proletariados como una nueva distribución del trabajo. Con esto las moralidades impuestas a cada sector social también se van distribuyendo según sus necesidades y más por su engranaje dentro del sistema ideológico capitalista. “La moralidad social cumple una necesidad básica, de carácter social: la de pertenecer a un grupo, a una asociación, a una comunidad”.<sup>149</sup> Las nuevas posiciones sociales se demarcan así como se han definido las nuevas normas de relaciones sociales con el otro. “La moralidad existente confirma a cada quien en su posición dentro de un sistema”.<sup>150</sup> Según nuestra posición en la división internacional del trabajo, será nuestra posición en las reglas morales de esta determinada sociedad capitalista, o nos toca servir o ser servidos por el sistema.

---

<sup>145</sup> Aníbal Quijano, *Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina*, p.10

<sup>146</sup> L. Villoro, *El valor y el poder*, p.175

<sup>147</sup> K. Marx, *El Capital*, Cap. XXIV

<sup>148</sup> Cfr. Immanuel Wallerstein, *El capitalismo histórico*.

<sup>149</sup> L. Villoro, ob. cit. p.178

<sup>150</sup> *Ibidem*, p.176

En esta coyuntura, se proclama un modelo económico vigente pero reacio a claudicar, nos encontramos con la moral del sistema ideológico del capitalismo actual, donde “el código moral del neoliberalismo es la expresión abstracta, depurada y sistematizada de una ética que emana del mercado como institución social y forma predominante de relación entre los humanos en el capitalismo”.<sup>151</sup> El mercado es lo que regula todo, desde las relaciones entre cosas hasta las relaciones humanas, todo se convierte en mercancía para su intercambio inevitable dentro del mercado capitalista. Nuestras relaciones con el otro se forman y se reproducen dentro del mercado neoliberal, pero aquí donde nuestra paradoja la cual hemos estado contemplando a lo largo de esta tesis, es que el intercambio dentro del sistema capitalista nunca es justo, por tanto las relaciones sociales que se intercambien dentro de su sistema moral de reciprocidad nunca serán las justas igualmente. “En sociedades de un diseño contrario, en donde priva el individualismo y se ha deteriorado el sentido de comunidad, sucede la situación opuesta: el ámbito de realización de valores públicos se estrecha, en beneficio de la ampliación de la esfera de lo privado”.<sup>152</sup>

Otro punto de la moralidad neoliberal es el encanto del éxito individual. Se nos instruye que debemos de sobresalir por nuestros propios medios para lograr una superposición de clase social, lo que conlleva una acumulación de capital, para obtener el reconocimiento social anhelado, “así hoy las masas engañadas creen en el mito del éxito aún más que los afortunados. Las masas tienen lo que quieren y reclaman obstinadamente la ideología mediante la cual se les esclaviza”.<sup>153</sup> Arma de doble filo que ayuda al propio sistema capitalista en la explotación de plusvalor. Los supuestamente libres trabajadores se auto explotan solo para dar un salto entre clases sociales, mientras su salud y fuerza de trabajo, es vendida al más bajo precio para ayudar en la acumulación de poder. Pero la industria cultural también enseña a someternos sin cuestionamientos “La cultura ha contribuido siempre a domar los instintos revolucionarios, así como los bárbaros. La cultura industrializada hace algo más. Enseña e inculca la condición necesaria para tolerar la vida despiadada”.<sup>154</sup>

---

<sup>151</sup> J. R. Fabelo, *Los valores y sus desafíos actuales*, p.154

<sup>152</sup> L. Villoro, *ob. cit.* p.72

<sup>153</sup> Theodor Adorno, *Iluminismo como mistificación*, p.8

<sup>154</sup> *Ibidem* p.18

En el capitalismo de finales del siglo XX, ahora llamado neoliberalismo se ha construido una fuerte actitud moral hacia el consumo. Proponiendo esta esfera de la economía como la principal entre las masas que sostienen el sistema. El consumo es el medio por el cual nos distinguimos individualmente según el sistema ideológico de capital. Nosotros no podemos producir a gran escala eso está salvaguardado para solo unos pocos. “El principio impone presentar al consumidor todas las necesidades como si pudiesen ser satisfechas por la industria cultural, pero también organizar esas necesidades en forma tal que el consumidor aprenda a través de ellas que es sólo y siempre un eterno consumidor, un objeto de la industria cultural”.<sup>155</sup>

El consumo es la necesidad que siente el humano por la cual se debe auto reproducirse a sí mismo y a su comunidad. “Sin necesidad no existe producción. Pero el consumo reproduce la necesidad”.<sup>156</sup> Es un eterno círculo sin principio o fin entre la producción y el consumo. Somos históricamente productos de esta dialéctica. “La producción da lugar al consumo en cuanto que crea el modo especial de consumo y el estímulo para el consumo, la capacidad misma de consumo bajo la forma de necesidad”.<sup>157</sup> El productor crea al consumidor, mientras la necesidad crea al consumidor. Pero esta creación entrelazada dentro de la ideología neoliberal, conforma el punto álgido de mismo sistema, se crea una proyección narcisista donde el consumo de todo es el objetivo primordial del sujeto individual. El poder del consumo es el poder mismo que se le da al trabajador explotado, es la única salida que el sistema le otorga, sabiendo que este propio consumo erige el mismo sistema de explotación. “en el sistema no hay lugar para las finalidades individuales; sólo hay lugar para las finalidades del propio sistema”.<sup>158</sup> El consumo es solo un proceso más en el camino de la valorización del capital, otra forma de explotación. La estética cae dentro de esta esfera del capital, el consumo artístico, como formación de una estética, se degrada solo a las necesidades del capital.

La importancia persiste en la realización del valor: se debe consumir lo que se produce de cierta manera y en cierto momento para poder seguir con la dinámica autónoma

---

<sup>155</sup> *Ibidem*, p.12

<sup>156</sup> K. Marx, *Manuscritos: economía y filosofía*, p. 258

<sup>157</sup> *Ibidem*, p. 258

<sup>158</sup> J. Baudrillard, *La sociedad de consumo*, p. 62

del capitalismo de acumulación. “La subordinación formal de este medio de comunicación a la empresa capitalista es la que determina que sus mensajes promuevan un consumo ideológico en las mentes de los receptores del mensaje”<sup>159</sup>, realmente promueve el consumo capitalista derrochador y muchas otras destrucciones de las relaciones sociales, a través de la manipulación ideológica. Son las estructuras predominantes que se aceptan en sociedad, un sigiloso modo de sumisión en el consumo. Medios formales de consumo expresados en el valor de cambio como moneda serán convertidos en capital, que son requeridos para renovar el combustible de valor económico que se vuelve a impregnar en la faena de explotación.

La época de la ampliación de la globalización está caracterizada por la sumisión de las formas de consumo, donde se da un paso fuera del área de trabajo y se comienza por subsumir realmente al consumidor bajo la forma oculta del bienestar común, ayudado por la manipulación de los medios de comunicación masiva. “Lo que caracteriza la sociedad de consumo es la universalidad de las crónicas de los medios de comunicación masiva”,<sup>160</sup> el mensaje masivo de consumo se homogeniza a favor del crecimiento desmedido del capital en su búsqueda por el plusvalor que lo alimente. Ahora en nuestras décadas iniciales del siglo nuevo el consumo de objeto ha transmutado al consumo de emociones, siempre con el gasto suntuario característico, “comprar lo que apetece y no solamente lo necesario”,<sup>161</sup> esta aptitud humana no sorprende en la actualidad donde, en el capitalismo tardío, la distribución de la riqueza se ha concentrado tanto. “Liberada del reino de la necesidad, toda una parte del consumo tiende a aparecer como un dominio estético que busca los placeres y la frivolidad, las sensaciones y la diversión”.<sup>162</sup> Esto conlleva a un paso más allá del consumo aun hiperconsumo, el narcisismo individualista de la ideología clásica del sistema, donde el barco tiene que crecer individualmente para obtener más peso y subir la marea donde se encuentra otros barcos particulares. “De ahí se sigue que hedonismo individualista no es lo mismo que consumismo: aquel coincide también con la voluntad de hacer algo personal, elegido libremente, un mundo que sea obra de uno mismo y responda a su

---

<sup>159</sup> J. Veraza, *ob. cit.* p. 233

<sup>160</sup> J. Braudrillard, *La sociedad de consumo*, p.14

<sup>161</sup> Gilles Lipovetsky, *La estetización del mundo*, p.275

<sup>162</sup> *Ídem.*

subjetividad”.<sup>163</sup> La creación egocéntrica de un mundo, o isla, creada de forma única, pero mientras tanto el sistema material es el que jala las riendas de las necesidades, y por tanto de las características humanas del narcisista.

Si se pudiera creer en una moralidad de nuestra época moderna, estaríamos acorde a la moral anarquista propuesta por Piotr Kropotkin, quien nos dice: “Hagamos a los otros lo que quisiéramos que hicieran por nosotros en las mismas circunstancias”.<sup>164</sup> Esto es dicho, basado en la observación del comportamiento de los animales, y en función del cuidado de su propia especie para apoyar una evolución basada en la reciprocidad de ayuda. Este filósofo ruso ha argumentado<sup>165</sup> que el apoyo mutuo en reciprocidad es un estímulo para la evolución de cierta especie, dejando de lado la individualidad ferviente de la moral liberal.

## **Poder**

Los juicios de valor tienen un amplio camino paralelo al poder, por esta relación se conforman los valores instituidos. “Quien detenta el poder impone su sistema de valores al todo social de que se trate”.<sup>166</sup> Los cuales son valores construidos por la concentración del poder político y sus instituciones de control social, para influenciar y decidir acerca de lo que beneficia a su sociedad, aunque estos, la mayoría de las veces, solo favorezcan a una elite con poder, “los distintos sujetos se preocupan no sólo por justificar ideológicamente sus valores, sino también por tratar de imponerlos y convertirlos en realidad social. La política, el Estado, el derecho, junto a la moral y la conciencia religiosa contribuyen a estos fines”.<sup>167</sup>

El poder político, parafraseando a Lenin, es la concentración del poder económico, por tanto los valores instituidos políticamente son la moral del sistema capitalista. Su doble versión hacia la sociedad que domina elimina toda veracidad del discurso político. “De allí

---

<sup>163</sup> *Ibidem*, p.344

<sup>164</sup> Piotr Kropotkin, *La moral anarquista*, p.30

<sup>165</sup> Cfr. P. Kropotkin, *El apoyo mutuo*

<sup>166</sup> J. R. Fabelo, *Los valores y sus desafíos actuales*, p.70

<sup>167</sup> *Ibidem*, p.70

la ambivalencia de todo poder político: a la vez que se busca por sí mismo, se justifica como medio de realizar un valor. Es un fin: en esa medida, carece de valor objetivo; pero también es un medio para un bien común: en esa medida, se presenta como valor”.<sup>168</sup> El poder político concentra el valor como un fin, un poder para lograr un objetivo particular de esta clase social. En la actualidad transmoderna el capital global se ha vuelto transnacional, la división del trabajo se expande a través de las barreras nacionales y la globalización sitúa a las mercancías en todos los rincones del planeta. “Poder y valor se oponen y, sin embargo, se requieren mutuamente”.<sup>169</sup> Coexisten por la necesidad de favorecimiento de una clase gobernante. Es una fórmula de poder que transfigura un valor subjetivo, de cierta elite, en un discurso de valor objetivo, falsamente requerido para la sociedad dominada. “En una sociedad desgarrada por el conflicto, cada quien busca el poder para sí mismo. Si lo logra, somete a los otros a su dominio. El poder de un sujeto es, por principio, excluyente de los otros. El dominador no puede compartirlo con el dominado. Buscar poder político por sí mismo y no sólo como medio para un bien común no puede ser, por lo tanto, un valor objetivo. Cada quien ha de buscarlo para sí en detrimento del otro. Su búsqueda es lo opuesto a la persecución de un bien común”.<sup>170</sup>

En el campo de la estética y del valor de las mercancías artísticas “es el campo de producción como sistema de relaciones objetivas entre estos agentes o estas instituciones y lugar de luchas por el monopolio del poder de consagración donde se engendran continuamente el valor de las obras y la creencia en este valor”. El origen del valor estético es un problema estructural”.<sup>171</sup> Las relaciones sociales se vuelven a concretar en relaciones de valoración por medio de las relaciones de poder. El obtener un objeto con cierto capital cultural hace a este propietario un agente de poder, el cual puede crear una sinergia de valoración y poder por medio de su propio capital simbólico, su estatus, su prestigio, “la convergencia entre conflictos artísticos y conflictos sociales deriva de la necesidad de cada clase de legitimar y afianzar el poder económico mediante la acumulación de capital simbólico”.<sup>172</sup>

---

<sup>168</sup> L. Villoro, *El valor y el poder*, p.84

<sup>169</sup> *Ibidem*, p.79

<sup>170</sup> *Ibidem*, p.83

<sup>171</sup> Pierre Bourdieu citado por Néstor García Canclini en *La producción simbólica*, p.143

<sup>172</sup> Néstor García Canclini, *La producción simbólica*, p.147

También es necesario reconocer la violencia que el capital, como fuente de poder, ejerce sobre la sociedad y su forma de construir relaciones entre las personas. “Todo capital, cualquiera que sea la forma bajo la cual se presenta, ejerce una violencia simbólica desde que es reconocido, es decir, desconocido en su verdad de capital, y se impone como autoridad al reclamar ese reconocimiento”.<sup>173</sup> Se ejerce una relación de poder moderado por el intercambio desigual de capital simbólico y la acumulación de capital cultural. Es una relación de poder que concentra poder como capital en sus diferentes formas, sean simbólicas o económicas, con el fin de continuar esta acumulación ampliada de capital, la generación de capital por el mismo capital.

## **Ideología**

Entenderemos por ideología “todo conjunto de creencias que manipulan a los individuos para impulsarlos en acciones que promueven el poder político de un grupo o una clase determinados”.<sup>174</sup> Es una falsa conciencia, expresando por conciencia como aquella relación consciente del humano con su entorno social y natural. La falsa conciencia de clase o la ideología se torna como un valor de clase que favorece a este núcleo social con algún tipo de poder y un interés en específico. “La ideología consiste en una operación mental por la que los valores subjetivos, propios de un grupo, se presentan como si fuera valores objetivos”.<sup>175</sup>

La conciencia de clase se torna sectaria solo con el fin de apoyar la misma acumulación y monopolio individual del poder, del capital. “Los fines benéficos para un sector se disfrazan de bien general. Es la operación de las ideologías”.<sup>176</sup> Las teorías ideológicas se disfrazan de justificaciones del poder y el dominio, el cual es su mayoría de las ocasiones únicamente es para favorecer a un minoría, debido a que el poder lo detentan siempre las mayorías, por obvias razones de la sumatoria individual de la fuerza de trabajo

---

<sup>173</sup> P. Bourdieu, *Las estrategias de la reproducción social*, p.208.

<sup>174</sup> Luis Villoro, *El concepto de ideología*, p.20

<sup>175</sup> L. Villoro, *El valor y el poder*, p186

<sup>176</sup> *Ibidem*, p.79

ya sea material o intelectual, lo que necesita la elite en el poder es generar una conciencia de clase, falsa, ideas falaces acerca de la moralidad con la que se debe vivir tan solo para resguardar sus propios intereses de elite, como: la propiedad privada, el individualismo radical, el intercambio desigual, etc.

En nuestro estudio comenzamos con la abstracción del arte a una simple mercancía, aunque esto conlleva a una eliminación del aura que el objeto del arte posee y es identificada por la misma cultura de la sociedad. La mercancía también posee un signo del progreso humano en su materialidad. “La ideología es de hecho todo el proceso de reducción y de abstracción del material simbólico en una forma”.<sup>177</sup> Hemos descrito a la mercancía artística, si se nos permite este término, como el núcleo del progreso cultural humano. Aunque esto es en sí una verdad, criticamos el arte del sistema ideológico capitalista, donde el valor económico, o su valor de cambio, es mayor que su valor simbólico cultural, su valor de uso. La ideología del neoliberalismo transfigura la mercancía en una relación fetichizada. “Es el mismo proceso que da a leer en la mercancía un valor autónomo, una realidad trascendente, por desconocimiento de su forma y de la abstracción del trabajo social que opera”.<sup>178</sup>

Las ideas circundantes son ideas generadas por los que detentan el poder, algún profesor decía con verdad “los malos también piensan”, y crean ideas con una meta en común: seguir con el monopolio del poder y ampliar su acumulación. La “ideología favorece, con el dominio de las ideas, el dominio de una clase”.<sup>179</sup> La ideología hegemónica crea ideas que no perdiguen el fin último de los valores objetivos, que es la vida misma, la vida genérica, hablando de la salvación y conservación de la especie, la autopoiesis, la reproducción social, un humana más humano. Debemos percatarnos de la moralidad de este tipo de sistema económico de reproducción que crea relaciones sociales alrededor de él. Tenemos que suplantar los valores creados por estas ideologías enajenadas con el poder del capital.

---

<sup>177</sup> J. Baudrillard, *Crítica de la economía política del signo*, p.168

<sup>178</sup> *Ídem*.

<sup>179</sup> L. Villoro, *El concepto de ideología*, p.64

La sociedad en sus relaciones como un espectáculo, son la ideología cultural actual. “El espectáculo es la ideología por excelencia, porque expone y manifiesta en su plenitud la esencia de todo sistema ideológico: el empobrecimiento, el sojuzgamiento y la negación de la vida real”.<sup>180</sup> Las relaciones se hacen ficción a través de una pantalla, la cual nos vigila a todos y a todo momento. Los acontecimientos globales se vuelven un entretenimiento mundial conectado por las redes de globalización a mercancía deviene espectáculo. Todo esto siguiendo la fetichización de las relaciones sociales.

### **Intercambio simbólico**

El sistema capitalista nos hace creer que el Mercado es el único modo de interacción social. “De la creación del comercio mundial y el mercado mundial modernos data la biografía moderna del capital”.<sup>181</sup> Es este modo de interacción fetichizado, donde las relaciones entre personas se vuelven relaciones entre cosas, por el cual el único objetivo es ampliar la acumulación de capital. “Disfrazando la intencionalidad ideológica bajo un ropaje de aparente objetividad científica, tiende a asumir las relaciones mercantiles como la condición natural de la existencia humana y el único modo de garantizar progreso y prosperidad al humano”.<sup>182</sup> Es el mercado capitalista una manera de concretar de su ideología, un paso por el cual nos hace creer que debemos obligatoriamente andar para satisfacer nuestras necesidades, la época del *hiperconsumo* de las sensaciones, “el capitalismo artístico (sic) multiplica las creaciones estilísticas, desarrolla igualmente un consumo cada vez más abundante de experiencias estéticas en el sentido original de sensaciones, experiencias sensitivas y emocionales: el *aisthetikós* de los griegos”.<sup>183</sup> La última razón del motivo del mercado dentro del sistema capitalista es la ganancia a través de la valorización del valor, la realización del valor económico en capital, un paso

---

<sup>180</sup> Guy Debord, *La sociedad del espectáculo*, p.128

<sup>181</sup> K. Marx, *El Capital*, T.I, Cap.IV, p.179

<sup>182</sup> J. R. Fabelo, *ob. cit.*, p.153

<sup>183</sup> G. Lipovetsky, *ob. cit.*, p.50

obligatorio de su ciclo, porque todo se intercambia y todo es una mercancía. “Dentro del mercado, todo; fuera del mercado, nada”.<sup>184</sup>

Para comenzar nuestro análisis acerca del intercambio fuera del sistema económico capitalista, recordaremos otros tipos de intercambio históricamente dados, y como algunos aún se ocupan entre nuestras sociedades modernas, todos cargados de un fuerte simbolismo que es el objeto principal de intercambio. Fuera de lo material, como agencia de posesión, se intercambian acciones, sentimientos, trabajo, entre otras cosas, que van más allá del plano material, pero aun así forman parte importante en el campo de las relaciones sociales. “... cuando le das un regalo a alguien, un sentimiento se establece es vínculo entre ustedes dos. La venta de los productos no deja ningún enlace necesario”.<sup>185</sup> Analizaremos un intercambio no equiparable en términos económicos sino otros tipos de economías de la imaginación.<sup>186</sup>

El *potlatch* es un caso del intercambio simbólico, que se realiza cuando las comunidades, en el caso de los nativos americanos estudiado por Marcel Mauss<sup>187</sup>, reúnen, por cierto tiempo, una serie de productos que consiguen de la naturaleza y su manejo, ejemplos como pescado, aceite de palma, collares de coral, etcétera, para regalar a sus comunidades cercanas con el propósito de adquirir un *prestigio*. “El objeto del potlatch era demostrar que el jefe anfitrión tenía realmente derecho a su estatus y que era más magnánimo que el huésped”.<sup>188</sup> El intercambio no es pues obligatorio, pero se debe llegar a dar.

También es necesario recordar el intercambio *Kula* en las Islas Trobriand, fenómeno social estudiado por el antropólogo Bronislaw Malinowski.<sup>189</sup> El cual pareciera un regalo, un intercambio sin ninguna necesidad de ser devuelto, pero, dentro de esta relación social cultural, el prestigio de la comunidad queda en duda al no retornar el regalo, aunque esto no

---

<sup>184</sup> J. R. Fabelo, *ob. cit.* p155

<sup>185</sup> Hyde Lewis, *The gift must always move*, p.2

<sup>186</sup> *Ídem.*

<sup>187</sup> *Cfr.* Marcel Mauss, *Ensayos sobre el Don.*

<sup>188</sup> Marvin Harris, *Vacas, cerdos, guerras y brujas*, p. 129.

<sup>189</sup> *Cfr.* Malinowski Bronislaw, *Los argonautas del pacífico sur*

es muy común, ya que “el regalo siempre debe moverse”.<sup>190</sup> Este intercambio no tiene que ser unilateral, entre dos miembros de la región comunitaria, se exalta por un intercambio circular donde participen mínimo tres agentes, debido a la codicia y el ego que se genera en la competencia entre el intercambio dual. Es adecuado el adjetivo porque veo lo utilizas al principio, si es un “tecnicismo” de tu área, bueno, déjalo. Pero si no, existen adjetivos válidos: binomial, binario, por ejemplo. “Cuando el regalo se mueve en círculo, su movimiento está más allá del control de ego personal y cada portados debe ser parte del grupo y cada donación es un acto de fe social”.<sup>191</sup> Es una forma para no recriminar al otro, sino esperar que la energía dada regrese como recompensa por lo ofrecido, es un acto de solidaridad y esperanza en la comunidad. La constante circulación del regalo, aunque no sea en reciprocidad, exige una forma diferente de circulación de los objetos, fuera del sistema capitalista, donde los objetos no son mercancías, porque no se deben de ocupar como capital para aprovecharse de ellas mismas, “el regalo de uno, no puede ser el capital del otro”.<sup>192</sup> Este regalo, siempre en circulación, debe ser un símbolo de reciprocidad, no una mercancía que se apropia individualmente, “el regalo es propiedad que perece”.<sup>193</sup>

Se observa esta ritualidad en el movimiento de los objetos en el intercambio *kula*, que no deben de permanecer en la misma sociedad que los ha recibido. El objetivo propio del regalo o don es la constante circulación, se deben pasar a otro sector de la población para no degenerar su valor ritual. “Manilowski mostró que en una economía primitiva como la de los trobriandeses intervienen factores mágicos y de prestigio, no directamente ligados al valor útil de la mercancía”.<sup>194</sup> La pertenencia del regalo es vista como una deshonra para el acreedor. En las relaciones sociales conformadas por estos nativos del Pacífico nombraron al humano occidental como “white man keeper (o capitalista) que es una persona cuyo instinto es el de remover la propiedad de la circulación, para ponerla en su casa o en un museo (o, más para el punto del capitalista, para dejarla a un lado para ser usada para la producción)”.<sup>195</sup> Remover el estos objetos de la circulación simbólica que se

---

<sup>190</sup> Cfr. Hyde Lewis, *ob. cit.*

<sup>191</sup> *Ibidem*, p.10

<sup>192</sup> *Ibidem*, p. 3

<sup>193</sup> *Ibidem* p. 6

<sup>194</sup> B. Malinowski, *ob. cit.* Introducción, p.5

<sup>195</sup> H. Lewis, *ob. cit.*, p. 3

les da, o utilizarlos para beneficio propio no es una opción, más bien es una ofensa de prestigio.

Este intercambio se da para obtener un beneficio no material, que se ha conceptualizado como el impulso de *prestigio*.<sup>196</sup> Este equivale a un mayor valor simbólico por parte del donante que se muestra como el principal donador, convirtiéndose en un humano de prestigio. “En la elaboración onírica social -la conciencia de los participantes de los estilos de vida- constituye una manifestación del anhelo insaciable de prestigio del gran hombre o del jefe del potlatch”.<sup>197</sup> Un deseo insaciable por ser reconocido ante las comunidades. “En el orden económico, es el dominio de la acumulación, de la apropiación de la plusvalía, lo esencial. En el orden de los signos (de la cultura), es el dominio del gasto, es decir de la transustanciación del valor de cambio económico en valor de cambio/signo a partir del monopolio del código, lo que es decisivo”.<sup>198</sup>

Además de otros beneficios sociales que el de un intercambio justo, fuera del enriquecimiento propio, puede generar como la asociación entre comunidades distantes y el reconocimiento del otro. “El kula, pues, es un sistema social de intercambio de objetos, pero quizá en el fondo su práctica sea una forma de pacificar una serie de prácticas violentas que se registran en los viajes entre isla e isla”.<sup>199</sup>

Este intercambio simbólico se da fuera del área mercantil monetaria, fuera del campo económico del sistema capitalista, aunque sí ofrece una distribución de los medios materiales de reproducción por parte de las dos sociedades donde se efectúa el intercambio. La comunidad que obtiene un mayor beneficio anual, dependiendo de los diferentes factores climáticos y de trabajo favorables, distribuye a otra comunidad la parte sobrante a quien se le es ofrecido el potlatch. “Si consideramos todas las aldeas kwakiutl como una sola unidad, el potlatch estimula un flujo incesante de prestigio y objetos de valor que circulaban en direcciones opuestas”,<sup>200</sup> fenómeno que sirve para la conciliación de las desigualdades entre la producción, un intercambio justo, aunque no bilateral. No solo

---

<sup>196</sup> Cfr. Marvin Harris, *Vacas, cerdos, guerras y brujas*, Cap. El Potlatch

<sup>197</sup> *Ibidem*, p. 137

<sup>198</sup> J. Baudrillard, *Crítica de la economía política del signo*, p.128

<sup>199</sup> Saúl Fernando Uribe Taborda, “Releyendo el pasado: notas a la reedición de un clásico”, p.3

<sup>200</sup> M. Harris, *ob. cit.*, p. 130.

quiero resaltar la moralidad de un intercambio justo anterior al sistema de capitalista, sino más bien un acto de reciprocidad desinteresada económicamente que denota una no equivalencia o paridad de valores. Un intercambio recíproco donde, igualmente, no existe un ganador usurero en la transacción mejor que un intercambio fuera del área económica la cual se ha nombrado como economía del don o economía del regalo y que demuestra un intercambio simbólico en otro campo social.

Diferentes formas de intercambio se han dado, y se siguen dando, fuera del área de distribución del sistema capitalista. Siempre se han reproducido diferentes maneras de socialización. Pero la ideología neoliberal muestra al mercado como punto de anclaje único de intercambio de relaciones sociales a través del intercambio de objetos. “El hecho de que no sea la vida humana, sino el mercado, lo que se encuentra en el centro de las prioridades sociales conduce a una total transmutación de valores”.<sup>201</sup> El mercado es el único modo de transmutación de cualquier valor en capital y por tanto lo enaltece como el único modo de socialización. Aunque sigan existido otras formas de resistencia, otras formas de intercambio del conocimiento mutuo.

El trueque en nuestras zonas rurales es común y habitual en sociedades pequeñas y alejadas del flujo monetario de intercambio capitalista. En las urbes se reconoce el compartir la comida como un buen gesto moral, así como otros procesos de redistribución de la riqueza como el diezmo, la filantropía, el software libre, el copyleft, etc. Existen variadas formas de intercambio no bilateral o injusto, ideológicamente capitalista, y siempre han existido. Estas otras formas con muestra de las grietas o hendiduras dentro del neoliberalismo, que nos demuestran que este sistema no es eterno ni obligatorio.

En las comunidades indígenas mexicanas se da un proceso de *comunalidad*, que es “el elemento que define la inmanencia de la comunidad”.<sup>202</sup> Cuando en alguna labor que conlleve a la unión necesaria de la localidad, las familias se organizan para realizar el trabajo, por ejemplo, alguna construcción que les favorezca, como la construcción de la escuela, o el levantamiento de la cosecha de algún otro miembro de la comunidad, lo que se ha dado por llamar tequio, o mano vuelta. Esto un ejercicio no remunerado en el que

---

<sup>201</sup> J. R. Fabelo, *Los valores y sus desafíos actuales*, p.157

<sup>202</sup> Cfr. Floriberto Díaz Gómez, *Comunidad y comunalidad*.

todos deben participar. “Así refuerza la idea de la unidad de la comunidad y los lazos de intercambio recíproco, es decir, igual y correspondiente, que existen entre sus miembros”.<sup>203</sup> “Esto significa que el mercado es aún necesario al humano y puede constituir un mecanismo socialmente benefactor si se subordina a valores tan altos como la justicia”.<sup>204</sup>

Esta investigación sobre del intercambio desigual y la economía del don me hace pensar en el intercambio en la historia de nuestra conquista. Particularmente en las leyendas que sugieren los intercambios de oro por espejos entre los conquistadores y nativos. Siguiendo el argumento del intercambio ritual. en donde el regalo siempre debe ser algo muy valioso para la comunidad dadora, con el objetivo de obtener prestigio por la bondad ofrecida. “En una economía de la reciprocidad, tiene más prestigio quien sirve más. El poder no corresponde a quien más posee”.<sup>205</sup> Se puede suponer que, cuando los nativos mesoamericanos donaron discos de oro y plata recibiendo a cambio espejos comunes, los españoles se aprovecharon de nuestra economía del don aplicando su sistema de intercambio capitalista desigual para comerciar y beneficiarse de los dones que nosotros ofrecimos. Se generó un intercambio desigual con el provecho de los conquistadores, mientras que en nuestra concepción, de una economía simbólica imaginaria, los ganadores de prestigio fueron los nativos americanos.

## **Valor signo**

El filósofo francés Jean Baudrillard escribió en el año de 1974 una obra titulada “Crítica de la economía política del signo”, la cual nos ayuda como primicia para hablar del intercambio simbólico.

Este autor monta su teoría en la transfiguración del valor de cambio en valor uso/signo. “Este valor desplegado por encima del valor de cambio, y fundado sobre la

---

<sup>203</sup> Federico Navarrete Linares, *Los pueblos indígenas de México*, p.62

<sup>204</sup> J. R. Fabelo, *ob. cit.* p.172

<sup>205</sup> L. Villoro, *El valor y el poder*, p.369

destrucción de este último, es el que confiere al objeto comprado, adquirido, apropiado, su valor diferencial de signo. No es la cantidad de dinero la que adquiere valor, como en la lógica económica de la equivalencia, sino el dinero gastado, sacrificado, consumido, según la lógica de la diferencia y del reto. Todo acto de compra es así a la vez un acto económico y un acto transeconómico de producción de valor/signo diferencial”.<sup>206</sup> El autor piensa en una transmutación del valor en otro tipo de valor, “un campo competitivo de destrucción del valor económico en beneficio de otro de tipo de valor”.<sup>207</sup> Por lo que nosotros abogamos no es solo en una diferenciación en la consistencia del valor, el paso del valor de cambio a un valor de uso y viceversa, sino que nos apropiamos de otros términos para crear y dar valor al mismo capital. Las fuerzas del sistema capitalista se unen para dar legitimidad a su propia estructura.

J. Baudrillard también, como nosotros, aboga por el consumo suntuario que da poder simbólico de clase, nombrándolo como “la lógica de los valores suntuarios, por la cual sólo la clase dominante asegura su dominación y la perpetua por el código”,<sup>208</sup> llevándonos al mismo soslayo que damos al consumo suntuario de T. Veblen, en el capítulo anterior, como despilfarro de valor económico y nuestra de poder en el ritual potlatch.

La noción de un valor de uso/signo, que “es la asunción de la forma/mercancía en la forma/signo, la transfiguración de lo económico en los sistemas de signos y la transmutación del poder económico en dominación y en privilegio social de casta”<sup>209</sup> es dada por una forma más semiótica del intercambio de las mercancías. Entendiendo que los signos son parte fundamental del objeto como mercancía para aplicar un uso concreto y con esto dominar sutilmente o subliminalmente a los consumidores.

## **El carisma y la distinción**

---

<sup>206</sup> Jean Baudrillard, *ob. cit.*, p.122

<sup>207</sup> *Ibidem*, p.123

<sup>208</sup> *Ibidem*, p. 126

<sup>209</sup> *Ibidem*, p.140

La búsqueda por el reconocimiento social es un fenómeno psicológico común, parte del ego. El sistema ideológico capitalista busca hacer del ego el principal centro de satisfacción y lo explaya hasta sus límites individuales. Notamos que en comunidades prístinas la búsqueda del prestigio también es un fenómeno recurrente, pero la diferencia brota en la organización social que la sustenta. El padre de la sociología Max Weber nos narra en un extenso tratado acerca de la economía y la sociedad cómo el prestigio, o lo que él llama el carisma, domina las relaciones sociales dentro del sistema capitalista de intercambio. “El poder del carisma se basa en la creencia en la revelación y en los héroes, en la convicción emotiva de la importancia y del valor poseídos por una manifestación de tipo religioso, ético, artístico, científico, político o de otra especie, del heroísmo, de la sabiduría judicial, de los dones mágicos o de cualquier otra clase”.<sup>210</sup>

Es parte de la posición de poder que otorga una *distinción* a la persona que lo detenta por medio de la adquisición de los diferentes capitales posteriormente enunciados. “Las diferentes especies de capital cuya posesión define la pertenencia a una clase y cuya distribución determina la posición en las relaciones de fuerza constitutivas del campo de poder y, al mismo tiempo, las estrategias que pueden adoptarse en esas luchas son simultáneamente unos instrumentos de poder, desigualmente poderosos en realidad y desigualmente reconocidos como principios de autoridad o signos de distinción legítimos”.<sup>211</sup> Las clases sociales no solo se definen por la acumulación de capital económico sino por las pequeñas sumas de otros capitales sociales que se distinguen por hábitos culturales de clase. Esto otorgado y realizado por el *habitus*, o las maneras de la reproducción social que una clase social detenta, o los hábitos culturales o consumos culturales que se construyen a través de la moral que la sociedad de clase instruya. “El *habitus* es a la vez el principio generador de prácticas objetivamente enclasables y el sistema de enclasamiento de estas prácticas”.<sup>212</sup> Prácticas sociales que delimitan las clases sociales y a través de estas se otorga el reconocimiento entre la misma clase social, “la producción cultural tiende a obedecer su propia lógica, la de la superación permanente que engendra la dialéctica de la distinción”.<sup>213</sup>

---

<sup>210</sup> Max Weber, *Economía y sociedad*, p.852

<sup>211</sup> P. Bourdieu, *La distinción*, p.317

<sup>212</sup> *Ibidem*, p.169

<sup>213</sup> P. Bourdieu, *El sentido social del gusto*, p.91.

## **Diferentes formas sociales del capital**

El sociólogo francés Pierre Bourdieu ocupa el concepto de capital en tres tipos diferentes de relaciones sociales, como capital social, cultural y simbólico; bajo estos conceptos en el campo de la sociología, podremos analizar las dimensiones simbólicas de la vida material, fuera del campo económico.

La necesidad de ampliar el concepto de *capital* a otras esferas de conocimiento se torna imperativa en la época actual debido a la transversalidad de las ciencias y los viajes de cada concepto hacia otras materias de estudio. Es indispensable analizar los conceptos desde otras ciencias para ampliar el discurso y valorar la precisión de estos a la hora de analizar ciertos fenómenos. El valor del arte requiere, imperativamente, del análisis de otras ciencias y conceptos para observar su función dentro de la sociedad contemporánea. No podemos reconocer el problema en su totalidad si solo miramos desde un punto de vista, la percepción depende de nuestra posición.

En esta investigación nos decantamos hacia la transversalidad del concepto de valor entendido como la forma anterior del capital y anterior al dinero como su forma objetivada<sup>214</sup>, valor que se transforma en dinero para luego, por medio de la circulación, transformarse en capital, y en nuestra tesis, transfigurarse en capital con otras propiedades simbólicas, culturales y sociales.

### **Capital social**

“El capital social es el conjunto de recursos actuales o potenciales ligados a la posesión de una red durable de relaciones más o menos institucionalizadas de inter conocimiento y de inter reconocimiento o, en otros términos, a la pertenencia a un grupo como conjunto de

---

<sup>214</sup> Cfr. K. Marx, *El capital*, T. I, Cap. I apartado C, y Cap. IV.

agentes que no sólo están dotados de propiedades comunes (susceptibles de ser percibidas por el observador, por los otros o por ellos mismos), sino que también están unidos por vínculos permanentes y útiles”.<sup>215</sup>

El capital social es el apoyo de otros agentes al cual puede recurrir el individuo de entre sus relaciones sociales cercanas. Son los compañeros que dan respaldo de las acciones de un individuo. Podría denominarse como un valor instituido, ya que los otros agentes que dan apoyo, gozan de un poder para legitimar al usuario de este capital social. En nuestro caso, el capital social más común en los artistas son los mecenas que lo apoyan, además de las buenas críticas que lo alaban. Estos agentes deben de gozar de un prestigio en el campo del arte, un poder instituido, para validar su opinión favorable al artista.

## **Capital cultural**

“El capital cultural puede existir bajo tres formas: *en estado incorporado*, es decir, como disposiciones durables del organismo; *en estado objetivado*, como bienes culturales, cuadros, libros, diccionarios, instrumentos, máquinas, etc., que son la huella o la realización de teorías o de críticas de esas teorías y por último *en estado institucionalizado*, forma de objetivación que debe considerarse por separado porque, según puede notarse a propósito del *título escolar*, confiere propiedades totalmente originales al capital cultural que garantiza”.<sup>216</sup>

Podría pensarse que este es el tipo de capital en que se encuentra el objeto del arte, como materialidad concreta en el estado objetivado, la cosa en sí, pero como lo hemos estado pronunciando a lo largo de nuestro discurso, el valor del arte no se compone de una sola forma de valor, sino que este objeto de estudio es un todo complejo, el cual nos redirige a diferentes ciencias para entenderlo.

---

<sup>215</sup> Pierre Bourdieu, *Las estrategias de la reproducción social*, p. 221.

<sup>216</sup> *Ibidem*, p.214

## Capital simbólico

El concepto de capital simbólico nos ayuda en esta investigación a comprender el valor de la obra de arte dentro de nuestra sociedad y su función como objeto social. Este concepto lo viene desarrollando P. Bourdieu desde el sociólogo de Max Weber “que distingue entre clases sociales y grupos de status, definidos como tales por aquellas propiedades simbólicas que conforman el estilo de vida”.<sup>217</sup> Este capital simbólico funciona dentro de la sociedad actual de diferentes maneras, aunque nunca se desvía de su origen material de poder y dominación. “El capital simbólico es una forma de poder que no es percibida como tal, sino como exigencia legítima de reconocimiento, diferencia, obediencia o servicios de otro”.<sup>218</sup> Se retoma como una posición de poder de las clases sociales, distinguiéndose del capital económico como el único servidor de esta diferenciación de poder entre estas clases. V. I. U. Lenin decía que “toda clase social es una clase económica” pero no es esto únicamente lo que las diferencia. Necesitamos nuevos conceptos pertinentes en la sociedad actual para comprender la equivalencia desproporcionada entre el valor económico de la obra de arte y el valor estético de esta como capital simbólico donde actualmente es inverosímil el precio de una obra de arte y su función dentro de la sociedad.

Este tipo de capital se ha venido estudiando desde hace ya casi un siglo, como el prestigio o la distinción otorgada a una clase social o individuo por medio de su habitus de comportamiento cultural o costumbres morales de clase. “El capital simbólico sería otro modo de designar lo que Max Weber denominó carisma “(...) en virtud de la cual las personas que ejercen autoridad se ven dotadas de prestigio”.<sup>219</sup> Esta particularidad que es alabada y otorgada por la sociedad es un reflejo del individualismo egocéntrico de la moral neoliberal.

El intercambio simbólico se realiza de forma bilateral para obtener, siempre, una mayor cantidad de capital de la que fue otorgada. La realización del valor dentro del intercambio del capital sugiere una nueva posición de distinción o la otorgación de

---

<sup>217</sup> *Ibidem*, p. 3.

<sup>218</sup> Cfr. P. Bourdieu, *El sentido práctico*, Cap. El capital simbólico.

<sup>219</sup> M. Weber citado por P. Bourdieu en *Las estrategias de la reproducción social*, p.209.

prestigio; se denotan los intereses simbólicos de poder como principal incentivo dentro de este tipo de transacciones. “Lo que está en juego en las luchas de los campos de producción simbólica es el reconocimiento, la legitimidad y la acumulación de capital simbólico”.<sup>220</sup> Un intercambio de capital que ayuda a la misma acumulación con otro tipo de capitales no económicos.

En el campo de las artes y la distinción que otorga el reconocimiento dentro del sistema ideológico capitalista, como aquel especialista o inigualable pensador, es un acto de posicionamiento de poder dentro del círculo especialista, todo esto llevado por la acumulación constante e inversión de los diferentes capitales adquiridos. “Todo acto de producción cultural implica la afirmación de su pretensión a la legitimidad cultural”.<sup>221</sup> El prestigio alcanzado por cada artista es una colocación de sus ideas en torno a la moral de clase que representa.

*Mis manos son mi corazón* (Fotografías 40.6x50.8 cm., 1991)



<sup>220</sup> José Manuel Ferrnández

<sup>221</sup> P. Bourdieu, *El sentido*

Esta escultura con sus respectivas dos fotografías fue elaborado por nuestro artista de caso, Gabriel Orozco, en el año de 1991, momento en que comenzaba a despuntar su carrera internacional, obra de arte que se ha convertido en referente de nuestro autor.

El gesto sencillo de esta escultura y sus fotografías puede tener un trasfondo mucho más complejo. Una obra que describe un pedazo de barro en forma de corazón con las huellas latentes de las manos quien las produjo. El simbolismo dentro de la cultura mexicana es notable a primera vista, nos hace recordar el dicho popular que dice que estamos hechos de barro, todavía podría parecer aún más primitivo, o trascender y confrontarse con los inicios de cualquier otra civilización en la tierra, “parece responder directamente a ese deseo de ficción reconstituida de una escultura elemental”.<sup>222</sup> La sencillez la hace universal, la materialidad su medio de comunicación. Una escultura como esta nos remite a la natural acción de la construcción, construir el mundo, construir nuestro corazón por nosotros mismos, con nuestras propias manos.

El autor comenta que “no es algo tan artesanal o tan primitivo en ese sentido. Creo que es mucho más que un gesto simple. La inteligencia en un gesto simple lo hace funcionar como algo más sofisticado”.<sup>223</sup> Simplemente a mi parecer, es una las más bellas obras del autor, por su sencillez y profundidad de mensaje. El valor de la obra se remite a la cualidad del pensamiento, un gesto sutil que nos acerca a nuestros orígenes y la construcción de nuestra conciencia. Más que un valor económico por la simpleza de sus productos, un pedazo de barro y solo un par de fotografías, contiene un valor simbólico que se convierte en un inicio de acumulación de capital debido a lo primigenio de su naciente obra en el año 1991.

---

<sup>222</sup> Benjamín H. D. Buchloh, “Rechazo y refugio”, en *Textos sobre la obra de Gabriel Orozco* p.15

<sup>223</sup> Entrevista a Gabriel Orozco por B. H. D. Buchloh, Los Ángeles, CA. 2000, en *Textos sobre la obra de Gabriel Orozco*, p.152

## **Capítulo 3**

Introducción final

Valor subjetivo/objetivo y valor de uso/cambio

La belleza de la muerte del arte

De la mercancía al espectáculo

S-O-S'

Gabriel Orozco

Artesanía ritual

Estética de la participación

Patrimonio

## **Introducción final**

En los dos pasados capítulos hemos abordado los temas del valor económico y el valor estético. En este apartado analizaremos algunas conclusiones y tomaremos de lleno el caso particular del artista plástico que nos ocupa, Gabriel Orozco.

Esperando que quede clara nuestra postura ante la complejidad del concepto de valor, aclaramos que, este está compuesto por diferentes construcciones sociales, la económica, la axiológica, la simbólica, todas estas y más, constituyendo lo que contemplamos como valor estético de la obra de arte, en la contemporaneidad de principios de nuestro siglo XXI en la actual sociedad mexicana.

Las posturas acerca de lo que es el valor estético cambian acorde a la historia social. El humano se encarga a través de sus relaciones en conformar este canon estético. “Es el humano –como ser histórico-social, y con su actividad práctica- el que crea los valores y los bienes en que se encarnan, y al margen de los cuales sólo existen como proyectos u objetos ideales. Los valores son, pues, creaciones humanas, y sólo existen y se realizan en el humano y por el humano”.<sup>224</sup> El desarrollo de las fuerzas productivas que se despliega para

---

<sup>224</sup> Adolfo Sánchez Vázquez, *Ética*, p.123

el bienestar de la humanidad afecta directamente todos los objetos que este crea a su alrededor. Los valores son creados paralelamente a la materialidad humana. “De hecho, entender el modo en que la evolución ha incidido en el arte puede realzar nuestro disfrute estético”.<sup>225</sup> Tanto el objeto del arte como la estética se van desarrollando paralelamente al progreso de la técnica humana. Es por esto que, concretamos que la mercancía es un punto principal de objetivación del progreso de la humanidad, lo que a nuestro caso atañe es el objeto artístico lo que refleja la evolución del espíritu humano. La obra de arte es el punto álgido de la creación libre de la conciencia humana, su mayor logro dado a través de la expresión de los sentimientos. El arte es reflejo de nuestra sociedad.

Nosotros abogamos por una estética que hable del ser humano como agente de transformación de su entorno y de su ser mismo. Nos hemos apoyado de teorías sociales y evolutivas para desarrollar este punto. Lo que nos lleva a un enfoque materialista cultural donde el arte como objeto transforma a la sociedad que lo produce, distribuye y consume, además de que comprendemos a la estética como una percepción siempre versátil dependiente de las formas culturales específicas. Las ciencias evolutivas y neurológicas actuales han dado un gran paso para retornar hacia la raíz un problema desbordado por la relatividad cultural. “Lo que la filosofía del arte necesita es un enfoque que empiece por tratar el arte como un campo de actividades, objetos y experiencia que aparece de manera natural en la vida humana”.<sup>226</sup> No debemos olvidar la historia natural del arte, que siempre ha acompañado al humano en su camino, y es esta la que nos describe puntualmente la cultura humana que se quiere describir.

En la actualidad tenemos que replantear las ciencias con las cuales nos ayudamos a describir el fenómeno del arte, tanto desde nuestra producción hasta el consumo de este, “los artistas contemporáneos podrían usar nuestro nuevo entendimiento de la biología de la percepción y la emocional y empática respuesta para crear nuevas formas de arte y otras expresiones de creatividad”.<sup>227</sup> Un entendimiento natural material de cómo es que el objeto llamado arte puede incidir en el desarrollo de la conciencia humana y su comportamiento

---

<sup>225</sup> Dennis Dutton, *El instinto del arte*, p.27

<sup>226</sup> *Ibidem*, p.77

<sup>227</sup> Eric R. Kandel, *Reduccionismo en arte y ciencia del cerebro*, p.188.

cotidiano, y la estética que queremos reconstruir a través de estos objetos, para generar un sentido social del gusto emancipado.

El valor económico del arte presupone el movimiento dialéctico entre el valor subjetivo del artista en la creación del objeto artístico, tanto sus materiales técnicos y creatividad humana, a lo que nos hemos referido como la fuerza de trabajo socialmente necesario, implicada en el trabajo abstracto y la suma del trabajo concreto. Además del valor objetivo que se le impone al ser insertada en la sociedad a través del mercado.

Al valor estético le hemos sumado variados conceptos extra-estéticos, como la ciencia axiología con sus propias divisiones de valor subjetivo y objetivo, donde tomamos en cuenta el área pluridimensional de los valores añadiendo a estos dos rangos clásicos el valor instituido, como valor intrincado del poder, pero avizorando por un valor objetivo. Además de otros tipos de valor que se convierten en capital dentro de nuestra sociedad actual, como el capital: cultural, social y simbólico. Todos estos valores extra estéticos, conforman un valor estético creado por la cultura de una sociedad específica donde se realiza el objeto artístico, y por tanto se valorará por códigos estéticos propios.

“La obra artística aparece finalmente como un conjunto real de valores extra-estéticos, y únicamente como dicho conjunto”.<sup>228</sup> Valores aparentemente fuera del campo de lo estético o que realmente se unen al objeto por su valor de uso y valor de cambio dentro del mercado. Usos y cambios que generan una conciencia específica dentro de la sociedad en interacción. No olvidemos los usos que la religión ha dado al arte como medio de apropiación de fieles, lo que la política, en su peor sentido, crea para ofrecer un espectáculo y ganar votos, o los diferentes modos morales del sistema capitalista reproduce para alienar al sujeto, y podríamos enumerar más formas donde el arte y la estética han sido usadas como manipulación de naciones.

El omnipotente mercado capitalista es la contrariedad central en nuestra investigación. La subsunción del valor de uso por el valor de cambio. El intercambio desigual propio del sistema capitalista. La fetichización de las relaciones de intercambio simbólico. Todo esto conjugado por una ideología de clase planteada en un escenario global

---

<sup>228</sup> Jan Mukarovsky, *Función, norma y valor estético como hechos sociales*, p.96

de espectáculo de ficción. “Lo que ocurre es que en una sociedad en la que se produce para el mercado, y se equiparan los productos haciendo abstracción de sus propiedades útiles, y del trabajo concreto que encarnan, su significación humana, social, se oculta, y el valor de cambio se presenta sin relación con el humano, como propiedad de la cosa”.<sup>229</sup> El objeto del arte ahora directamente sirve a un propósito, el de crear un capital, ser un valor de cambio y entre más sea su valor ficticio dentro del mercado por el cual tendría que cambiarse por capital, mejor es valorado ante nuestra sociedad actual. Esta condición alinea todas las otras formas de valor, desde el intercambio simbólico hasta el valor estético, esto sobre el objeto, pero también debemos de tomar en cuenta las relaciones de producción y consumo que se dan alrededor del fetichismo de valor. “La sujeción, en uno y otro caso, a las exigencias del mercado se traduce en una limitación de la libertad de creación y a esa limitación conduce la hostilidad del capitalismo al arte”.<sup>230</sup> Las relaciones construidas por el mismo objeto artístico son subsecuentemente degradadas al mismo fin, la re-creación de capital, el intercambio unilateral por el valor de cambio, un precio más abultado sin reconocer de donde proviene todo ese valor agregado a la obra de arte.

### **Valor subjetivo/objetivo y valor de uso/cambio**

La producción material humana tiene como fin supremo realizar objetos que satisfagan las necesidades humanas, tanto las necesidades primeramente fisiológicas y después las necesidades espirituales culturales. La imaginación se convierte en objeto, “en la producción el sujeto se objetiva; en el consumo el objeto se subjetiva”.<sup>231</sup> Dentro del campo de la producción material, las capacidades humanas, acorde a su progreso de las fuerzas productivas, esta esfera realiza objetivamente al humano, el trabajo de creación lo hace consiente. En el consumo, donde la satisfacción de las necesidades es concluida, el placer realiza al ser humano, hace del disfrute un final. “Transformar la naturaleza sirviéndose del medio de producción es para el sujeto productor un intento de dar forma al sujeto del

---

<sup>229</sup> A. Sánchez Vázquez, *ob. cit.* p.117

<sup>230</sup> A. Sánchez Vázquez, *De la estética de la recepción a una estética de la participación*, p.82

<sup>231</sup> K. Marx, *Contribución a la Crítica de la Economía Política*, p. 254.

consumo; para este, aceptar, sirviéndose del medio de consumo, la forma de la naturaleza convertida en bien es un dejarse dar forma”<sup>232</sup>.

Esta relación dialéctica de humanización a través del objeto es la que nos interesa dentro del campo del arte y la estética. “Traducido esto en términos estéticos significa que no sólo la producción o creación artística determina su consumo o recepción, sino que ésta, a su vez, determina a la producción, desempeñando por tanto, un papel activo”.<sup>233</sup> La reproducción social y la auto reproducción humana dada en las formas de lo que consumimos y que producimos. ¿Qué es lo que queremos construir, socialmente? “Producir y consumir transformaciones de la naturaleza resulta ser, simultáneamente y sobre todo, ratificar y modificar la figura concreta de la socialidad”.<sup>234</sup> Dependemos de nuestras formas de interacción a través de estos campos para crear un socialidad, y construir una comunalidad<sup>235</sup> acorde a las necesidades biológicas naturales y espirituales de autopoiesis.

Se conoce que la valoración de juicio subjetiva es creada por la situación. “Si se denomina *situación* al complejo de factores y circunstancias físicas, sociales, culturales e históricas, sostenemos que los valores tienen existencia y sentido sólo dentro de una situación concreta y determinada”.<sup>236</sup> Las circunstancias son factores de la valoración, por ejemplo, no vale lo mismo un vaso de agua en el desierto que en la selva, por tanto comprendemos la valoración arraigada al contexto histórico social. Las condiciones de producción son la situación de los valores, tanto económicos como estéticos, unos dependen de los otros dialécticamente. El valor de uso que se le otorga a los objetos es determinado por la situación. Nuestra situación actual es la subsunción del valor de uso por el valor de cambio, el valor estético en sujeción por el valor económico. “El valor estético ha resultado, pues, ser un proceso cuyo movimiento está determinado por un lado por la evolución inmanente en la propia estructura artística, y por otro por el movimiento y los cambios de la estructura de la convivencia social”.<sup>237</sup> El contexto social actual determina las nuestras relaciones valorativas situando a unos valores arriba de otros en una jerarquización

---

<sup>232</sup> Bolívar Echeverría, *Valor de uso y utopía*, p.181

<sup>233</sup> A. Sánchez Vázquez, ob. cit. p.23

<sup>234</sup> B. Echeverría, ob. cit. p.167

<sup>235</sup> Cfr., Jaime Martínez Luna, *Conocimiento y comunalidad*

<sup>236</sup> Risieri Frondizi, *¿Qué son los valores?*, p.221

<sup>237</sup> J. Mukarovsky, *Función, norma y valor estético como hechos sociales*, p.84

valorativa. El sujeto esta sujetado a su situación, es víctima de su arte y su estética. “El carácter indeterminado de la relación autentica de la obra artística está, pues, compensado por el hecho de que el individuo receptor no responde a la obra con una reacción parcial, sino con todos los aspectos de su postura frente al mundo y la realidad”.<sup>238</sup> El humano se crea y recrea a través de su espacio y tiempo específico, por tanto la valoración se ha desarrollado como algo natural, pero no es una lógica fisiológica, más bien, actualmente, hemos re-creado una espiral alrededor de la vanidad antropofágica.

El precio dentro del mercado de una obra de arte comprende una red compleja de valores como lo hemos estado analizando. Detenidamente “el valor de las obras se produce en un campo complejo que incluye al artista, la obra, los intermediarios y el público, que las relaciones entre ellos están condicionadas por la historia social”.<sup>239</sup> Es el productor, artista; los distribuidores, la galería, la casa de subastas, el museo; y los consumidores, el público, la academia y los críticos de arte; quienes dan el complejo precio de la obra de arte. La relación de poder que estos agentes de valor agregado construyen alrededor de la obra de arte, cambian según la cultura y el tiempo de la historia en que se encuentra la obra de arte. “Las teorías, los métodos y los conceptos que aparecen y se aparecen como simples contribuciones al progreso de la ciencia son también maniobras “políticas” que apuntan a instaurar, restaurar, reforzar, salvaguardar o invertir una estructura determinada de relaciones de dominación simbólica”.<sup>240</sup> Recordemos que todo capital también es una muestra de poder, una relación de subsunción. Estos actores que valorizan al objeto del arte también resguardan su posición de poder. “En resumen, es la lógica misma de su funcionamiento la que, mejor que todas las prohibiciones, protege la integridad del campo de producción restringida”.<sup>241</sup> Ellos mismos se avalan y se auto reproducen, para monopolizar el poder y seguir generando todo el valor requerido para su capital, ya sea capital económico, simbólico, cultural o social.

El mercado y sus favorecedores, que son cada día menos pero con más acumulo de poder, tendencia monopolista del mismo capital, crean una sociedad degenerada y

---

<sup>238</sup> *Ibidem*, p.93

<sup>239</sup> Néstor García Canclini, *La producción simbólica*, p.144

<sup>240</sup> Pierre Bourdieu, *El sentido social del gusto*, p.148

<sup>241</sup> *Ibidem* p. 134

circular que solo reproduce el mismo sistema de valorización, “provocan una sociedad que, insensible al arte –idea impensable a lo largo de la historia-, se arrojará en pos del sucedáneo que ofrece la nueva institución de la cultura de masas, y la expectación pasiva”.<sup>242</sup> Una ideología social que confunde a las masas y las lleva a su reproducción monótona, donde el dinero solo se intercambia por otra mercancía para conseguir más dinero: “la forma D-M-D’, conversión de dinero en mercancía y reconversión de mercancía en dinero, comprar para vender”.<sup>243</sup> Acorde a esta sociedad con el único objetivo de la valorización del gran capital a través de sus diferentes formas, los productores y consumidores, así como los distribuidores, se van atrofiando en su manera de sobrellevar las relaciones sociales. El trabajo se ha fetichizado, no reconocemos las obras de nuestras propias manos; la distribución solo se hace para lograr la valorización, la venta, no para llevar los objetos a donde realmente satisfagan necesidades, sino a donde paguen más por ellas; y los consumidores se vuelven autómatas de la gran falsa del consumo conspicuo de cosas y experiencias. “Y que esta sociedad, a través de la ideología dominante, no sólo favorece la recepción pasiva y deformada del gran arte, sino también la pasiva y superficial adecuada o propia del seudo arte “de masas” que difundido, sobre todo, por los medios visuales de comunicación, supedita por completo el valor estético al valor de cambio”.<sup>244</sup> El valor de uso real del objeto ha quedado atrás de todo un entramado de ideologías y sistemas que lo subsumen.

Pero no todo está perdido. Nosotros solo tratamos de describir las condiciones actuales, y por tanto también nos debemos al trabajo de crear una solución a los problemas encontrados. “Luego, lo estético debe buscarse, más que en las propiedades de ciertos objetos (las obras de arte) o en las actitudes de ciertos humanos (los artistas), y en el estudio de las relaciones sociales entre los humanos y los objetos”.<sup>245</sup> Crear y reproducir nuevas formas de socialización, o comunalidad, como ya lo hemos dicho anteriormente, para quitar la *fantasmagórica* forma de ver el objeto del arte y todas las relaciones que se crean alrededor de él.

---

<sup>242</sup> Miguel Peraza, *El arte del mercado en arte*, p.113

<sup>243</sup> K. Marx, *El capital*, p.180

<sup>244</sup> A. Sánchez Vázquez, *ob. cit.* p.93

<sup>245</sup> N. García Canclini, *ob. cit.*, p.139

## La belleza de la muerte del arte

La belleza absoluta en cada una de las cosas que consumimos es una especificidad del capitalismo de siglo XXI, que embellece todo y actúa como el orden jerárquico de los valores estéticos, el capital reproduce la belleza a través de las mercancías. “La reproducción mecánica de lo bello – que la exaltación reaccionaria de la cultura favorece fatalmente con su idolatría sistemática de la individualidad- no deja ningún lugar para el inconsciente a la que estaba ligada lo bello”.<sup>246</sup> Esta construcción de lo bello genera una distinción social, la apropiación de la belleza por medio de la propiedad privada de las mercancías, generando o degenerando la obsesión por lo bello en más amplios espectros de la realidad cotidiana, como lo bello en el cuerpo, lo bello en la comida, etcétera, “...los bellos objetos modernos, estilizados, etc., son sutilmente creados (pese a toda la buena fe inversa) para no ser comprendidos por la mayoría, al menos inmediatamente – su función social es ante todo ser signos distintivos, objetos que distingan a aquellos que los distinguen”.<sup>247</sup> La acumulación de las cosas bellas conforma un estatus como capital simbólico entre las clases sociales.

Cuando todo requiere ser bello para su consumo y esto se auto regenera para alcanzar aún más otro nivel de belleza mayor, la banalidad de las cosas simples se pierde solo en la naturaleza, la que realmente es portadora de una belleza innata. Lo estético se torna igualmente banal y se expande en la infinidad de bellas mercancías producidas. “Así sucede con el arte, que ha perdido también el deseo de ilusión, a cambio de elevar todas las cosas a la banalidad estética, y se ha vuelto transestético”.<sup>248</sup> El arte se convierte en una bella mercancía más en este cúmulo de objetos. El consumo se vuelve banal, y la imagen se vuelve infinita, se pierde el aura<sup>249</sup>, se vuelve cotidiano y superficial, su consumo y apropiación solo es para reflejar un nivel de clase social acumulando prestigio. “Son masas

---

<sup>246</sup> Theodor Adorno, *Iluminismo como mistificación*, p.12

<sup>247</sup> J. Baudrillard, *Crítica de la economía política del signo*, p.30

<sup>248</sup> J. Baudrillard, *El complot del arte*, p.51

<sup>249</sup> Cfr. Walter Benjamin, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*.

que tienden a menospreciar la singularidad irreplicable y la durabilidad perenne de la obra de arte y a valorar la singularidad reactualizable y la fugacidad de la misma”.<sup>250</sup> El tiempo no nos detiene para contemplar más, se piensa en *time is money* y no el contrario, *time is life*.

La masificación de la belleza en el infinito cúmulo de mercancías, crea una adaptación a lo bello y hace que tendamos a negar otro tipo de categorías estéticas. “Cuanto más nos acercamos a la definición absoluta, a la perfección realista de la imagen, más se pierde su potencia de ilusión”.<sup>251</sup> Perdemos la práctica de la imaginación, la creatividad se va deteriorando y con todo esto la conciencia crítica de la imagen. Podríamos creer en la veracidad de la imagen sin consultarnos a nosotros mismos por el mismo hecho de la belleza intrínseca que posee. Ya no todo lo bello es bueno. Las imágenes en abundancia generan falsas expectativas y requieren de una pasividad del espectador / consumidor para su logro ideológico. El cerebro tiende a completar las imágenes abstractas, y esto implica a un movimiento neuronal más dinámico, “la característica de la ambigüedad en el arte no es especialmente para el arte. Es más bien, una propiedad general del cerebro que a menudo se enfrenta a situaciones o puntos de vista que están abiertos a más de una y, a veces, a varias interpretaciones. El artista, en lugar de crear ambigüedad, utiliza, a veces con un efecto exquisito, este potencial del cerebro. Igualmente el espectador usa este mismo potencial al proporcionar diferentes interpretaciones”.<sup>252</sup> La abstracción o ambigüedad en el arte, genera un trabajo neuronal en el cerebro que ayuda a su desarrollo cognitivo y lo lanza hacia la participación activa.

Los sentidos estéticos van cambiando a través de las relaciones culturales, por eso la importancia de criticar la enajenación y evidenciar el espectáculo. “El margen de maniobra cultural puede explicar en parte las mutaciones de los gustos, las costumbres, las modas y, con el tiempo, el físico de grupos concretos”.<sup>253</sup> El sentido de lo bello, así como todas las demás categorías estéticas tienen un ángulo de distanciamiento, entre lo que tiene un valor estético y lo que no. “El sentido de la belleza depende evidentemente de la naturaleza del espíritu, con independencia de toda cualidad real en el objeto admirado, y la idea de lo que

---

<sup>250</sup> B. Echeverría, “Introducción” a *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, p.21

<sup>251</sup> J. Baudrillard, *ob. cit.* p.15

<sup>252</sup> S. Zeki, *La neurología de la ambigüedad*, p.2

<sup>253</sup> Federico López Silvestre, *Darwin y el sentido de la belleza*, p.9

es hermoso ni es innata ni inalterable”.<sup>254</sup> Nuestra conciencia crítica nos ayuda a discernir entre lo que es arte para nuestra cultura. Aunque esta noción se transforme con el tiempo algunos valores estéticos se arraigan y se hacen más fuertes culturalmente, eso es lo que nos da una identidad y esta se resguarda en lo que nosotros llamamos Patrimonio.

Presenciamos el cambio coyuntural donde se ha proclamado el fin del arte, pero “no vivimos en el fin del arte, sino en el del fetichismo moderno del arte”.<sup>255</sup> En palabras del mismo autor Arthur C. Danto, nos explica lo que realmente quiso decir. “Mi opinión no era que no debía haber más arte (lo que realmente implica la palabra <muerte>), sino que cualquier nuevo arte no podría sustentar ningún tipo de relato en el que pudiera ser considerado como su etapa siguiente”.<sup>256</sup>

Esto es solo la independencia misma de la ciencia Estética la que grita a pasos agigantados por ser escuchada. “Tal como la filosofía, al instante que ha logrado su plena autonomía, toda disciplina devenida autónoma debe hundirse, primero en tanto que pretensión de explicación coherente de la totalidad social, y finalmente incluso en tanto que instrumentación parcelaria utilizable en sus propias fronteras”.<sup>257</sup> La independencia teórica de una ciencia siempre crea un abismo entre ella y la realidad, ya que se da un salto de escala, se crea un cuestionamiento de los conceptos fundamentales que la rigen, en nuestro caso el concepto de arte. “El arte en su época de disolución... es a la vez un arte del cambio y la expresión pura del cambio imposible. Más su exigencia es grandiosa, más su verdadera realización se encuentra más allá de sí mismo”.<sup>258</sup> No estamos en una época final, sino en el principio de la regeneración de la ciencia estética. El concepto del arte “no carga con la responsabilidad de su propia definición filosófica”.<sup>259</sup> Tomemos esto como un re-direccionamiento para acoplar la brújula estética a las verdaderas necesidades espirituales humanas. “El mundo del arte contemporáneo es el precio que pagamos por la iluminación filosófica, pero por supuesto, ésta es sólo una de las contribuciones que la

---

<sup>254</sup> Chales, Darwin, *El origen del humano*, citado por Federico López Silvestre, *Darwin y el sentido de la belleza*, p.10

<sup>255</sup> Gilles Lipovetsky, *La estetización del mundo*, p.95

<sup>256</sup> Arthur C. Danto, *Después del fin del arte*, p.29

<sup>257</sup> Guy Debord, *La sociedad del espectáculo*, p.111

<sup>258</sup> *Ibidem*, p.115

<sup>259</sup> A. C. Danto, *Después del fin del arte*, p.68

filosofía debe al arte”.<sup>260</sup> La obra de arte misma debe sobresalir para redefinir su función dentro de la sociedad, sabemos que el arte es la transgresión pura, porque “la tendencia es la condición necesaria pero nunca la condición suficiente de la función organizadora de la obra”.<sup>261</sup> El objeto del arte debe romper las cuestiones cotidianas de la ideología hegemónica y la estética debe dirigir a una nueva conciencia. “Creo que solo cuando la historia del arte llegue a su término podrá dar verdadero comienzo la filosofía del arte”.<sup>262</sup>

### **De la mercancía al espectáculo**

La era del consumismo material se está reconfigurando. Así como las esferas de producción se superan una a otra según el desarrollo de las fuerzas productivas, pasando de la producción agrícola, a las manufacturas hasta llegar a los servicios, también el consumo suntuario pasa por las mismas esferas. No son las mercancías las que dominan el deseo de consumo sino la imagen que tenemos de ellas, esta imagen construida y envuelta a través del espectáculo de ella misma. La necesidad implantada de nuevas experiencias se adentra subliminalmente a través de la imagen. “El espectáculo es la principal producción de la sociedad actual”.<sup>263</sup> El capitalismo del siglo XXI en una fase superior, debido al paralelismo del progreso de las fuerzas productivas, deja de lado la materialidad para dar paso al espectáculo y el goce a través de otros medios corporales de satisfacción. No acumulamos ya más mercancías, presumimos experiencias. “Toda la vida de las sociedades en que reinan las condiciones modernas de producción se anuncian como una inmensa acumulación de espectáculos”.<sup>264</sup> Dejamos el cúmulo de mercancías por el cúmulo de hábitos de consumo suntuario de experiencias.

Bajo un consumo de ficción, donde el espectáculo es la historia que narra nuestra historia, la realidad se vuelve otra. El trabajo humano, el que humaniza al trabajador,

---

<sup>260</sup> *Ibidem* p.24

<sup>261</sup> W. Benjamín, *El autor como productor*, p.12

<sup>262</sup> A. C. Danto, *El abuso de la belleza*, p.26

<sup>263</sup> Guy Debord, *La sociedad del espectáculo*, p.12

<sup>264</sup> *Ibidem*, p.8

desaparece, la maquina toma el control del trabajo, nuestras relaciones metabólicas con la naturaleza se conforman por relaciones entre imágenes ficticias. “El humano separado de su producto, cada vez con mayor potencia produce él mismo todos los detalles de su mundo y se encuentra, así cada vez más separado de su mundo. Tanto más su vida es ahora un producto, tanto más se encuentra separado de su vida”.<sup>265</sup> El concepto de vida cambia igualmente, se genera a través del consumo de experiencias dadas por el sistema digital de control, el celular, la computadora, la televisión, son el medio de satisfacción por el cual nuestras necesidades son completadas. La *pantalla global*<sup>266</sup> vigila y castiga a los usuarios. Las relaciones de los humanos se vuelven un espectáculo. “El espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas mediatizadas por imágenes”.<sup>267</sup> Convivimos a través de un medio técnico que transmite imágenes infinitas, todo tiene su imagen. Pero me gustaría parafrasear al profesor Gerardo de la Fuente, “debemos luchar por guardar ideas sin imagen”<sup>268</sup>. El problema aquí es la implantación de la imagen hegemónica. Toda nuestra imaginación se convierte en consumo capitalista ideológico. ¿Quién implanta la imagen de mi pensamiento?

Al fin de cuentas ¿Qué es lo que consumimos más allá de nuestras necesidades fisiológicas? La imagen del mundo. Esa imagen dada por la ideología hegemónica del capital. “El consumidor real deviene consumidor de ilusiones. La mercancía es esta ilusión efectivamente real, y el espectáculo su manifestación general”.<sup>269</sup> Consumimos la ilusión del capital, el consumo suntuario imitado de algunos pocos, mientras que este consumo solo es el motor de explotación continua que gira la máquina de reproducción ampliada del capital. Un consumo banal que sirve como realizador del plusvalor que el mismo sistema quita al trabajador. El sistema capitalista mantiene sordo, ciego y mudo al agente social mediante las ficciones de los medios masivos de comunicación, el espectáculo del capital. “El capitalismo artístico [sic] es ese sistema que ha conseguido crear un régimen de arte inédito, un imperio estético que crece cada día que pasa: el del espectáculo y el entretenimiento que se presenta como arte de masas y se vuelve vehículo de un consumo

---

<sup>265</sup> *Ibidem*, p.19

<sup>266</sup> Cfr. G. Lipovetsky, *La pantalla global*

<sup>267</sup> G. Debord, *ob. cit.*, p.9

<sup>268</sup> Comentario dado en el 6° Coloquio Nacional de la AMEST

<sup>269</sup> G. Debord, *ob. cit.*, p.27

transestético de distracción”.<sup>270</sup> Aquí volvemos a la división de las artes, entre altas y bajas, bellas artes y artesanías, arte culto y arte de masas, una jerarquización de los valores en el objeto del arte. Pero no necesitas una discusión acerca de estas nivelaciones segmentarias, que solo apabullan la discusión principal. El capitalismo embellece la mercancía, adorna la experiencia, el diseño industrial se expande por todos los objetos de consumo. “Si el capitalismo transestético se define por la estetización de la mercancía, no conviene perder de vista que este proceso se realiza a través de la renovación continua de la forma de los productos y de su presentación”.<sup>271</sup>

## S-O-S´

Nuestro argumento acerca de la función del valor estético en la obra de arte va dirigido hacia la ampliación de la conciencia humana, que esta genere un valor agregado a su espiritualidad como ser humano. Creemos, utópicamente, que el arte salvará a la humanidad y puede transformarla de una manera material. No solo pensamos en el arte como un simple objeto de goce y como acumulación de algún tipo de capital, tenemos la convicción del cambio regenerativo del arte a nuestra cultura, objetos que cambien nuestra percepción de la vida para mejorarla. “El valor estético no es en sí mismo un atributo del objeto, ni el resultado exclusivo de la plasmación en él de cierto ideal estético. Para que un objeto sea portador de valor estético ha de funcionar precisamente como tal, lo cual presupone la presencia y participación de otros sujetos que así lo perciban y un contexto social que favorezca esa percepción”.<sup>272</sup>

“Antes de la pregunta: ¿cuál es la posición de una obra con respecto a las relaciones de producción de la época? Quisiera preguntar: ¿cuál es su posición dentro de ellas?”.<sup>273</sup> A esto hemos tratado de responder, tocando los temas de la jerarquización de los valores y su respuesta en la ampliación de la conciencia del espectador no pasivo al arte. La obra de arte

---

<sup>270</sup> G. Lipovetsky, *La estetización del mundo*, p.220

<sup>271</sup> *Ibidem*, p. 64

<sup>272</sup> J. R. Fabelo, *Aproximación teórica a la especificidad de los valores estéticos*, p.18

<sup>273</sup> W. Benjamín, *El autor como productor*, p.3

es un objeto inconcluso hasta que recorre los tres estadios de la mercancía: la producción, la distribución y el consumo; al completarse este ciclo, las relaciones que va construyendo entre los agentes que se correspondieron en su camino deberían generar una amplitud de consciencia. “El componer/descomponer libremente la forma del objeto práctico es un producir/consumir significaciones que juega con los límites del código, que rebasa la obediencia ciega de las reglas que rigen su realización”.<sup>274</sup> Tenemos que construir una nueva relación con la mercancía de la obra de arte, al generar y degenerar relaciones sociales más amplias y conscientes. El arte podría ser el objeto de cambio entre las relaciones sociales fetichizadas.

El su camino por las diferentes esferas de relaciones sociales la obra de arte se transfigura intercambiando conocimiento, absorbiéndolo y comunicándolo, “el proceso de reproducción social incluye, como función característica de la existencia humana concreta, una organización particular del conjunto de relaciones interindividuales de convivencia”.<sup>275</sup> A través de estos procesos las normativas de la vida se reproducen, y es dentro de este sistema social capitalista el que marca como se auto reproducen.

En una primera instancia el autor, como productor, subjetiva al objeto, plasma su conocimiento técnico y creativo en el objeto creado, En el siguiente paso, a través del mercado, el objeto llega a su destinatario o destinatarios, otros sujetos, el cual lo tiene que descifrar a través de este código complejo de significación llamado arte, entonces, el objeto se subjetiva, de nueva vuelta, a través de la decodificación del mensaje intrínseco. “Producir es objetivar, inscribir en la forma del producto una *intención transformativa* dirigida al sujeto mismo, en tanto que consumidor; intención que se subjetiva o se hace efectiva en el momento en que éste se usa (disfruta o utiliza) de manera adecuada ese producto en calidad de bien, es decir, el momento en que, el aprovechar la cosa, absorbe la forma de la cosa y se deja transformar por ella”.<sup>276</sup>

El objeto sirve de portavoz de la consciencia, creatividad, imaginación, etcétera, humana para ser comunicado a otro humano, y con esto tener una relación genéricamente

---

<sup>274</sup> B. Echeverría, *Valor de uso y utopía*, p.186

<sup>275</sup> *Ibidem*, p.158

<sup>276</sup> *Ibidem*, p.171

mejor. “El arte presupone una relación artista-obra-publico, es decir sujeto-objeto-sujeto, que podríamos simbolizar de la siguiente manera: S-O-S’”.<sup>277</sup> Al proponer esta fórmula notamos el signo de *prima* (´) en la última (S) que es lo que el arte agrega como valor a la conciencia humana, porque “el valor estético de una obra está determinado por el nivel de enriquecimiento espiritual que genera en quien lo aprecia, por el crecimiento cultural que representa, por el grado de humanización que promueve”.<sup>278</sup>

### Gabriel Orozco



Fuente: Wikipedia

“¿Qué es un charco?

Es algo decepcionante tal vez, algo que uno evita, un accidente topográfico, un desorden de lo urbano, una acumulación de tiempo, un desperfecto. Sin embargo es también un espacio donde algo maravilloso puede suceder”.<sup>279</sup>

Presentamos formalmente a nuestro artista de caso, en el cual los valores se antagonizan dentro de su obra y su persona, queremos ejemplificar nuestro argumento teórico en su obra práctica. El artista plástico Gabriel Orozco (Xalapa, México, 1962 - ). Escultor zurdo, de reconocimiento internacional desde su exposición en la Bienal de Venecia de 1993. Estudió en la Escuela Nacional de Artes Plásticas de la UNAM y en el Círculo de Bellas Artes en Madrid. Cabe mencionar que su padre es el muralista Mario Orozco Rivera, quien trabajo en conjunto con David Alfaro Siqueiros.

---

<sup>277</sup> J. R. Fabelo, *ob. cit.*, p.21

<sup>278</sup> *Ibidem*, p.24

<sup>279</sup> Gabriel Orozco, Conferencia, CDMX, 2001, en *Textos sobre la obra de Gabriel Orozco*, p.186

La mayoría de su obra es construida con objetos de uso común con el propósito de reordenar el discurso de los objetos. Algunas obras conforman un difícil encuentro de la escultura cotidiana, como por ejemplo cortar y remodelar un automóvil o un elevador. Construye su obra entre la materialidad de los objetos de desecho y objetos culturales comunes. “Lo “auténtico” de la obra de Orozco, lo que garantiza su especificidad “mexicana” es la presencia universal de desechos y escasez, el desperdicio industrial sobre el que pasa para encontrar el desecho escultórico y la yuxtaposición dialéctica de esas condiciones”.<sup>280</sup> Siempre pensando en la función de su obra, se problematiza por la condición del público, confiando en la sencillez del productor y el consumidor. Su obra escultórica se basa en esta función entre la acción del público derivado de que va a una galería de arte y el público que esa no es su costumbre específica, construyendo en “la escultura [que] tiene la necesidad de funcionar como una estructura pública y a la vez, de denunciar la experiencia “pública” propuesta sólo por los medios estéticos, donde la instalación de Orozco gana credibilidad”.<sup>281</sup> Reconstruye el espacio público, con recuperaciones simbólicas, para hacernos cuestionar la significación de los objetos culturales comunes, haciendo un alarde provocativo, como colocar una caja de zapatos vacía en una bienal internacional. Convierte lo banal en poético. También utiliza el viaje constante como catarsis para su creación, viviendo entre París, New York y la Ciudad de México. Cada obra está pensada para un aspecto cultural específico dentro del contexto en que se va a exponer.

Su obra trata del cuestionamiento cotidiano, una función de interrogativa para el transeúnte común. Cada pieza es pensada en su dialéctica productor-consumidor. El autor nos comenta: “en mi obra estamos ante el encuentro entre dos recipientes vacíos: el espectador y el objeto como recipientes que se encuentran”.<sup>282</sup> A él no le importa el arte de masas, creó en un arte individualista de introspección, es el encuentro del objeto con el sujeto en un solo momento.

La técnica ocupada por el autor en ocasiones es brutalmente complicada, pero lo importante es lo contrario, la simpleza de los cambios en la estructura. Su trabajo, aunque

---

<sup>280</sup> Benjamin H. D. Buchloh, “Rechazo y refugio”, en *Textos sobre la obra de Gabriel Orozco* p.20

<sup>281</sup> B. H. D. Buchloh, “La escultura de la vida cotidiana”, en *Textos sobre la obra de Gabriel Orozco* p.41

<sup>282</sup> G. Orozco, Conferencia, CDMX, 2001, en *Textos sobre la obra de Gabriel Orozco*, p.196

sencillo en el resultado, con lleva libretas de trabajo que lo acompañan años con la reflexión de una misma obra, a veces retomándola tiempo después o perfeccionándola, ejemplo de eso es una obra inicial de un cráneo pintado con grafito y la culminación de la idea en la obra *Matrix Movil*, que analizaremos más adelante. Nuestro autor podría pasearse con una bola de plastilina gigante por la ciudad, así como enterrar a la mitad una rueda de la fortuna. Orozco nos comenta: “Para mi obra es muy importante que la relación de tamaño entre el gesto y sus consecuencias no sean líneas paralelas, sino intentar que un gesto cualquiera, mínimo, puede tener consecuencias mucho mayores en la realidad que un mural o un edificio”.<sup>283</sup>

No debemos olvidar la clase social de los autores, su origen y camino, una posición de poder que puede cambiar los valores expresados. Porque el artista y “la clase de obras que produce, depende muy directamente de la posición que ocupa en el interior del sistema de producción y circulación de los bienes simbólicos en su conjunto y, correlativamente, en la jerarquía propiamente cultural de los grados de consagración, posición que implica una definición objetiva de su práctica y de los productos de su práctica”.<sup>284</sup> La propia sociedad de espectáculo maniquea el capital simbólico del artista para promover las ideas de la hegemonía, mientras son ellos mismos quienes lo abalan. Debemos de tener cuidado con la crítica real a la obra de arte y no dejarnos llevar por el renombre del artista.

El trabajo de este artista es rico en su variedad y temas abordados, no pretendemos descalificarlo totalmente, solo hacer hincapié en las formas en que se debería tomar la postura de un artista reconocido y su misión en una sociedad resquebrajada como lo es la mexicana. Tratar de dejar de lado la firma y tomar en cuenta en un análisis específico de una obra en concreto. Se podrían tener variadas interpretaciones del cómo, cuándo y porqué de la obra, pero solo queremos reflexionar acerca de su cuestión como valor estético y valor económico. Nuestra crítica va directamente a la obra de arte y no al artista. Reconocemos que el trabajo de este autor, ha tenido variadas etapas, tanto como obras con diferentes alcances internacionales y nacionales. Pero esta tesis trata de quitar el fetichismo del gran autor, de la firma. El mismo sistema de propiedad privada legítima cualquier cosa, que ese

---

<sup>283</sup> *Ibidem*, p.194

<sup>284</sup> P. Bourdieu, *El sentido social del gusto*, p.130

autor produzca con el simple hecho de que lleve su firma en la esquina del cuadro. “El cometido esencial entonces es preservar la autenticidad del signo. De ahí el valor mítico que toma esa garantía de origen que es la firma”.<sup>285</sup> Con este capital simbólico, de prestigio, el propio autor se auto legitima para sumar capital a sus obras y poderlas intercambiar por otro tipo de capital.

La sociedad del espectáculo reclama al nuevo arte fuera de su centro como el folclore, una nueva estética del tercer y cuarto mundo. Nunca poniendo en la misma jerarquización de valores a esos *Otras* artes, etiquetándolas, con sus nombres de origen, arte negro, arte neomexicano, arte oriental. Mientras ellos, los centros hegemónicos, Europa y EU, creen que realizan el único gran patrimonio de la humanidad. Nuestro artista crea un estilo propio, que sí lo refleja con su cultura, eso es una obviedad, pero él no se encuentra preocupado por seguir los estándares del arte occidental, aunque ya este inserto en el mercado de este. “Si un objeto escultórico de Orozco parece hundirnos aún más en nuestras proyecciones y expectativas respecto al primitivismo, también responde de inmediato -en la misma medida- recordándonos la destrucción histórica ejercida por el mundo occidental sobre las culturas en las cuales, una y otra vez, se declara redentor estéticos”.<sup>286</sup> La preocupación constante de nuestro artista es la valoración individual, cambiar el arte del presente para transformarlo en un futuro próximo. “Con la aparición de un arte desconocido, el público tradicional desaparece”.<sup>287</sup>

---

<sup>285</sup> J. Baudrillard, *Crítica de la economía política del signo*, p.111

<sup>286</sup> B. H. D. Buchloh, “Rechazo y refugio”, en *Textos sobre la obra de Gabriel Orozco*, p.15

<sup>287</sup> G. Orozco, ob. cit., p.185

*Oroxxo* (Intervención, 2017)



Fuente: Hellodf.com

Instalación que consta de la simulación de una tienda de conveniencia con mercancías de consumo de primera necesidad, las cuales fueron intervenidas de diferente forma, aun estilo ya recurrente del artista, de formas geométricas y circulares. Estas mercancías se intercambian por papel moneda inventado por el mismo autor, dado en la compra de la entrada a la exposición. “Para hacer intercambios en la tienda habrá que usar billetes con un diseño mitad peso mitad dólar creado por Orozco”.<sup>288</sup> El establecimiento estuvo abierto por treinta días en la galería de la Ciudad de México, Kurimanzutto, propiedad del mismo artista. El autor Luis Villoro, explica la ironía del juego mercantilizado dentro de estas comunes tiendas en todo el país e inscribe una posición pública dentro. “En este caso, el artista hace una apropiación comercial de sí mismo y renueva el fetichismo de la mercancía con un aura estética”.<sup>289</sup> Comprar y vender su propia obra con otra obra, mientras lo que se intercambia son productos de abarrotes con un diseño ya clásico del autor. Esta es la paradoja instaurada dentro del Orozco. “Conservar la divisa de Orozco será más redituable que cambiarla por un cereal”.<sup>290</sup>

Pero esto va más allá de solo un esbozo simbólico por las mercancías de consumo perecederas y las obras de arte en comparación con su valor. De los productos exhibidos intervenidos por el artista, “el primero se vende de acuerdo a la cotización internacional (digamos treinta mil dólares); a partir de ahí se da un proceso deflacionario y los siguientes se abaratan hasta llegar a cuarenta y cinco dólares”.<sup>291</sup> Una balanza simbólica de mercado y consumo suntuario y quienes no pueden pagar el precio real por una obra de arte de Orozco. Entre más se venda más barato serán las mercancías. Una combinación de la oferta y la demanda con un intercambio recíproco conforme el que puede pagar y el que no. El artista con sus palabras nos dice: “Comprar es más que satisfacer las necesidades cotidianas: es el importante ritual de la vida pública y comunal, a través del cual la identidad se crea y se cambia”.<sup>292</sup>

Debesos reconocer que las obras *ready-made* no son nuevas, ya desde el año de 1914 Marcel Duchamp logro conmocionar al mundo con un mingitorio en una exposición

---

<sup>288</sup> Cfr. L. Villoro, *El tanguis de los signos*

<sup>289</sup> *Ibidem*

<sup>290</sup> *Ibidem*

<sup>291</sup> *Ibidem*

<sup>292</sup> Max Hollen, *Shopping*, texto de sala.

internacional. Desde ahí las actitudes por recrear este fenómeno, haciendo de los objetos comunes algo mucho más importante, no han parado, hasta el punto de colocar un plátano pegado a la pared, o unas ramas de árbol en una esquina. “El ready-made no postula un valor nuevo, es un dardo contra lo que llamamos valioso”.<sup>293</sup> La cuestión aquí en el *Oroxxo*, es un juego de valores, entre los bienes comunes de subsistencia y el valor simbólico de obtener una creación contextual de un artista reconocido.

El intercambio simbólico de su obra, con la iniciativa de un balance de precios en la dinámica de compra, es también un intercambio económico debido a la obligatoria paga por la entrada a la galería Kurimanzutto, donde se llevó a cabo la exposición temporal, y además se establece un piso mínimo de la obra del autor conforme al balance de Bellas Artes de Mei Moses. Con esto se hace una crítica al sistema de oferta y demanda del mercado del arte, pero dentro de la misma estructura, bajo sus reglas de intercambio. El valor de cambio sigue por encima del valor de uso de la obra de arte, lo que interesa en esta dinámica es conseguir un capital cultural, la obra en sí, a un precio menor pero con vistas a un futuro de inflación de valor del producto.

---

<sup>293</sup> Octavio Paz, *La apariencia desnuda*, p.31

*Matrix Móvil* (Intervención, 2006)



Fuente: Wikipedia

También puede crear obra comisionada por el gobierno capitalino de la Ciudad de México en el año 2006 para la Biblioteca José Vasconcelos con *Matrix movil*, un esqueleto de una ballena gris intervenida con dibujos a grafito directamente en los huesos del mamífero. Aunque también se requiere analizar la obra *Caja de zapatos vacía*<sup>294</sup>, la cual fue expuesta como un performance para la Bienal de Venecia en 1993, y que solo consta de una simple caja de zapatos vacía, la cual fue puesta en medio del salón de exposición. “Esta dialéctica particular entre espectacularidad construida artificialmente y una banalidad de apariencia benigna de los objetos en exhibición genera el campo de fuerza de la instalación”.<sup>295</sup> El autor, como productor, juega ese juego artístico, se basa de su licencia para poder jugar con la imaginación de la sociedad, y transformar lo simple y lo gigantesco en creatividad cognitiva.

“Según el artista se trató de la vez inicial en que aceptó una comisión de un gobierno, pues no hace comisiones. Pero le gustó la biblioteca y salió la idea de la ballena, una osamenta que no puede venderse o comprarse, porque los huesos son propiedad de la nación” “Lo que fue presupuestar el costo de ir a recogerla, sanear los huesos, consolidarlos, hacer la armadura, el transporte y la instalación. Y “eso fue lo que costo”. Alrededor de 350 mil dólares”.<sup>296</sup>

El valor de esta obra es inmenso, tanto como capital económico, capital cultural y capital simbólico. La odisea de conseguir un cadáver de ballena, trasladarlo a la ciudad capital, intervenirlo y después colocarla suspendida en el área central de la biblioteca, le da a la obra una cantidad inmensa de fuerza de trabajo, lo que se traducirá como valor económico. El capital cultural es la misma pieza colocada en un centro de conocimiento tan importante como lo es la biblioteca José Vasconcelos, esto además de dar una belleza e impresión al entrar al edificio, otorga más valor estético, como patrimonio a la obra. Algunos solo vamos a esta biblioteca para poder disfrutar la obra. El capital simbólico, de prestigio, la distinción que se generó alrededor de propio artista, quien su auge en la nación

---

<sup>294</sup> Cfr. Naomi Palovits y Jonathán Torres, *Gabriel Orozco: el dinero no es lo importante en el arte*.

<sup>295</sup> B. H. D. Buchloh, “La escultura de la vida cotidiana”, en *Textos sobre la obra de Gabriel Orozco*, p.40

<sup>296</sup> Cfr. Judith Amador Tello, *Chapultepec: solo déjenme trabajar*

mexicana tuvo inicios efusivos en la década inicial del nuevo siglo, acogido por el propio poder político con miras a auto legitimarse con un corte cultural.

## **Artesanía Ritual**

Dentro del sistema capitalista mundial, deberíamos decirlo, no todo es capitalismo. El sistema sigue su rumbo porque todavía existen lugares de resistencia. La globalización aumentó y agilizó el mercado mundial, pero no lo completó. Las resistencias sociales son cada vez más agudas, aunque no la revolución no sea televisada. Todavía podemos encontrar tipos de cambio no mercantilizados, ni injusto como el capitalista. Las leyendas, los cuentos y fabulas nos hablan de un intercambio simbólico donde el otorgar no necesariamente es recibir más o siquiera del mismo agente con el que intercambiamos un regalo. La riqueza del dar va más allá de la vanidad de una propiedad. “Solo cuando el aumento de regalos [o dones] se mueve con el regalo que se ha acumulado la riqueza de nuestro espíritu continúa creciendo entre nosotros, para que cada uno de nosotros pueda entrar, y ser revivido por, una vitalidad más allá de sus poderes solitarios”.<sup>297</sup> El capital enseña a negociar, siempre con un saldo a favor en dinero. Lo que nuestras leyendas cuentan es el dar sin esperar nada a cambio.

Existen organizaciones no gubernamentales, trasnacionales a favor del capital, estas se dan en nuestra nación mexicana, como ya lo hemos comentado en un ejemplo del capítulo uno. Las organizaciones por cargos son un rezago de las antiguas organizaciones prehispánicas, las cuales tienen muchos valores que podemos hacer resurgir y expandir a nuestro corrupto sistema político. “La comunidad, como denominamos nuestro comportamiento, descansa en el trabajo, nunca en el discurso. El trabajo para la decisión (la asamblea), el trabajo para la coordinación (el cargo), el trabajo para la construcción (el tequio), y el trabajo para el goce (la fiesta)”.<sup>298</sup>

---

<sup>297</sup> Hyde Lewis, *The gift must always move*, p.22

<sup>298</sup> Jaime Martínez Luna, citado por L. Villoro, en *El valor y el poder*, p.369

El sistema capitalista con su ideología hegemónica transforma los usos y costumbres culturales para su propio beneficio de explotación. “Así como lo político se emancipó de lo religioso y lo económico de lo político, lo cultural (los estilos de vida) se ha liberado de las costumbres y tradiciones en nombre del principio de libertad individual”.<sup>299</sup> Degenera la cultura anterior para acoplarla a la máquina de producción actual siempre en expansión. El valor de uso se subsume al valor de cambio. Esto también para con el objeto del arte, perdiendo su espíritu de relación simbólica a un intercambio mercantil desigual. “Se trata de una transformación esencial que lo lleva, de ser un “arte aurático”, en el que predomina un “valor para el culto”, a convertirse en un arte plenamente profano, en el que predomina en cambio “un valor para la exhibición” o “para la experiencia”.<sup>300</sup>

Los conceptos se deben transformar según su noción y función social, “los conceptos estética y arte evolucionan a la luz de los intereses y eventos históricos de quienes los fundaron, y que hasta hoy sus directrices apelan a una condición de poder”.<sup>301</sup> Lo que intentamos con la metodología de un marxismo abierto es develar esos conceptos, y reconocerlos como tal, para descifrar sus cuestionamientos y posiciones de poder de en cómo se fusionan a nuestra realidad. Por tanto, “asumimos la tarea de develar aquello que el concepto de artesanía oculta: la resistencia artística y cultural de las comunidades indígenas y afro presentes en América”.<sup>302</sup> Este tipo de arte es otro resquicio de la lucha contra la ideología capitalista implantada en nuestras colonias hace cinco siglos, es el desgaste de nuestro arte y nuestra estética que ha sabido resistir a una globalización del concepto de Modernidad como ideología. “Esta pretensión de centralidad producirá inevitablemente la negación del valor de todas las Otras estéticas; será un auténtico *esteticidio*”.<sup>303</sup> Una homogenización del gusto acorde a las pretensiones de consumo necesario para las fuerzas productivas. La artesanía debe regresar a su lugar como aquel objeto de intercambio simbólico, el cual va más allá de un capital cultural. Proclamamos por la ocupación de la artesanía, su función ritual dentro de la comunidad, la fiesta, la

---

<sup>299</sup> G. Lipovetsky, *La estetización del mundo*, p.329

<sup>300</sup> B. Echeverría, “Introducción” a *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, p.13

<sup>301</sup> Ramón Patiño, *Artesanía indígena: un motivo para hablar de estética y arte*, p.76

<sup>302</sup> *Ídem*.

<sup>303</sup> Enrique Dussel, *Siete hipótesis para una estética de la liberación*, p.24

cotidianidad. Debemos valorar los usos y costumbres al uso ritual de estos objetos culturales.

### **Estética de la participación**

Nuestra propuesta para seguir reproduciendo cultura y un buen vivir en el actual momento coyuntural, es una propuesta de praxis, una alternativa dialéctica, que dirija a una real experiencia del arte. “Nuestra concepción del arte, a su vez, extiende esta actividad creadora no sólo a la producción artística sino también a su consumo o recepción en unidad indisoluble”.<sup>304</sup> Revalorar estas fases de reproducción, producción y consumo, como una dualidad generadora y renovar la conciencia crítica y practica en la sociedad.

El sistema productivo trata de mantener la pasividad de sus trabajadores, no importando de qué clase o área de producción sean, todos debemos ser dóciles antes los problemas que el sistema genera, solo ser receptores y funcionar como una pieza más del engranaje en su autómata de acumulación. “Al subordinar de la misma forma todos los aspectos de producción espiritual al fin único de cerrar los sentidos de los humanos – desde la salida de la fábrica por la noche hasta el regreso frente al reloj de control la mañana siguiente - mediante los sellos del proceso de trabajo que ellos mismos deben alimentar durante la jornada”.<sup>305</sup> Trabajar para consumir sin más y volver a empezar el ciclo de la reproducción del capital. Nuestros sentidos se deforman, nuestra percepción de lo estético se corroe por falta de uso. La pasividad bajo el consumo es la forma de alimentar nuestros sentidos, los cuales solo se acostumbrar a recibir y obedecer. “Y con ello con la particularidad de que esta recepción superficial, banal del producto artístico en la conciencia del receptor le cierra el paso – por la deformación de su conciencia estética- a la recepción activa, creadora del arte”.<sup>306</sup> Nuestra conciencia de praxis está olvidada, somos unos autómatas del capital, que deforma nuestros sentidos y desecha nuestra particular

---

<sup>304</sup> A. Sánchez Vázquez, *De la estética de la recepción a una estética de la participación*, p.78

<sup>305</sup> T. Adorno, *Iluminismo como mistificación*, p.7

<sup>306</sup> A. Sánchez Vázquez, *ob. cit.*, p.83

creatividad como sujetos únicos dentro del mundo. No somos especiales y diferentes, nos debemos al gran consumo conspicuo de la masa.

En la vida humana dentro del capitalismo se generan dos divisiones entre el tiempo productivo y tiempo recreativo, tiempo producción y tiempo de consumo. La vida diaria se diferencia cuando entramos y salimos del área de trabajo. Dividimos los momentos para generar valor y para consumir valor. Pero el capitalismo avanzado borra esta delgada línea, haciendo que el tiempo de ocio se vuelve tiempo productivo. “La existencia del capital depende de su capacidad de transformar *el hacer* en trabajo y de explotar ese trabajo”.<sup>307</sup> Recordemos que el consumo es la mitad dialéctica de la producción, una se llena en la otra. Nuestro hacer, o ser, se transforma en consumir para producir.

Se dice que el trabajo es el padre y la naturaleza es la madre, debería de ser así. Aunque ahora nuestro trabajo se ha convertido en explotación, solo para generar un ingreso económico con el cual no morir de hambre y consumir ciertos lujos ficticios. El trabajo creativo debería ser el mayor logro de la humanidad, cuando la mente humana se crea así misma. “La vida productiva es, sin embargo, la vida genérica. Es la vida que crea vida”.<sup>308</sup> El trabajo humano debería revalorar la dignidad humana, y no solo servir como fuerza de trabajo abstracta que valoriza el plusvalor necesario para la siguiente vuelta de acumulación de capital.

Abogamos y proponemos como una repuesta practica la participación creativa, pasar de una estética de la recepción a la estética de la participación, donde el sujeto se configure a través del objeto pero vuelva a transformar su realidad objetiva por medio de ese valor agregado que ha tenido con la experiencia estética del arte. Un receptor activo y reactivo. “Una recepción activa y creadora, en su sentido más amplio, no sólo mental sino práctica, puede contribuir a extender la creatividad hasta ahora concentrada en un sector minoritario, tanto en la producción como en la recepción”.<sup>309</sup> Esto, pensando en que el objeto del arte no acaba cuando sale de manos del productor, su función apenas comienza dentro de la sociedad. El punto pensado como el final de la obra de arte, en la galería o el

---

<sup>307</sup> John Holloway, *Clase  $\equiv$  Lucha*, p.99

<sup>308</sup> K. Marx, *Manuscritos: economía y filosofía*, p.111.

<sup>309</sup> Adolfo Sánchez Vázquez, *ob. cit.* p.94

museo siendo admirado por el público solo es ser un nuevo inicio dentro el interminable ciclo del objeto de arte en su camino dialectico de la creación y participación. “El proceso creador no se agota, en consecuencia, en su resultado, sino que se continúa o renueva con la intervención práctica del receptor que, de este modo, se convierte en con-autor o co-creador”.<sup>310</sup> Abogamos por la conciencia creadora la cual se regenera a través del objeto de arte, el cual tiene a su cargo la gran tarea de formar nuevas conciencias críticas y elevar el espíritu humanista genérico para evolucionar de una forma orgánica con la naturaleza.

## **Patrimonio**

La sociedad a lo largo de su historia crea objetos para la preservar su presente a través del tiempo, y que sean gozados y alabados en un futuro para recordar el pasado glorioso. Pienso en la gran pirámide de Cholula, creada para actos ceremoniales como función, pero pensada como una alabanza a la creatividad y fuerza de trabajo humano de su época. Algunas cosas pueden ser objeto de culto, monumentos históricos, reliquias, con un valor que trasciende la frontera del tiempo. “La historia a la que una obra de arte a estado sometida a lo largo de su permanencia es algo que atañe exclusivamente a ésta, a su existencia única”.<sup>311</sup> Obras sublimes que se consagran como valores eternos o universales, siendo ellas mismas un rasgo de identidad cultural de esa sociedad, porque “la obra artística puede permanecer siempre entre los valores eternos, y esta permanencia no será un estado, sino (...) un proceso”.<sup>312</sup> Como lo hemos estado analizando, lo que nos interesa de la obra de arte es su función dentro de la sociedad.

Pensamos al patrimonio como un punto de fuga del sistema capitalista, donde la mercancía se convierte en objeto de culto, saliendo de su lógica mercantil. Este objeto o proceso obtiene un valor sin cifras, no podemos venderlo ni comprarlo, no se puede intercambiar pero aun así goza de una función dentro de la sociedad, quienes lo utilizan

---

<sup>310</sup> *Ibidem*, p.89

<sup>311</sup> W. Benjamin, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, p. 42

<sup>312</sup> J. Mukarovsky, *ob. cit.* p.81

solo en su valor de uso. Este objeto ya ha dejado de tener un valor de cambio y a transfigurado su valor solo al uso, al valor simbólico. Se convierte en un objeto de identidad. Sale del mercado. Tal vez también salga del sistema capitalista.

Según la Unesco el concepto de patrimonio cultural es “en su más amplio sentido es a la vez un producto y un proceso que suministra a las sociedades un caudal de recursos que se heredan del pasado, se crean en el presente y se transmiten a las generaciones futuras para su beneficio”.<sup>313</sup> Los objetos patrimoniales o convertidos en patrimonio, conforme el acuerdo de la sociedad en su conjunto, son un proceso que la sociedad guarda y respeta, “traducen el tipo de relación que una sociedad decide reunir en el tiempo”.<sup>314</sup> Esto para resguardar un conocimiento y transmitirlo a las generaciones futuras. Materiales que comunican, “el fundamento mismo del patrimonio reside en el hecho de la trasmisión”.<sup>315</sup>

Como ya lo hemos escrito, el sistema capitalista de producción y reproducción de ideologías hace mercancía a todo lo que se encuentra en la sociedad actual, convirtiendo “el patrimonio en un recurso para tiempos de crisis”.<sup>316</sup> Otro bien que solo guarda valor económico futuro, un crédito que le dará capital a las próximas generaciones. “Su “valoración” se inserta entonces directamente en los ritmos y las temporalidades rápidas de la economía mercantilista de hoy y tropieza con ello, o en todo caso, se les aproxima”.<sup>317</sup> Entonces debemos preguntarnos ¿Quién decide que es el patrimonio? O más bien podríamos contestarnos con otra pregunta ¿Quién genera el patrimonio? En la actualidad hemos visto el cambio de símbolos patrimoniales, y hasta anti monumentos, para significar las luchas sociales recientes. La comunidad se genera así misma o se dispersa en el individualismo errante de la vanidad al consumo.

La agresión y el respeto por el valor que contiene el objeto patrimonial se acerca a un juego de equilibrio entre la explotación y la perpetuidad. La Unesco aboga a un equilibrio entre el capital económico y el capital cultural. “Una gestión correcta del potencial de desarrollo del patrimonio cultural exige un enfoque que haga hincapié en la

---

<sup>313</sup> Unesco, *Patrimonio*, p.2

<sup>314</sup> François Hartog, *Regímenes de historicidad*, p.183

<sup>315</sup> *Ibidem*, p.182

<sup>316</sup> *Ibidem*, p.222

<sup>317</sup> *Ibidem*, p.217

sostenibilidad”.<sup>318</sup> En México se dice que se debe reconocer que esta es una fuente de ingreso mayor, solo antes que el petróleo. “Hasta reconocer hoy la dependencia entre uno y otro, y comprobar que no puede haber turismo sin patrimonio, como tampoco patrimonio sin turismo”.<sup>319</sup> El juego de la oferta y la demanda sigue a todas las mercancías no importando que esta sea un objeto de culto para el futuro, el sistema mercantil le debe sacar todo el provecho financiero posible. Así como un lugar turístico, el patrimonio puede servir para diferentes formas de cultura, desde un centro recreativo de entretenimiento hasta un lugar de descanso. “Aceptadas las ideas de educación informal y de animación sociocultural en los espacios patrimoniales, el museo se concibe desde los últimos años más allá de su función educativa para volverse un lugar de entretenimiento social”.<sup>320</sup> La venta y el resguardo juegan en la balanza de la sostenibilidad.

Las leyes federales son muy generales en cuanto tal sostenibilidad, pero podemos sacar algunos artículos que puedan servir para el respeto y resguardo de estos objetos patrimoniales. Por ejemplo: “Se prohíbe la exportación de monumentos arqueológicos, salvo canjes o donativos a Gobiernos o Institutos Científicos extranjeros, por acuerdo del Presidente de la República”.<sup>321</sup> Claro está que la legislación se amagada según quien la interprete, pero al menos se está pensando en la salida de nuestro territorio como un mal para la nación.

También las leyes federales otorgan cierto poder a las comunidades asentadas o autorizadas de resguarda el patrimonio, se “organizarán o autorizarán asociaciones civiles, juntas vecinales, y uniones de campesinos como órganos auxiliares para impedir el saqueo arqueológico y preservar el patrimonio cultural de la Nación”.<sup>322</sup> El poder ligado al pueblo, el cual deberíamos de respetar, ya que son ellos y nosotros los que generamos el patrimonio y para quienes su función va más allá de solo el capital económico que pueda generar. Cada comunidad decide que es lo que le da una identidad. El historiador F. Hartog nos habla de la conciencia ecológica, las reservas protegidas y los museos en su conjunto, para salvaguardar estos espacios. “El eco-museo entiende que es una provocación a la memoria

---

<sup>318</sup> Unesco, *ídem*.

<sup>319</sup> Fernanda Rico Mansard, *Patrimonio cultural*, p.2

<sup>320</sup> *Ibidem*, p.10

<sup>321</sup> Artículo 16, Ley federal sobre monumentos y zonas arqueológicas, artísticas e históricos

<sup>322</sup> *ídem*.

y el instrumento de una toma de conciencia. Ahí, la sociedad (una comunidad) misma es invitada a tomar conciencia de un patrimonio”.<sup>323</sup> La comunidad genera el proceso para formas su patrimonio, ellos lo ocupan, saben su función y se reconocen en él.

La incertidumbre de un futuro mejor nos aqueja, los acontecimientos mundiales son cada vez peores y más desalentadores. “Este futuro ya no es un horizonte luminoso hacia el cual nos dirigimos, sino una línea de sombra que hemos puesto en movimiento hacia nosotros, mientras que parecemos el aire del presente y rumiar un pasado que no pasa”.<sup>324</sup> La construcción debe empezar por un presente, un presente regido por la comunidad y apego a los valores objetivos. El valor de uso llevado a su función local, separarnos del dinero y la ociosidad. Comenzar a crear y recrear nuestro concepto de humanidad, siempre acorde a un equilibrio ecológico. Nos hemos concentrado en la cantidad, deberíamos fijarnos en la calidad. “La modernidad ha superado la prueba de la cantidad y la hipermodernidad debe superar la de la calidad en la relación de las cosas, con la cultura, con el tiempo en que se vive”.<sup>325</sup> El momento de trascender nuestra época ha llegado y con ello un cambio cultural. Es hora de que nuestras teorías se vuelvan una praxis.

---

<sup>323</sup> F. Hartog, *Regímenes de historicidad*, p.221

<sup>324</sup> *Ibidem*, p.224

<sup>325</sup> G. Lipovetsky, *La estetización del mundo*, p.354

## **Conclusiones**

Esta tesis se ha encargado de explicar las dicotomías en las relaciones entre el valor económico y el valor estético de la obra de arte contemporánea, tomando como ejemplo específico al trabajo del artista mexicano Gabriel Orozco. Nuestro debate desde un principio toma el supuesto de que la obra de arte en el capitalismo es una simple mercancía, con el propósito de poder teorizar las fluctuaciones económicas acorde y las valoraciones simbólicas que quedan fuera de este campo.

Los argumentos comienzan desde el concepto que nos atañe principalmente: el valor; pasando por la historia de la construcción de este concepto en la economía; el intercambio desigual propio del sistema capitalista, la enajenación y fetichización de las relaciones sociales a través de las cosas, los conceptos primordiales valor de uso y valor de cambio, el estudio de lo que conforma el valor económico como el tiempo de trabajo necesario, el trabajo abstracto y el trabajo concreto, además de la valoración marginal y las actuales fluctuaciones del mercado bajo su oferta y demanda. Todo esto en el primer capítulo para reconocer el valor económico de la obra de arte contemporánea.

En el segundo capítulo hemos comenzado por definir el valor estético por sus cualidades extra estéticas, por tanto, comenzamos con la explicación que la axiología da a los valores humanos, pasando por la ética, la moral, la ideología del actual sistema de producción, y el poder. Correspondientemente, a nuestra metodología del materialismo

histórico, analizamos la historia de los intercambios simbólicos antes de la instauración del sistema capitalista, con la ejemplificación del intercambio Kula y el potlacht. Esto nos deriva a las áreas que no cubre el campo de la economía en los intercambios materiales en la sociedad actual, y por tanto analizamos los conceptos del intercambio simbólico, como el capital cultural, social y simbólico, además del concepto de valor de uso/signo. Así reconocemos que al intercambiar un objeto entre dos o más sujetos existen relaciones que van más allá del solo intercambio económico, como valor de cambio, sino que indagamos en las dimensiones simbólicas de la vida material, intercambios de prestigio y poder, que se dan a través del valor de uso del objeto.

En el último capítulo del cuerpo de nuestra tesis tenemos que discutir obligatoriamente los temas sobre la actual “muerte” del arte y la espectacularización del consumo de masas. Proponemos nuestras opciones de salida al problema como lo son la autopoiesis como resultado del valor estético, una estética de la participación y el patrimonio como objeto fuera del sistema mercantil capitalista.

A lo largo de los tres capítulos principales del trabajo hemos estado ejemplificando nuestra teoría con las obras de nuestro autor de caso, Gabriel Orozco, y en el capítulo tercero hacemos una comparación entre lo que consideramos como contradicciones de valor en esta tesis dentro de algunas de sus obras, argumentos sobre la relación del valor económico y el valor estético de la obra de arte contemporánea. Se analizan cuatro de sus obras principalmente, pero las ejemplificaciones y su contexto se nutren de otros trabajos realizados por el autor.

Para analizar al arte bajo los lineamientos del valor económico debemos de trabajar bajo el supuesto de que la obra de arte se configura en nuestra época como una simple mercancía. La cual se produce, se distribuye y se consume igualmente que una simple libreta. Supuesto engañoso pero útil, debido a que al trabajar bajo la igualdad de las mercancías producidas se reconoce la masa de valor-trabajo que le da cierto valor de uso y valor de cambio a nuestra mercancía artística. Al hacer comparativo este bien, bajo el supuesto de que se fabrica como cualquier objeto, lo ponemos en un orden de trabajo abstracto, el cual solo es un promedio de las fuerzas productivas para regular un precio dentro del mercado. En sí obtener un precio es una de las tareas más arduas de la economía.

Lo que se hace con el precio, sobre el trabajo abstracto es cuantificar una media entre las condiciones de trabajo y los medios de producción para la elaboración de un mismo producto, cosa que en la creación de arte es un supuesto fuera de la realidad.

La producción de una obra de arte se encuentra fuera del trabajo abstracto regulador del precio de una mercancía. Debido a que este promedio no toma en cuenta la creatividad, la imaginación, la cultura, y demás conocimientos solo humanos con los que se elaboran las piezas de arte. ¿Cómo podemos medir la capacidad creativa de Gabriel Orozco? El mercado la mide con el precio, pero este precio obtiene un valor agregado fuera del área económica. Los intereses porque su obra obtenga un mayor precio de mercado ni si quiera atienen al artista. La obra, fuera de sus manos, fuera de su taller, se enfrenta a otras relaciones que le darán un valor agregado al de su producción.

Dentro del ciclo económico habitual la obra de arte sale del taller de producción del autor, convertido en un valor de uso, para entrar a un mercado y convertirse en un valor de cambio, un mercado específicamente capitalista cuya única labor es valorizar ese valor encarnado en el objeto sustituyéndolo por un valor mayor. Así observamos la transformación del valor en capital, a través del dinero. Este es el punto álgido de nuestra crítica, porque la esfera de la distribución es donde encontramos la usura de los empresarios del arte contemporáneo. Aquí, los mercaderes individuales, las galerías, las casas de subastas, de las cuales existe un bipolio, los museos privados o públicos, son los agentes que insertan un valor agregado mediante la especulación financiera de mercado, elevan el precio a un absurdo. Esto se hace más habitualmente con el arte contemporáneo, ya que las reglas de precios con las que se rigen ordenan que nunca haya una deflación de estos. Un artista y su obra siempre se valorizan, económicamente, a la alza. Cuando un artista vende una obra, ese precio se cuenta como el piso mínimo que pagar por las siguientes obras. Mientras que las obras de los clásicos artistas ya muertos son obras limitadas con un valor incalculable, que con se ha ido agregando por las diferentes transacciones de mercado de las cuales han sido objeto de cambio. El arte contemporáneo como mercancía es una ventana para observar lo ilógico que es ahora el sistema capitalista.

Bajo el sistema capitalista de producción no puede existir un intercambio justo, porque su raíz es la propia extracción del plusvalor al trabajador. Es una transacción

desigual ya que el capitalista no paga por entero el valor de la fuerza de trabajo bajo la ampliación de la jornada laboral, ya sea extensiva o intensiva.

El valor económico, como la abstracción del trabajo o el tiempo socialmente necesario del desgaste de la fuerza de trabajo ya no se toman en cuenta, sino que el precio se conforma a través de su distribución, su oferta y su demanda. La marginalidad del producto, su escasez u oportunidad de venta. La valoración marginal, el último vaso de agua que nos podamos beber, rige el mercado del arte contemporáneo. Por tal, su valor es siempre fluctuante al alza, los coleccionistas quieren siempre lo más nuevo, lo que escasee más, lo que genere en un futuro cercano más dividendos. La marginalidad del valor actual no se basa en valores simbólicos o rituales, sino en la mayor satisfacción con el mínimo esfuerzo.

Hemos llegado al punto álgido de la fetichización de la mercancía, como lo dicen nuestros autores, la fetichización de la imagen. Este fenómeno de fantasmagoría del objeto se ha estudiado desde hace más de 150 años. La fetichización es la adulación de los objetos, omitiendo, inconscientemente, su valor humano, haciendo que nuestra conducta esté ordenada por las cosas. Parece ser la autonomía del objeto, pero detrás de todo este complejo proceso, existen señores que se están enriqueciendo con poder, y el poder solo necesita más poder.

Debemos regresar a la naturaleza de las cosas, desear el valor de uso de los objetos antes que su valor de cambio.

El valor estético de la obra de arte se conforma por diferentes valores extra estéticos, es un todo complejo, aún más en nuestra época coyuntural, donde se dice que todo es arte y nada es arte. La muerte del fin del arte es latente, un cambio es inevitable. Desde la teoría de los valores de la axiología, el valor como forma de juzgar los fenómenos y objetos en su positividad para el ser humano, nos ayuda para laborar en una teoría genocéntrica del arte, lo que realmente ayude a la humanidad como género. Un valor que, a través del objeto que el propio humano ha creado con su imaginación subjetiva, realice como persona al individuo. Una subjetividad creada, un objeto que emancipe al sujeto. El objeto nuevamente como protagonista del intercambio, pero que realice la autoconciencia

humana, ayude en el progreso ecológico humano, viendo a este como la buena relación del humano con su entorno y el otro.

La axiología discute el valor subjetivo y objetivo, así como la jerarquización de los valores. Todo ello relativizando el poder de decisión al contexto y cultura del humano. Pero como toda teoría, siempre tratando de llegar a un objeto universal permanente, la esencia de los valores. Reflexión por medio de la cual reconocemos a objetos que han logrado llegar a nuestra era como sustancias inalienables, no como víctimas de la propiedad privada. Estos objetos de Patrimonio engendran valores humanos que apoyan nuestra teoría, se convierten en símbolos humanos que nos representan.

Además de la autopoiesis deseada del nuevo arte, proponemos otras relaciones de valores extra estéticos.

El intercambio simbólico es uno de nuestros principales puntos a favor para analizar los componentes de valor a la obra de arte fuera del campo de la economía. Con la ayuda de términos como capital simbólico, cultural y social, consideramos que el valor agregado a la obra de arte se construye con otros tipos de capital, recordando que todo capital es poder, un poder con una ideología clara a su favor. El capital busca otras formas de valoración para ampliar su reproducción, por eso estos capitales simbólicos, fuera del área material, ayudan a este a valorizarse. Estos capitales son generados por la propia sociedad al dar un prestigio, otorgar un honor, a un solo ser. Es la adulación del humano por el humano. Estos también se acumulan, se intercambian y se valorizan. Con el apoyo de personas se puede generar valor y capitalizarlo para alcanzar poder.

Pero, antes de este sistema productivo, el intercambio simbólico ya se daba entre sociedades, valorizando cosas y fenómenos de transacción entre ellos. La pauta para valorar lo que se comerciaba es el valor propio que se le daba al objeto, sin importar la suma de valor que se intercambiara, hasta algunas veces el intercambio no era unilateral, sino que rondaba en círculos con la promesa de regresar a ti. Sería como una fábula de buenas acciones, donde al ofrecer un regalo a otro desconocido, esperabas que la energía del mundo fluyera a tu favor. Acciones simbólicas que nos dan el espacio para pensar otras alternativas fuera de nuestra materialidad perceptual.

La ampliación de la belleza, o la estetización de todas las cosas, junto las obras de ready-made, han logrado una muerte de la belleza, o lo que han nombrado como la muerte del arte. Las cosas por si solas nos inducen a usarlas o consumirlas, el diseño industrial se implementa para aumentar el deseo de consumo del objeto. Ahora ya hemos sobrepasado la etapa del consumismo de objetos, ahora requerimos la excitación del consumo de experiencias, aproximado por la necesidad de un prestigio social, de estatus. Ello es una manera de la acumulación de capital en sus diferentes formas. Esto nos conlleva a pensar en todo lo contrario, si es que se ha llegado a la perfección técnica, a la imagen de todas las cosas, por qué no alejar al objeto, para que nuestro cerebro lo complete, y lo contemple. Dar más cabida a la abstracción en el lenguaje visual artístico, para generar el uso del cerero y aumentar su cognición.

Como toda teoría, requerimos de una práctica, el logro de la praxis. Nosotros abogamos por una estética de la participación. La cual nos libere de la pasividad consumista y ejercite la realización manual. El arte debe ayudar en esta proposición. Creemos que el progreso universal a-histórico humano se refleja en las cosas que el humano crea, y que más valoración subjetiva en el objeto que en la obra de arte, donde esta se libera de las transacciones del valor de cambio y solo se genera por su valor de uso, el cual es ampliar la conciencia humana.

Gabriel Orozco, escogido para su análisis dentro de esta tesis, porque es un fenómeno actual en el arte contemporáneo mexicano, y en sus obras vemos reflejadas las cuestiones que nos acatan en este estudio, la comparación del valor económico con el valor estético. El autor, como productor, tiene muchas obras en su carrera, escogimos las que más se acoplaron a nuestro problema teórico. En *Mis manos son mi corazón*, observamos el valor simbólico de la obra en sí, su carácter como signo, el barro, el corazón con las manos marcadas, silogismo étnico y remembranza de leyendas de nuestro nacimiento humano. En la obra *Oroxoxo*, encontramos un juego mercantil, volver lo cotidiano en una obra de arte, un ready-made cultural mexicano, simple en su comprensión pero con la expectativa de lograr una reflexión sobre el propio mercado. Sin embargo solo logra destapar su posición de poder como artista reconocido mundialmente y, evidenciando todo el capital simbólico del cual se sostiene, sus obras no puede bajar de un precio dado por el mercado capitalista.

El valor económico y valor estético en la obra de arte contemporáneo, tienen una relación transversal, nunca paralela. El valor de una obra de arte, lo logra cotizar el sistema por diferentes tipos de valor agregado, como: el valor de producción, el tiempo de trabajo socialmente necesario y el desgaste de los medios de producción, lo que sería el coste de producción; el valor simbólico que tiene el artista particular, el prestigio del que goza en ese campo; las fluctuaciones oferta-demanda propias y específicas del mercado, su escases, su cotización actual como artista; y también influye el valor cultural, que se convierte en capital cultural, que ofrezca la obra, esto es notable en el arte étnico, o artesanía, pero en la obra de arte de estilo contemporáneo, igualmente se puede reflejar, el agrado del folclor o representatividad nacional; otro tipo de valor extra estético es en sí la propia idea que refleja el objeto, es más valorado entre más bien pensado esta, donde se puede notar el trabajo intelectual de la obra, yendo de la mano en el agrado ampliado del consumidor y en cuanto ayuda a su conciencia.

Estos solo son algunas estructuras teóricas para construir el valor de la obra de arte, claro que existen muchísimas más que no conciliamos, pero creemos haber llegado a la esencia del problema y a una resolución. Esperamos que el arte, como objeto del reflejo humano, sea más acorde al corazón y la raíz de los humanos, y nos sirva de brújula en estos cambios coyunturales de fin de época.

## Bibliografía

- Adorno, Theodor y Horkheimer, May, *La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas*, Ed. Sudamericana, Argentina, 1988.
- Amador Tello, Judith y Ponce Armando, *Chapultepec: Sólo déjenme trabajar, pide Gabriel Orozco*, Ed. Revista Proceso, <https://www.proceso.com.mx/616582/chapultepec-solo-dejenme-trabajar-pide-gabriel-orozco>, 9 de febrero 2020.
- Baudrillard, Jean, *Crítica de la Economía Política del signo*, Ed. Siglo XXI, México, 1972.
  - *El complot del arte. ilusión y desilusión estéticas*, Ed. Amorrortu, Argentina, 2007.
  - *La sociedad de consumo*, Ed. Siglo XXI, México, 2009.
- Benjamín, Walter, *El autor como productor*, Ed. Ítaca, México, 2004.
  - *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, Ed. Ítaca, México, 2003.
- Bourdieu, Pierre, *Capital simbólico y clases sociales*, L'Arc, <https://marxismocritico.com/2013/05/15/capital-simbolico-y-clases-sociales/>, Francia, 1972.
  - *El sentido práctico*, Ed. Siglo XXI, Argentina, 2007.
  - *Las estrategias de la reproducción social*, Ed. Siglo XXI, Argentina, 2001.

- Buckermann, Paul, “Back from Business: On commensuration, construction, and communication of a global art world in the ranking Kunstkompass. Revista Kapsula, *Good Measure*, Volumen 3, Tema 1/3, Canadá, enero 2013.
- Buitrago Restrepo, Felipe y Duque Márquez, Iván, *La economía naranja. Una oportunidad infinita*, Ed. Banco Interamericano de Desarrollo, Colombia, 2013.
- Cámara Izquierdo, Sergio. *Trabajo Abstracto. Como trabajo en su forma capitalista*, Ed. Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Economía Aplicada,  
<https://marxismocritico.com/2011/10/05/trabajo-abstracto-como-trabajo-en-su-forma-capitalista/>, España, 2011.
- Danto, Arthur C., *Después del fin del arte. El arte contemporáneo y el linde de la historia*. Ed. Paidós, España, 2015.
  - *El abuso de la belleza*, Ed. Paidós, España, 2005.
- Díaz Gómez, Floriberto, *Comunidad y comunalidad*, en *Culturas Populares Indígenas*, en <http://toltecayotl.org/tolteca/?id=14013>.
- Dussel, Enrique, *Siete hipótesis para una estética de la liberación*, Ed. Praxis, revista de filosofía, núm. 77, México, 2018.
- Echeverría, Bolívar, *Valor de uso y utopía*, Ed. Siglo XXI, México, 1998.
- Fabelo Corzo, Ramón, “Antecedentes evolutivos de los valores estéticos”, en *Historia natural del arte y evolución de la cognición*, coord. Ramón Patiño Espino y Bernardo Yáñez Macías Valadez, Ed. La Fuente – BUAP, México, 2018.
  - “La imaginación y la encrucijada actual de la estética”, en *Estética, arte y consumo. Su dinámica en la cultura contemporánea*, coord. Fabelo Corzo, José Ramón y Pino Rodríguez, Alicia, Ed. Colección La Fuente - BUAP, México, 2011.
  - *Los valores y sus desafíos actuales*, Ed. BUAP, México, 2001.
- Fernández Fernández, José Manuel, *Capital simbólico, dominación y legitimidad. Las raíces weberianas de la sociología de Pierre Bourdieu*, Ed. Universidad Complutense de Madrid. Departamento de Sociología V, ISSN 2013-9004, España, 2013.

- Fromm, Erich, *Marx y su concepto de hombre*, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 2014.
- Frondizi, Risieri, *¿Qué son los valores?*, Ed. CFE, México, 2014.
- Galeano, Eduardo, *Las venas abiertas de América Latina*, Ed. Siglo XXI, México, 2009.
- García Canclini, Nestor, *La producción simbólica. Teoría y método en sociología del arte*, Ed. Siglo XXI, México, 2010.
- García Vela, Alfonso Galileo, *Trabajo concreto y valor de uso ¿Ontología o especificidad histórica?*, Revista El Volcán, vol. 10, núm. 16, pp. 53-64. Ed. BUAP, México, 2011.
- Guillen, Arturo, *Adam Smith y la teoría del valor-trabajo*, en Problemas del Desarrollo, Ed. Revista UNAM, No. 25, Año VI, México, 1976.
- Harris, Marvin, *Vacas, cerdos, guerras y brujas*, Ed. Alianza, España, 2011.
- Hartog, François, *Regímenes de historicidad. Presentismo y experiencia del tiempo*, Ed. Universidad Iberoamericana, México, 2007.
- Hobbes, Thomas, *Leviatan*, Ed. Freeeditorial, [www.freeeditorial.com/es](http://www.freeeditorial.com/es), España, 2016.
- Holloway, John, *Clase ≡ Lucha. Antagonismo social y marxismo crítico*, Ed. BUAP-Herramienta, Argentina, 2004.
- Hyde, Lewis, *The gift must always move*, Ed. The CoEvolution Quarterly. EUA, 1982.
- Kropotkin, Piotr, *La moral anarquista y otros escritos*, Ed. Libros de Anarres, Argentina, 2008.
- Lifshitz, Mijail. *La filosofía del arte en Karl Marx*, Ed. Siglo XXI, México, 1981.
- Lipovetsky, Gilles y Serroy, Jean, *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico*, Ed. Anagrama, España, 2016.
- López Silvestre, Federico, *Darwin y el sentido de la belleza*, Ed. Enrahonar - Universidad Santiago de Compostela, España, 2010.
- Malinovski, Bronislav, *Los argonautas del Pacífico occidental*, Ed. Planeta-Agostini, España, 1986.

- Martínez Luna, Jaime, *Conocimiento y comunalidad*, Ed. Bajo el Volcán, vol. 14, num. 23, pp. 99 – 112, BUAP, México, 2015.
- Marx, Karl, *El Capital*, Ed. Siglo XXI, México, 2008.
  - *Manuscritos: Economía y filosofía*, Ed. Alianza, España, 1979.
- Mukarovski, Jan, *Función, norma y valor estético como hechos sociales*, Gustavo Gili, España, 1977.
- Navarrete Linares, Federico, *Los Pueblos Indígenas de México*, Ed. CDI, México, 2008.
- Palovits, Naomi y Torres, Jonathán, “Gabriel Orozco: el dinero no es lo importante en el arte”, Audiovisual. Ed. Forbes, México, 2015. <https://www.forbes.com.mx/gabriel-orozco-el-dinero-no-es-lo-importante-en-el-arte/>.
- Patiño Espino, Ramón y Quintero Garzón, Cinthya Alejandra, “Artesanía indígena: un motivo para hablar de estética y arte”, en *Crisol y trayectorias, acercamiento a la estética y el arte*, coord. Márquez Carrillo, Jesús y Cardoso Martínez, Alma Elena, Ed. La Fuente – BUAP, México, 2017.
- Paz, Octavio, *La apariencia desnuda*, Ed. Alianza, España, 1998.
- Pereza, Miguel y Iturbe, Josu, *El arte del mercado del arte*, Ed. Porrúa, México, 2012.
- Quesney, Francois, *El Tableau Economique y otros escritos fisiócratas*, Ed. Fontamara, España, 1974.
- Quijano, Aníbal, *Colonialidad de poder, eurocentrismo y América Latina*, Ed. CLACSO, Argentina, 2014.
- Revueltas, José, *Dialéctica de la conciencia*, Ed. Era, México, 1982.
- Ricardo, David, *Principios de Economía Política y tributación*, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 2010.
- Rubin, Isaak Illich, *Ensayos sobre la teoría marxista del valor*, Ed. Pasado y presente, distribuido por Ed. Siglo XXI, Argentina, 1974.
- Salama, Pierre, *Sobre el valor*, Ed. Era, México, 1978.
- Sánchez Vázquez, Adolfo, *De la estética de la recepción a la estética de la participación*, Ed. FFyL- UNAM, México, 2005.

- *Las ideas estéticas de Marx*, Ed. Siglo XXI, México, 2005.
- *Ética*, Ed. Debolsillo, México, 2002.
- Smith, Adam, *La Riqueza de las Naciones*, Tomo I. Ed. Universidad de Sevilla, España, edición digital del original de 1794 en Valladolid.
- Sraffa, Piero, *Producción de mercancías por medio de mercancías*, Ed. Oikos-tau, España, 1966.
- Unesco, *Patrimonio*, <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/cdis/Patrimonio.pdf>, 2019.
- Uribe Taborda, Saúl Fernando, “Releyendo el pasado: notas a la reedición de un clásico”, en *Boletín de Antropología Universidad de Antioquia*, Ed. Universidad de Antioquia, Colombia, 2005.
- Valencia Roda, Belén, “La economía del arte en México: reflexiones acerca del comportamiento de mercado del arte y la economía del Artista”, en *Estética, arte y consumo*, Coord. José Ramón Fabelo Corzo y Alicia Pino Rodríguez. Ed. La Fuente, BUAP, México, 2011.
- Veraza Urtuzuástegui, Jorge, *Leer El capital hoy. Pasaje y problemas decisivos*, Coedición: Ítaca y Paradigmas y Utopías, México, 2007.
  - *Subsunción real del consumo al capital*, Ed. Ítaca, México, 2008.
- Villoro, Juan, *El tianguis de los signos*, Periódico Reforma 5 de febrero 2017, México.
- Villoro, Luis, *El poder y el valor. Fundamentos de una ética política*, Ed. FCE-Colegio Nacional, México, 2017.
  - *El concepto de ideología*, Ed. FCE. México, 1985.
- Zeki, Semir, *The neurology of ambiguity*, Ed. Consciousness and cognition núm. 13, Inglaterra, 2004.

## Filmografía

- *Campo abierto*, Juan Carlos Martín, México, 2012.
- *Gabriel Orozco*, Art: 21, EUA., 2003.

- *Gabriel Orozco*, Juan Carlos Martín, México, 2002.
- *La gran burbuja del mercado del arte*, Ben Lewis, Inglaterra, 2009.
- *Proyecto Centro Cultural del bosque de Chapultepec*, Noticias 22, México, 2020.