

La lucha por la estética o la estetización de la lucha. Tensiones en la definición de los principios de legitimidad legítimos en el campo de producción cultural. Barcelona, 2013.

Gorr y Alejandro.

Cita:

Gorr y Alejandro (2014). *La lucha por la estética o la estetización de la lucha. Tensiones en la definición de los principios de legitimidad legítimos en el campo de producción cultural. Barcelona, 2013. VIII Jornadas de Sociología de la UNLP. Departamento de Sociología de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, La Plata.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-099/442>



VIII Jornadas de Sociología de la UNLP

**La lucha por la estética o la estetización de la lucha. Tensiones en la
definición de los principios de legitimidad legítimos en el campo de
producción cultural. Barcelona, 2013**

Alejandro Gorr

alejandro.gorr@gmail.com

Universitat Autònoma de Barcelona



Esta obra está sujeta a la licencia de Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional Creative Commons. Para ver una copia de la licencia, visíten [http://creativecommons.org/licenses/by-nc-](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

[sa/4.0/](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).



Resumen

Hablar de estética y cultura, así como de su dimensión social, representa un verdadero desafío, particularmente considerando la complejidad característica de estas esferas, así como la envergadura del tratamiento ya concedido desde nuestra disciplina. El presente trabajo se caracterizó por indagar acerca de las tensiones en la definición de los principios de legitimidad legítimos, valga la redundancia, del arte y de la cultura, situándose fundamentalmente sobre el campo de producción cultural. Esta empresa ha implicado de forma central el abordaje de las dimensiones sociológicas del microcosmos cultural: sus tensiones constitutivas, sus condiciones de existencia relativamente autónoma, su complejo vínculo con la lógica de la administración y la gestión política y, a su vez, su relación con la lógica mediática. Con tal objetivo, el punto de partida y clave para el acceso se derivó de la selección del conflicto suscitado por la gestión del *Centre de Creativitat Arts Santa Mònica*. El centro se caracteriza por poseer una historia de vaivenes políticos, y ha sido el foco de cierta conflictividad a partir de la destitución de su anterior Director, Vicenç Altaió, y de su designio político por parte de la actual gestión del Departament de Cultura. Es menester aclarar que el ASM no se caracteriza particularmente por tener un peso decisivo en el escenario actual de la cultura catalana; sin embargo, la emergencia de determinados acontecimientos recientes en torno al centro ha puesto de relieve una serie de elementos significativos útiles para un análisis en profundidad de la estructura del campo. A partir de un exhaustivo análisis documental introductorio y de una aproximación etnográfica al centro, se efectuaron entrevistas a tres actores seleccionados *ad hoc* por su papel y posición en el microcosmos cultural: Vicenç Altaió, poeta y ex director del Arts Santa Mònica, Joan-Francesc Ainaud, actual Subdirector General de Creació i Industrias Culturals, y Joan Minguet, escritor y actual director de la Associació Catalana de Crítics d'Art. El análisis manifestó, a nivel inicial, la tensión estructural entre la “estética pura” y la “estética media”, o *midcult*, y la lucha entre las dos vías posibles de consagración en el campo: la legítima y la heterónoma. Expresó también la discutible autonomía del campo cultural, amenazada por las lógicas comercial, mediática y de la administración.

Palabras clave: estética, campo cultural, autonomía, administración, *midcult*.

Índice

1.Introducción.....	5
2.Discusión.....	7
3.Conclusiones.....	12
4.Bibliografía.....	14

1. Introducción

Hablar de estética y cultura, así como de su dimensión social, representa un verdadero desafío, en particular considerando la complejidad característica de estas esferas, así como la envergadura del tratamiento ya concedido desde nuestra disciplina; *nobleza obliga*. El presente trabajo nació de la voluntad de indagar acerca de las tensiones en la definición de los *principios de legitimidad legítimos*, valga la redundancia, del arte y de la cultura, situándonos fundamentalmente sobre el campo de producción cultural (Bourdieu, 2005).

En ese sentido, el punto de partida se derivó de la selección del conflicto suscitado por la gestión del *Centre de Creativitat Arts Santa Mònica*¹, como manifestación específica de una tensión propia del campo. El centro se caracteriza por poseer una historia de disputas políticas por su papel en el escenario cultural actual, y ha sido el foco de cierta conflictividad a partir de la reciente destitución de su anterior Director, Vicenç Altaió, y de su designio político por parte de la gestión actual del Departament de Cultura –el cual se ubica, paradójicamente, físicamente frente al ASM– cuya actual titularidad refiere a la investidura del Conseller Ferran Mascarell y al Director de Creació i Industries Culturals, Jordi Sellas. El ASM no se caracteriza, ni mucho menos, por tener un peso decisivo en el escenario actual de la cultura catalana; sin embargo, la emergencia de determinados acontecimientos recientes en torno al centro ha puesto de relieve una serie de elementos significativos útiles para el acceso a un análisis en profundidad de la estructura del campo. Entre tales acontecimientos se encuentra el anecdótico “*caso Ballbè*”², en el cual la presentadora mediática impulsó una supuesta fiesta de apertura del nuevo ciclo del centro denominada *marató de la creativitat*. El evento, caracterizado por la lógica del entretenimiento, fue ampliamente repudiado por un sector de la cultura, en una serie de tomas de posición que se condensaron en intervenciones públicas en artículos de *blogs*, redes sociales y la prensa: un ataque directo contra la presentadora y contra la gestión del Departament de Cultura cuestionados por promover la “banalización de la cultura”.

A partir de indagar sobre tales acontecimientos, el objetivo de la investigación se orientó a cartografiar las tensiones en torno a las definiciones en juego de estética, arte y cultura legítimas y, a través de estas posturas emergentes desde posiciones específicas en el campo, desentramar el estado y la estructura del mismo, así como sus condiciones de autonomía y su

¹Utilizaremos en adelante el acrónimo ASM para referirnos al Centre de la Creativitat Arts Santa Mònica.

²Refiriéndonos a Bibiana Ballbè, periodista, eventual asesora del ASM por designio de Jordi Sellas y actual presentadora del programa cultural *Caràcter*, vinculado también al centro.

vínculo con la lógica de la administración y con la lógica mediática. Como marco hipotético, se planteó en un principio la posible contraposición entre la “estética legítima” (Bourdieu, 2012) y una estética caracterizable como “estética media”, o *midcult* (MacDonald, 1966), así como la “cuestionable” autonomía del campo de la cultura (Adorno, 1989, Bourdieu, 1997), y que la lucha por la definición de la estética y la cultura legítima se trataría propiamente la lucha por el monopolio del poder de consagración y de dominio del campo cultural: la lucha por las “reglas” de estructuración del campo (Bourdieu, 2005).

En cuanto a la metodología escogida, la estrategia se caracterizó por la articulación dialógica entre elementos de corte teórico, los instrumentos de investigación utilizados y los datos empíricos. Es menester señalar de antemano las limitaciones del análisis: circunscrito al marco establecido por el proyecto que lo contiene, podemos afirmar que los resultados se presentan como una aproximación al campo cultural, máxime situándose sobre el acotado trabajo de campo realizado. En un primer momento y de forma exploratoria, se efectuó un análisis documental a partir de más de 30 materiales conformados por artículos, publicaciones, e intervenciones públicas en diferentes medios³ de actores relevantes en torno a temáticas y acontecimientos de considerada importancia. Esta fase resultó fundamental para una aproximación inicial al campo, y posteriormente jugó un papel necesario en el diseño de entrevistas. En paralelo, se realizó una aproximación etnográfica al ASM: sesiones de observación participante orientadas a analizar el actual uso del centro y contrastarlo con el viejo modelo, de cara al diseño de entrevistas. Finalmente, a partir de la información adquirida en un primer nivel y de su análisis, se diseñaron y efectuaron entrevistas sobre un muestreo selecto de tres agentes, seleccionados por su posición y su papel jugado en el microcosmos cultural: Joan-Francesc Ainaud, Vicenç Altaió, y Joan Minguet. Los tres personajes se caracterizan por su “dimensión pública” y por poseer un protagonismo relevante en el campo; su testimonio resultó una pieza fundamental en el análisis. Las entrevistas se condujeron a provocar el posicionamiento de tales actores alrededor de elementos “sensibles”, de conflicto, utilizando “recortes” discursivos de otros actores posicionados de forma antagónica.

³ Textos publicados en medios tales como La Vanguardia, El País, El Punt Avui, VilaWeb, ABC, Núvol Digital de Cultura, *blogs* personales de diversos actores, archivos audiovisuales del programa Caràcter, etcétera -la mayoría data del año 2013 y principios del 2014.

2. Discusión

Para aproximarnos al microcosmos cultural hemos utilizado el concepto de *campo* entendido como espacio de posibilidades, sistema de coordenadas común y estructura de relaciones objetivas (Bourdieu, 1997), que se expresa en la definición de las problemáticas, debates, antagonismos y tomas de posición en torno a los mismos. Históricamente, las esferas de producción cultural han conquistado su autonomía relativa a partir de la construcción de un mercado que le es propio, y de la acumulación de diversas formas de capital específico. En la construcción de autonomía de las diversas esferas de la cultura, en particular del arte, se gestaron dos lógicas contrapuestas: la *lógica de la producción restringida*, lógica anti-económica vinculada a la estética pura y al reconocimiento simbólico, y la *lógica de la gran producción*, vinculada al éxito comercial. En este sentido, se organizaron según el principio de diferenciación marcado por la distancia objetiva y subjetiva de las empresas de producción cultural respecto al mercado y a la demanda. Las estrategias de los productores se situaron históricamente entre dos límites: la subordinación total a la demanda y la independencia absoluta respecto al mercado y sus exigencias (Bourdieu, 2005).

De forma homóloga a las anteriores lógicas contrapuestas, en el campo de producción cultural se oponen las lógicas de la *estética pura* en contraposición a la *estética media*, o *midcult*, y la estética popular o de masas. La *estética pura*, de la alta cultura, se caracteriza por ser una forma de producción cultural restringida que, por ende, exige una fuerte autonomía del campo. Estética incestuosa, el arte por el arte es un arte para los artistas: a fin de participar en su saber y en su goce, el público debe alcanzar la misma aptitud que ellos para percibir y descifrar las características propiamente estilísticas, y debe cultivar la capacidad de apreciar las obras independientemente de su contenido y su función. Quienes lo logran exhiben, a través de su gusto desinteresado, su relación distante y distinguida de las necesidades económicas y materiales, con lo funcional (Bourdieu, 2012). Bajo el mandato del interés en el desinterés, la estética pura se caracteriza por el hábito de la ascesis cultural en oposición al interés “material” o “comercial”. Se trata de una estética que, en este caso, da juego a la intelectualidad, y al vanguardismo -estético, ético, político, etcétera- que también detenta el monopolio del criticismo legítimo. La estética “media” (Bourdieu, 2012) o *midcult* (MacDonal, 1966) responde a otra lógica: aquella de la *gran producción*, más “popular” y de consumo “masiva”, vinculada al “entretenimiento”. El *midcult* posee las cualidades esenciales de la industria cultural: se trata de una forma de producción cultural complaciente y destinada al consumo amplio, que posee a la popularidad y el éxito como patrón de medida; pero las

oculta tras la apariencia de cultura legítima, a modo de “distracción ilustrada”. Lo que hace peligroso el *midcult* para la “alta cultura” es su ambigüedad, ya que aparenta ser parte de la cultura pura, explotando elementos de ésta -como el vanguardismo-; el *midcult* se vincula a transformaciones en la estructura del campo de producción cultural las cuales se caracterizan por privilegiar la heteronomía y la irrupción de otras esferas tales como los *massmedia*.

La emergencia del conflicto alrededor del “caso Ballbè” generó la reacción manifiesta, a través de varios medios analizados, por parte de un sector de la *estética pura* contra la “banalización de la cultura” expresada en la *estética midcult*, como rechazo a la irrupción de la lógica comercial y mediática, así como a la racionalidad de la administración. Ballbè se trata de un personaje que se vincula con la cultura desde su trayectoria en los medios de comunicación masivos. Los ataques se dirigieron literalmente contra la “cultura del escaparate”, “de la frivolidad”, “del entretenimiento”, “de la riota”, todo esto vinculado al rechazo a la denominada “obsesión con las industrias culturales” de la “administración de gestores”. Los artistas de lo que podríamos denominar “viejas guardias”, consagrados legítimamente a través de la ascesis y el reconocimiento en el campo, reaccionaron a la iniciativa de Ballbè: el caso expresa también el rechazo de los actores de la *estética pura* hacia los agentes heterónomos que no han pagado debidamente el derecho de entrada, y que apuestan a una consagración *ilegítima* en términos de trayectoria, mediante la vigente *ley de Jdanov* (Bourdieu, 1997): cuanto más autónomo y más rico en capital específico es un productor cultural y más orientado esté hacia ese mercado restringido, más inclinado estará hacia la resistencia frente a la heteronomía; y por el contrario, cuanto más destine sus productos al mercado de la gran producción -como, en nuestro caso, los personajes formados en el periodismo, *management* y publicidad-, más tendencia mostrará a colaborar con los poderes exteriores -medios, administración, etcétera-, y a someterse a sus exigencias para imponerse en su campo. El rechazo a los actores heterónomos representa una toma de posición ortodoxa, vinculada a la amenaza que representan aquellos que buscan en otras esferas la consagración -inmediata, efímera- que no consiguen en el campo cultural.

La cultura *midcult* encontró también su expresión, a modo de “distracción ilustrada”, en el programa de divulgación cultural *Caràcter* de Bibiana Ballbè, articulado al proyecto del ASM. Bastó con situarse sobre el análisis del programa *Caràcter* para comprender la lógica *midcult* relacionada tanto con elementos de alta cultura, así como con la lógica comercial y mediática. Las entrevistas *light* de Ballbè se caracterizan por el entretenimiento y sensacionalismo, pero presumen pertenecer a la alta cultura -y estar *en onda* con el escenario- y encierran elementos

de ésta, explotando su producción -la difusión a través de una entrevista de la obra de Serra junto a Altaió en el pasado mes de marzo, por dar un ejemplo, lo exhibe de forma cabal.

Por otro lado, la actual administración cultural por parte del Departament de Cultura se caracteriza por el estrecho vínculo con la lógica del *marketing*, del *business*: el espíritu de emprendeduría comercial aplicado a la gestión de lo cultural. Se expresa desde los perfiles profesionales y académicos de los actuales dirigentes de la administración: Jordi Sellas, Director General de Creació i Industrias Culturals del Departament de Cultura, vinculado en su trayectoria con la dirección productos mediáticos como *Generació Digital* en Televisió de Catalunya, formado en *New Business and Digital Manager* en RBA Holding, emprendedor cultural, etcétera; el Subdirector General, Joan-Francesc Ainaud, formado también en instituciones como ESADE de la Universidad Ramón Llull, publicista, emprendedor de consultorías artísticas, etcétera. Son agentes que se encuentran edificando su trayectoria dentro del campo político, aunque también vinculados a los medios y a la empresa comercial, y ante todo formados en la lógica de la *business school*. Se trata de toda una suerte de *habitus* del management, que aparenta gozar de un *feedback* vital por parte de la configuración estructural de la administración, del campo político, etcétera. A partir del trabajo empírico, el discurso de la administración manifestó negartajantemente cualquier crítica que la acuse de mercantilización o banalización cultural, aunque la tendencia estructural que se presenta es la de absolutizar la racionalidad instrumental (Adorno, 1989) expresada en la lógica de *emprendeduría cultural*, propiamente comercial, y en jactarse de su eficiencia y potencia cuantificadora de lo cultural en la posesión de “*elementos medibles, parámetros medibles y con resultados tangibles*”, para una “*política cultural en mayúsculas*”. El Subdirector General Ainaud descalifica a las críticas de los sectores de la estética pura como marginales, prejuiciosas, *ad hominem* y políticamente interesadas.

Por otro lado, los actores de la *estética pura* estudiados toman posición contra la administración de la cultura o, con Adorno (1988), contra la *cultura administrada* por gestores. Vicenç Altaió -poeta, ideólogo y Director del Arts Santa Mònica hasta el 2013- se manifestó en contra de la “*obsesión con industrias culturales y el consumo*”, y la lógica de la administración “*degestores*”. Joan Minguet -escritor, Presidente del ACCA, crítico e historiador de arte- fue punta de lanza en la intervención pública desde la crítica al modelo actual de administración y de la “*banalización de la cultura*”, ésta vinculada a la lógica de producción economicista y mediática: ha escrito numerosos artículos en su *blog* personal, así como intervenciones esporádicas en diversos medios, las cuales tuvieron repercusión sobre el caso *Ballbè*. Minguet mostró manifestarse en contra al mandato de “*la modernización*,

talento e innovación” vinculados a “*los gestores*” y a “*los políticos*” -“*política de aparador*”, “*no contar con el sector*”, “*dirigismo*”-, denunciando el carácter comercial, cortoplacista y exitista de la racionalidad administrativa, de la economía y de la “*cultura twitter*”. Estos posicionamientos representan la sensibilidad de cierto sector del campo emplazado en términos de consagración legítima. Otro elemento a destacar es el diagnóstico que plantean los actores de la *estética pura* sobre elementos de actualidad, que van del catastrofismo a la revolución inminente: el profetismo de estos sectores se opone al optimismo “*desde la racionalidad y desde los datos*”, de los actores de la administración.

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Estética “pura” • Producción restringida • Vía de consagración “legítima” • Reconocimiento simbólico. | <ul style="list-style-type: none"> • Estética “media”, <i>midcult</i>. • Gran producción • Vía de consagración “ilegítima” • Notoriedad, éxito comercial, rentabilidad política. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Lógica de la cultura | <ul style="list-style-type: none"> • Racionalidad instrumental, administrativa |
| <ul style="list-style-type: none"> • Vanguardismo, intelectualidad y crítica cultural, actores autónomos. | <ul style="list-style-type: none"> • Productores <i>midcult</i>, gestores políticos y actores heterónomos (mediáticos, periodismo, publicidad, <i>management</i>). |
| <ul style="list-style-type: none"> • Del catastrofismo a la revolución. | <ul style="list-style-type: none"> • Optimismo. |

Cuadro 1. Resumen.

3. Conclusiones

A partir del análisis empírico realizado en torno a las tensiones en el campo, podemos ensayar una serie de interpretaciones. El conflicto en torno al caso *Ballbèy* el ASM puso de relieve, a nivel inicial, la tensión estructural entre la “estética pura” y la “estética media”, o *midcult*, y la lucha, *vía Ley de Djanov*, entre las dos vías posibles de consagración en el campo: la legítima y la heterónoma.

Por otro lado, estas tensiones se imbrican sustancialmente a la problemática en torno a la estructura del campo y sus condiciones (críticas) de autonomía, elementos que cobraron central importancia en el desarrollo del trabajo. En términos sociológicos, podemos afirmar que las esferas de la alta cultura ven amenazada su autonomía: a través del imperativo de rentabilidad económica y política, las lógicas instrumentales y comerciales, y la rentabilidad política, se imponen a las producciones culturales. La “*política cultural en mayúsculas*” que impulsa la administración, expresa en su conjunto el contenido de su propia lógica y su dialéctica con la producción cultural (Adorno, 1989): la racionalidad administrativa se caracteriza por la heteronomía y la cuantificación de lo cultural con arreglo a normas que no le son inherentes, sino desde una injerencia extrínseca. Asimismo, con Bourdieu (1997), si bien hace unas décadas el éxito comercial inmediato en el campo de la producción cultural resultaba sospechoso, cada vez más el mercado es reconocido como instancia legítima de legitimación. La situación del campo también coadyuva a la existencia de agentes heterónomos –como el caso de *Ballbèy*– que utilizan estratégicamente otras vías de consagración, todo lo cual significa otra “fisura interna” para la autonomía del campo cultural.

Las tensiones estudiadas nos recuerdan, con Adorno (1989), que las esferas de la alta cultura, de producción restringida, se caracterizan por una contradicción constitutiva: lo académico, lo artístico, lo científico, etcétera, existen *de facto* en tanto poseen autonomía; sin embargo, ésta es sólo posible por parte de la intervención externa. Las empresas que ofrecen alta cultura no existen sino por una intervención que garantice su autonomía, como podría ser la intervención del Estado, único medio capaz de asegurar la existencia de una cultura sin mercado por fuera de sus propios límites, escapando a la alternativa privada del mecenazgo. Mediante la avanzada de la lógica comercial garantizada por la administrativa, lo que está en juego es la producción cultural libre y también la crítica, ya que la censura se ejerce a través de los imperativos del éxito económico, imbricados a la rentabilidad política.

La lógica de la administración impulsada por la gestión política amenaza el *principio de dominación dominante* de la alta cultura: da una patada al tablero, privilegiando la lógica de legitimidad legítima comercial –expresada en la lógica mediática y el *midcult*– vinculada a la

rentabilidad política. Las tomas de posición –estéticas y políticas, individuales y colectivas- se estructuran en torno a la lucha por el *principio de dominación dominante*, tanto para su conservación como para su transformación (Bourdieu, 1997), y esto se expresa en la praxis y en los discursos de los diversos actores estudiados. El análisis empírico expresa una saturación discursiva en una marcada reacción por parte de los sectores de la *estética pura* contra el modelo de gestión cultural del Departament de Cultura y la avanzada comercial y mediática *midcult*. Para finalizar, es destacable la tendencial sumisión a los índices de consumo, audiencia y el “retorno” económico y político que se manifiesta en las altas esferas de producción cultural, incluso entre los editores de vanguardia y en las instituciones científicas, que se someten a hacer *marketing*; los efectos de heteronomía ponen en peligro las condiciones mismas de la producción de obras “puras” en el sentido de su autonomía, es decir, que se caractericen por el rechazo a la instrumentalidad comercial. Con todo, podemos afirmar que la irrupción del modelo de gestores de *business school* es a la lógica de la administración y al campo político, lo que la institucionalización de los *bestsellers* es a la cultura: procesos homólogos que responden a la progresiva absolutización del mercado como criterio de legitimación legítima de producción cultural.

4. Bibliografía

Adorno, T. W. (1989), "Cultura y administración", en *Sociológica*, Taurus, Madrid.

Bourdieu, P. (1997), *Sobre la televisión*, Anagrama, Barcelona.

(1997) "Para una ciencia de las obras", en *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*, Anagrama, Barcelona.

(1999) "Comprender", en *La miseria del mundo*, Akal, Madrid.

(2005) *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*, Anagrama, Barcelona.

(2012) *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*, Taurus, Madrid.

MacDonal, D. (1960) *Masscult and Midcult*, "Partisan Review", 4, 1960 (fragments). [Edición en español en AA.VV. (1969), *La industria de la cultura*, Alberto Corazón, Madrid.]

Taylor, S. J. y Bogdan, R. (1994) *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*, Paidós, Barcelona.