



“La obra de arte como mercancía en el mundo proustiano”

En el presente trabajo nos aproximaremos a la obra *En busca del tiempo perdido* de Marcel Proust. Como sabemos, el texto se destaca por ahondar en cuestiones filosóficas y estéticas, en particular a través del sutil análisis psicológico de sus personajes. Nos enfocaremos en la lectura del primer tomo *Por el camino de Swann*, intentaremos argumentar y ejemplificar lo planteado por Walter Benjamin en su ensayo "Para una imagen de Proust", en el cual iguala al esnob proustiano con el consumidor capitalista, relacionando tal comparación con la obra artística y su lugar dentro del mercado. A su vez, compararemos el análisis de la experiencia artística dentro de la modernidad, realizado por Benjamin, con algunas formas de consumo artístico contemporáneas.

Según Benjamin, Proust al examinar a la sociedad de su tiempo, reconoce a los burgueses como los nuevos poseedores del poder económico, y remarca su intento para integrarse a la aristocracia, que posee el prestigio social. En su estudio, propone que la obra proustiana puede ser entendida como una reconstrucción de la “fisiología de la cháchara”. Con esta expresión, el filósofo alemán hace referencia a la crítica social que aparece de forma no evidente dentro del libro, utilizando a la comicidad para parodiar la vida de la alta sociedad. También, a través de la imitación de la adulación y la curiosidad, actitudes recurrentes en sus integrantes, saca a la luz aquel aspecto escondido de la clase alta francesa. Esto se manifiesta en la obra proustiana con una inclinación detectivesca, entendiendo a los personajes analizados como delincuentes, distinguidos por ser una “camorra de consumidores”.

Siguiendo la interpretación de Benjamín, *En busca del tiempo perdido* es un examen de la alta sociedad francesa que logra desocultar aquello que constantemente se intenta esconder: la base material que sustenta dicha clase. Este mundo se caracteriza por encubrir “de forma elegante” todo lo que tiene que ver con la producción, al igual que lo hacen “los profesionales más perfectos del consumo” (Benjamin, 1970: 247). Proust nos muestra cómo dentro de los distintos ámbitos de la vida burguesa se presentan relaciones encubiertas de consumo y de dominación entre los personajes. Principalmente resalta la figura de los esnobs, entendiéndolos como aquellos que, deseosos de pertenecer a una élite, imitan las maneras y opiniones de quienes consideran distinguidos o de una clase social alta para aparentar ser igual que ellos, y al mismo tiempo tratan con desprecio a quienes consideran inferiores. En ellos se ven reflejadas las actitudes de un típico consumidor de la sociedad capitalista. Los burgueses pretenden ocultar su base material, es decir

ocultar de donde viene su dinero, ya que esto es lo que los distancia de la aristocracia: a diferencia de los nobles, no poseen su fortuna por herencia, por título o por prestigio, sino que lo consiguieron por sus habilidades comerciales. El aporte del trabajo es mostrar el modo específico de aproximación de los esnobs al arte. Para éstos, la obra artística no posee valor en sí misma sino que es un medio para intentar acceder a determinados círculos sociales, es decir se presenta un fetichismo referente al consumo de obras artísticas.

Por el camino de Swann presenta diversos personajes de los cuales, si se analizan sus comportamientos, se puede desocultar aquello que el autor deja implícito. Las figuras más paradigmáticas a través de las cuales Proust revela el esnobismo de la sociedad burguesa son la familia Verdurin y su clan. Los participantes de este grupo se caracterizan por ser burgueses rechazados por la aristocracia francesa, y por tal razón se oponen a todo lo que esté relacionado con ella. El motivo del odio de esa antipatía encubre el anhelo de participar en ese selecto mundo. Este deseo se expresa a través del intento de imponer una nueva norma de lo que es el arte, diferente al arte aristócrata. Ellos proponen una nueva cultura, un nuevo gusto artístico, presentándose como conocedores o expertos en ese ámbito. Los Verdurin invitan a las reuniones que realizan en su casa a artistas no reconocidos y los presentan como los más prestigiosos de su época, cuando en realidad no forman parte de la verdadera vida mundana. Dentro del grupo, se encuentra una variedad de personajes: un pintor, un poeta que se muestra a sí mismo como un gran intelectual, el doctor Cottard quien tiene actitudes ridículas que no serían aceptadas en la aristocracia, entre otros. Los Verdurin se caracterizan por ser muy celosos de sus fieles: les molesta que los miembros del clan se traten con otros círculos que no tengan contacto con ellos o que les escondan algún secreto. Por otro lado, disfrutaban de ostentar los regalos que sus amistades les hacen, no sólo para halagar a sus invitados, sino también como un trofeo de guerra, y así demostrar su superioridad frente a otros.

A pesar del odio que manifiestan hacia la aristocracia, los Verdurin aspiran pertenecer a una elite y por ello proponen una nueva norma estética, contrapuesta a la establecida. En su intento de hegemonía, presentan sus criterios sobre arte como superiores a los tradicionales y emplean los celos como estrategia de coerción para hacer que sus seguidores no participen de otros grupos ni aprecien otras expresiones artísticas. En el fondo el arte es empleado como una forma de posicionamiento social. Estos personajes exhiben rasgos característicos del consumidor de las sociedades capitalistas y, en su vinculación con el arte, las obras no son valoradas por sí mismas sino por el lugar que ocupan dentro de un mercado. Paralelamente, poseer conocimiento artístico proporciona poder económico y mejor status social, por tal

motivo se presenta una lucha de poder entre la aristocracia y la burguesía por ver cuál de los dos mundos determina qué es arte o no. En esta disputa se busca marcar tendencia, determinar la moda dentro del arte. Para obtener el reconocimiento tan anhelado se emplean varios recursos, como los salones donde se presentan las obras o las relaciones que se entablan con los artistas de éstas.

René Girard relaciona esta lucha por el reconocimiento con la dialéctica del amo y el esclavo hegeliana. El esnobismo y el fetichismo de las obras de arte, según el autor, se pueden entender como una relación triádica. Las relaciones sociales planteadas en el primer tomo de *En busca del tiempo perdido*, se basan en desear el deseo metafísico de otro, no se desea un objeto sino que se teme que el otro lo tenga y que uno no. Esta dialéctica del amo y el esclavo se hace evidente en la relación de competencia de los diferentes salones, por un lado el aristocrático Guermantes y por el otro el salón burgués de los Verdurin. Esta contienda se expresa en la lucha por el dominio de lo mundano, y sólo puede existir uno si existe el otro. Las acciones de los burgueses para diferenciarse de la aristocracia esconden el deseo de ser parte de ella. Es el intento de diferenciarse de un mundo que no los tienen en cuenta. Según Girard:

“Proust describe las nuevas formas de alineación que suceden de las formas anteriores, donde las necesidades ya están satisfechas y cuando las diferencias concretas dejan de dominar las relaciones de los hombres...”

El snob no desea nada concreto. El novelista se da cuenta de ello, y encuentra en los escalones de la vida individual y colectiva las oposiciones vacías y simétricas del snobismo.” (Girard, 1985: 201-202)

Dentro de este escenario, el arte deja de ser un objeto artístico con valor en sí mismo y se transforma en un bien de consumo, el cual evidencia el poder económico y social de sus poseedores. Quien determina qué es arte y qué no para el comercio es quien gana esta lucha. El esnobismo presenta varios rasgos del consumo capitalista, como la idea de moda o como el hecho de demostrar el poder de los personajes por medio de la posesión de bienes materiales, en este caso, en relación al arte. El snob no consume obras artísticas por el goce que le provocan, no desea el objeto sino que desea pertenecer a la clase de la que es excluido. De esta manera, Proust anticipa algunas de las prácticas que rigen en los circuitos artísticos del mundo capitalista contemporáneo.

Karl Marx en *El capital*, bajo el título “El carácter fetichista de la mercancía y su secreto”, sostiene que el valor de la mercancía no se relaciona con un carácter inherente al objeto, sino que manifiesta las relaciones de producción que se encuentran dentro de la sociedad. De la misma forma, como vimos en numerosos

casos de la novela proustiana, la admiración por las obras de arte no es por el carácter estético de las mismas, sino que debajo de ellas se esconde una lucha de poder. En esta lucha, que se da entre burgueses y aristócratas, lo que se disputa es quién posee la autoridad para determinar la norma de lo que es arte o lo que no lo es. Aquí el objeto artístico se utiliza como un elemento que denota poder, que permite ser superior a los demás. Por este motivo, el esnob siempre intenta estar actualizado sobre las diferentes corrientes artísticas, y sobre todo, las que están de moda en ese momento. La adquisición de obras de arte les permite aproximarse a ese estrato social del cual son excluidos.

La perspectiva del arte como objeto de consumo se contrapone con la concepción de Proust, quien propone una experiencia artística no alienada, en la cual la obra no posee un carácter sustancial sino que se va modificando constantemente. El receptor de la obra tiene un rol creador, es él quien le da sentido y por eso lo artístico del objeto va variando en distintos momentos. El destinatario se conecta con un hecho particular de su pasado provocando emociones inefables, imposibles de nombrar o describir. La experiencia estética nos permite explorar problemáticas metafísicas que se distancian de la razón científica, por lo que podemos hablar de una comunicación que solo se da a través del lenguaje artístico. La obra de arte es una especie de instrumento óptico que transforma el modo de ver el mundo del receptor.

A modo de conclusión, la consideración del arte como una mercancía nos lleva a reflexionar sobre las prácticas vinculadas a éste en el mundo capitalista actual. Las prácticas de consumo artístico de la sociedad contemporánea tienden a crear una relación alienada con la obra, lo cual lleva a preguntarnos: ¿Existe la posibilidad de una experiencia estética no cosificada dentro de tal contexto? Benjamin realiza un análisis de la experiencia dentro de la modernidad, donde el autor presenta su perspectiva frente al interrogante propuesto. El filósofo alemán entiende a la experiencia como aurática, la cual es considerada un proceso que requiere tomar una distancia y remontar a nuestras vivencias y sensaciones pasadas. En este tipo de experiencia, el objeto que tenemos en frente nos devuelve la mirada, y podemos percibir aquella huella que los hombres dejan en sus creaciones, tal huella es la presencia de una lejanía, de algo que está más allá de la cosa. El aura es el tiempo recobrado de manera fugaz al encontrarse con el objeto artístico, es la aureola de lo original, de lo único. Según Benjamin, este tipo de experiencia es aniquilada en la modernidad a partir de las nuevas experiencias de la multitud o de shock que se dan en la ciudad, la cual se caracteriza por un estado de alerta constante. La crisis de la experiencia conforma una nueva barbarie: la barbarie de vivir continuamente en el presente, donde lo único que se presenta es el shock y desaparece la experiencia

aurática. Sin embargo, en tal contexto se puede generar una nueva forma de sensibilidad, una nueva forma de hacer arte, donde ya la obra no es única y original sino que se reproduce indefinidamente.

Por último, nos gustaría destacar que Proust concibe a la realidad como frágil o no fija, donde los personajes no poseen una naturaleza o esencia firme sino que va variando. Por lo tanto, a pesar que en el primer tomo de la novela son descritos como esnobs que no llegan a vivir una verdadera experiencia estética, al avanzar la obra pueden ser que sí la experimenten. Por ejemplo, ya cercano al final, Verdurin se presenta como un reconocido crítico del arte moderno y la señora Verdurin se convierte en la princesa de Guermantes.

Bibliografía

- Proust, M., 2004, Obras Completas. Barcelona, Aguilar, Tomo I, Libro I, Por El camino de Swann.
- Benjamin, W., 1970, Sobre el programa de la filosofía venidera y otros ensayos. Caracas, Monte Ávila, "Para una imagen de Proust", pp. 239-251.
- Girard, R., 1985, Mentira romántica y verdad novelesca. Barcelona, Anagrama.
- Marx K., 1975, El capital. México, Siglo XXI, Tomo I, vol 1, "El carácter fetichista de la mercancía y su secreto", pp. 87-102.