

provocar una experiencia estética centrada sobre el lienzo mismo, es decir, sobre su propio modo de estar pensada y confeccionada. No nos hallamos ante la representación de nada, en línea con las pinturas centradas en la mimesis, sino en un cuadro que pretende centrar la atención exclusivamente sobre sí mismo (y sobre su significado teórico). Sobre el significante. Lo cual constituye una forma sofisticada de relacionarse con el arte que no deja de tener efectos sociológicos. Pues, dice Bourdieu, la apropiación de obras de arte es la forma más clara de adquirir capital simbólico en tanto que adquisición de símbolos de poder tales como la «distinción natural», la «autoridad» personal o la «cultura» (19). Actúa, por tanto, continúa, como una estrategia de distinción destinada a mostrar la excelencia de la propia persona a través del desinterés. Lo cual es palmario cuando en *Arte* Sergio dice –aunque no sea obviamente el caso– que está arruinado para luego aclarar que aunque, en términos absolutos, el cuadro sea caro, «en realidad» no lo es (20). Es decir, el valor del arte no es reductible a su precio. Por eso, igualmente, afirma desdeñar las posibles fluctuaciones futuras del cuadro que ha comprado o el hecho de que el cuadro de Marcos carezca de valor económico.

Algo que es propio, según Bourdieu, de la economía de los bienes simbólicos. En ella, se fomenta también la complicidad entre el campo cultural y los *habitus* adecuados. Marcos e Iván consideran que la compra realizada por Sergio carece de sentido, es un disparate. Marcos lo valora desde la lógica económica: «Un muchacho que no es millonario. Desahogado sí, confortablemente desahogado, pero sin más. Se ha gastado cinco millones en una tela blanca» (21). Pero desde el punto de vista implícito en la economía de los bienes simbólicos la ley del interés económico no es fundamental (22). La incompatibilidad entre los puntos de vista de Marcos y Sergio choca aquí frontalmente. Es más, la interpretación que hace Marcos de la compra del cuadro, la convierte casi en un desafío insultante. Lo cual es resultado del enfrentamiento entre distintos tipos de capital referida anteriormente. Dos concepciones distintas se enfrentan: «Por un lado, la independencia máxima respecto a la demanda del mercado y la exaltación de los valores del desinterés; por el otro, la dependencia directa, recompensada por el éxito inmediato respecto a la demanda burguesa» (23). Sergio ve la compra del cuadro desde la lógica interna al campo artístico. Marcos desde fuera de ella. Pero, además, Marcos, como hemos visto, la considera como un desequilibrio en el reparto de capital simbólico. El enfrentamiento está asegurado. Con todo, no hay que atribuir a los

agentes intenciones completamente conscientes –racionales– de destacar, ofender, conservar o adquirir poder, etc. Sus distintas interpretaciones nos llevan a la anunciada cuestión de la sinceridad en la compra y en la pugna.

Marcos interpreta la compra de Sergio desde un criterio utilitarista. «No puedo imaginar que seas sincero cuando dices que te gusta ese cuadro» (24), le espeta a Sergio. De nuevo, Bourdieu nos da la clave al explicar que, desde ese criterio, la conducta práctica de los agentes suele ser considerada como resultado de un cálculo racional cuyo fin último es obtener beneficios económicos y materiales (25). En nuestro caso, Marcos considera que Sergio –independientemente del grupo de los amigos– está intentando ascender de *status*. La conducta de Sergio le molesta porque le parece cínica³. Lo cual no es incompatible con sospechar que Sergio es la víctima del esnobismo o del embaucamiento.

Por el contrario, la obra de Bourdieu nos advierte del error de reducir a las reglas del campo económico los demás campos. Siguiendo la línea de Max Weber o de Émile Durkheim, constata la tendencia de los campos a entrar en procesos de diferenciación progresiva, con leyes autónomas. Lo cual en el campo artístico ha sido planteado por la teoría del arte por el arte. Ahora bien, cuando tal autonomización es asumida por los agentes –como es el caso de Sergio– se produce la ya citada coincidencia o complicidad entre las estructuras objetivas del campo y las estructuras subjetivas de los agentes. A este respecto Bourdieu introduce el concepto de *illusio*. No se trata de que los agentes, en este caso Sergio, actúen siguiendo premeditadas estrategias sino de que inmersos en el juego lo siguen fascinados. Las estructuras objetivas del juego les interesan verdaderamente y son asimiladas mentalmente a la perfección. «La *illusio* es el hecho de meterse dentro, de apostar por los envites de un juego concreto» (26). Por esa razón, Sergio justifica el alto precio del cuadro o se interesa, sinceramente, por las fases por las que ha transcurrido la obra del pintor.

El enfrentamiento sobre la sinceridad de la conducta de Sergio –sobre su *illusio* o su conducta flusa– se juega especialmente en dos terrenos. En primer lugar, sobre la cancha del lenguaje técnico –estereotipado a juicio de Marcos– que Sergio utiliza. Algunos de los mejores efectos cómicos de la obra se producen precisamente en la pugna entre el lenguaje exaltatorio manejado por Sergio, y el denigratorio manejado por

³ Los conceptos de cinismo y de *illusio* son conceptos enfrentados en Bourdieu.

Marcos. Inmerso en la *illusio*, Sergio usa una serie de términos que Marcos se niega a aceptar. No es de extrañar si, como dice Bourdieu, «todas las formas de expresión estereotipadas son programas de percepción y diferentes estrategias, más o menos ritualizadas, de la lucha simbólica diaria» (27). Así, por ejemplo, Sergio le pide a Marcos que contemple la delimitación interna que el cuadro tiene. Marcos usa un término corriente claramente denigratorio y pregunta si es un esparadrapo. Sergio, responde: «No, es una especie de papel Kraft... confeccionado por el artista» (28). Lo cual inmediatamente desencadena una discusión sobre los términos y el tono adecuado para referirse al autor de la obra. Como otras que hay sobre los términos «deconstrucción» o incluso «blanco». En segundo lugar, Sergio responde a los ataques de Marcos sobre la relevancia del cuadro apelando a su propia experiencia estética y a su dominio del arte contemporáneo donde Marcos no puede competir. Sergio, en efecto, apela a las reglas mismas del campo artístico. Usa varios argumentos: el cuadro tiene prestigio dentro del mundo del coleccionismo; el pintor es muy reputado, y –argumento que oficializa la obra como tal– el Museo Reina Sofía lo cuenta con otras tres obras suyas. Las replicas de Marcos juegan con la iconoclastia, y con un altivo desprecio sobre la cultura. Sergio, por su parte, responde con la negación de la competencia de Marcos para hablar sobre el tema apelando a otro aspecto al que Bourdieu ha concedido mucha importancia: el esfuerzo y el tiempo necesario para alcanzar tal competencia. Las valoraciones son obviamente muy distintas. Para Iván y Marcos, Sergio siempre ha sido una «rata de exposiciones» (29). Sergio, condescendentemente, disculpa los exabruptos de Marcos porque «no tiene la educación adecuada, es necesario un largo aprendizaje que él no posee» (30).

El desenlace de la obra confirma la hipótesis de Bourdieu del enfrentamiento entre las lógicas de los campos artístico y económico, así como la razón práctica que mueve a actuar a los agentes sociales. Sergio, para mostrar que para él es más importante el mantenimiento de la amistad que el cuadro, le lanza a Marcos un rotulador para que pinte sobre él. Marcos pinta un esquiador. Sin embargo, más tarde consiguen arreglar el cuadro ya que esa tinta era lavable. Cuando Marcos le pregunta si conocía ese detalle, Sergio miente y dice que no. Sergio ha triunfado: el desinterés que ha mostrado es una conducta que es recompensada dentro del campo de producción cultural. En este caso, supone el llevar al límite –en una especie de potlatch en cuanto desafío insuperable o, si se quiere, en una gran muestra ficticia de amistad– la suspensión de la ley del interés económico.

Citas:

1. REZA, Yasmina (1999), *Arte*, Barcelona, Anagrama, p. 16.
2. REZA, Y., *op. cit.* p. 20.
3. REZA, Y., *op. cit.* p. 62.
4. REZA, Y., *op. cit.* p. 73.
5. BOURDIEU, Pierre (1997), *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*, Barcelona, Anagrama, p. 140.
6. BOURDIEU, Pierre (1999), *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*, Madrid, Alkal, p. 66.
7. BOURDIEU, P., (1999), *op. cit.* p. 66.
8. REZA, Y., *op. cit.* p. 95.
9. REZA, Y., *op. cit.* p. 84.
10. BOURDIEU, P., (1997), *op. cit.* p. 28.
11. BOURDIEU, P., (1997), *op. cit.* p. 50.
12. BOURDIEU, P., (1997), *op. cit.* p. 84.
13. BOURDIEU, P., (1988), *Cosas dichas*, Barcelona, Gedisa.
14. REZA, Y., *op. cit.* p. 87.
15. REZA, Y., *op. cit.* p. 19.
16. BOURDIEU, Pierre (1988), *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus, p. 279.
17. REZA, Y., *op. cit.* p. 28.
18. REZA, Y., *op. cit.* p. 11.
19. BOURDIEU, P., (1988), *op. cit.* p. 281.
20. REZA, Y., *op. cit.* p. 30.
21. REZA, Y., *op. cit.* p. 19.
22. BOURDIEU, P., (1997), p. 155.
23. BOURDIEU, P., (1997), p. 66.
24. REZA, Y., *op. cit.* p. 75.
25. BOURDIEU, P., (1997), *op. cit.* p. 144.
26. BOURDIEU, P., (1997), *op. cit.* p. 142.
27. BOURDIEU, P., (1999), *op. cit.* p. 66.
28. REZA, Y., *op. cit.* p. 46.
29. REZA, Y., *op. cit.* p. 26.
30. REZA, Y., *op. cit.* p. 32.



Lilia y Alejo Carpentier (París, 1977)