

**La creación e interpretación en el arte.  
Dos conceptos para la producción cultural  
y el trabajo liberador**  
*The creation and interpretation in art:  
Two concepts for cultural production  
and the liberating work*

---

**Lorenzo Martínez\***

lmartinezunesr@hotmail.com

## **Resumen**

En este trabajo nos proponemos realizar una aproximación a dos constructos: producción cultural y trabajo liberador, desde la perspectiva de la creación y la interpretación del arte. De igual modo, se pretende contribuir con formas alternativas de concepción de la producción cultural. Finalmente, se trata de visualizar la relación entre el grado de bienestar material de la sociedad y las satisfacciones inmateriales que representa la creación artística, en el marco de un modelo de producción que implica la satisfacción de lo humano de manera integral. Lo que supone modificar la concepción de la producción cultural

---

\* Docente investigador de la Universidad Simón Rodríguez

como mercancía, y ubicarla en una nueva dimensión que le sirva al ser humano para satisfacer necesidades de orden espiritual.

**Palabras clave:** Producción cultural, trabajo liberador, creación, arte

## Abstract

In this paper we propose an approach to two constructs: cultural production and liberating work, from the perspective of the creation and interpretation of art. Similarly, we will contribute to design alternative forms of cultural production. Finally, try to visualize the relationship between the level of material welfare of society and intangible satisfactions representing artistic creation, as part of a production model that involves the human satisfaction holistically. What is changing the conception of cultural production as a commodity, and place it in a new dimension that will serve to meet the human needs of a spiritual

**Keywords:** Cultural production, liberating work, creation, art.

## Presentación

Las formas de crear e interpretar la realidad en el arte nos llevan a inferir la existencia de una relación entre el grado de bienestar material de la sociedad, y las satisfacciones inmateriales que representa la creación artística y el uso de la simbología como una actividad de representatividad de necesidades y convivencia del hombre. Es por ello que tratar el bien cultural como un producto mercantil pondría en peligro el objetivo y papel del arte en la sociedad, por cuanto lo sometería a las reglas del mercado y condicionaría a lo económico lato, al estudio de la evolución de las sociedades humanas a través de las formas económicas y no de las artísticas, al conocimiento mecanicista y reduccionista de la supraestructura en razón de bienes y productos de un modelo de sociedad consumista y dilapidadora<sup>1</sup>. Al estudio de una

---

<sup>1</sup> En el ámbito cultural, estos factores del mercado le dan una connotación comercial y de intercambio a los productos culturales y anulan su condición de bien cultural como

sociedad cuya formación estética del espectador estaría dada por la educación para el consumo en un mercado generador de capitales, acumulador, y no en un escenario de valores humanos. Todo esto llevaría al arte al ámbito de la reproductividad técnica, quitándole todo el sentido estético, simbólico y de valor sensible que él tiene.

Por tanto, la reproductividad técnica o la producción industrial de los bienes culturales revestiría de una posición ambigua al arte, corriendo el riesgo de convertirse en un proceso de producción de trabajo compositivo y de producción de objetos destinados a la simple contemplación desinteresada, perdiendo el vigor y la importancia que les da la sociedad, y como los explica Ignacio Ramonet. Los académicos de la escuela de Fráncfort coinciden en que esta producción serializada del arte sirve para estandarizar, para normalizar, para «transformar al individuo en masa». Es lo que Marcuse denominó *el hombre unidimensional*. Estos investigadores han experimentado el totalitarismo hitleriano, conocían intelectualmente el totalitarismo estalinista, pero también vivieron en Estados Unidos y conocieron la máquina publicitaria, por lo que han podido hablar del totalitarismo de la cultura de masas y cómo el bien cultural se convierte en una mercancía cultural que generaría contradicciones sociales<sup>2</sup> de orden

---

regulador del metabolismo social del hombre y su relación con la naturaleza, perdiendo su finalidad de dar satisfacción a necesidades espirituales del hombre. Asimismo, el consumo cultural, como lo señala García Canclini, sería un escenario aprovechado por quienes controlan el poder político y económico para manipular a las masas y alienarlas en la persecución de satisfacciones fútiles que las distraen de sus necesidades básicas. Dentro de este contexto, la producción y el consumo cultural se convierten en factores en los cuales predomina la técnica de producción y de persuasión, para orientar e inducir los hábitos de consumo cultural hacia objetos con características de mercancía, que despojan al bien cultural de sus componentes metafísicos como las ideas, valores y principios, y de su carácter simbólico; que conjugando los signos que denotan los objetos materiales a los cuales están vinculados y el símbolo como un aspecto inconsciente natural del sentimiento, devienen en nuevas realidades y nuevas prácticas de producción. Véase García Canclini, Néstor (ed.) (1993). *El consumo cultural en México*. México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1993.

<sup>2</sup> Molano, M. «Apariencia estética y reconciliación: Arte y política en Adorno». *Revista de Estudios Sociales*. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de los Andes. Bogotá, 2009, p. 83. Disponible en: <http://res.uniandes.edu.co/view.php/617/view.php>

económico, político, cultural y social donde lo importante es la obtención de rentabilidad, lo que llevaría a la producción en serie de determinados bienes culturales, convirtiéndose en producción de estereotipos donde los objetivos de orden empresarial privarían sobre las de orden artístico, desvirtuando así el papel y la importancia del arte.

En contraparte puede decirse que el arte, como expresión de sentimientos que producen emociones en el ser humano, utiliza la simbología como medio metafórico –en muchos de los casos– para expresar el significado de lo que su creador siente o percibe de la realidad. La incapacidad de interpretar la realidad de manera directa nos lleva a utilizar un lenguaje animado, cargado de sensibilidad y sentimientos, porque estamos tan imbuido en la aparente normalidad de nuestro mundo que apenas podemos darnos cuenta que están ocurriendo eventos inexplicables por una lógica común, por lo que recurrimos a los símbolos para expresar conscientemente nuestros pensamientos y emociones de una manera más pictórica y coloreada, permitiéndonos relacionar el mundo racional del hombre y el mundo de las emociones del mismo. Por ello, consideramos que la interpretación y la creación llevan consigo lo emocional y lo racional como factores determinantes para comprender la función del arte.

Por tanto, en esta investigación nos proponemos realizar una aproximación a dos constructos: producción cultural y trabajo liberador, desde la perspectiva de la creación y la interpretación del arte. De igual modo, pretendemos contribuir con formas alternativas de concepción de la producción cultural. Se trata de visualizar la relación entre el grado de bienestar material de la sociedad y las satisfacciones inmateriales que representa la creación artística, en el marco de un modelo de producción que implica la satisfacción de lo humano de manera integral. Lo que supone modificar la concepción de la producción cultural como mercancía, y ubicarla en una nueva dimensión que le sirva al ser humano para satisfacer necesidades de orden espiritual.

## 1. El producto cultural como expresión del trabajo liberador

Las concepciones sobre la creación, producción e interpretación del arte nos llevan a rescatar el concepto de trabajo liberador como mecanismo emergente para motivar en la vida comunitaria.

En atención a esto, una de las contradicciones concretas es la utilización del bien cultural como un medio para la reproducción y acumulación de capital y la consideración de la producción cultural como un mecanismo para el trabajo liberador, entendiendo que uno conlleva a un proceso de explotación y el otro a la autorrealización del ser humano, como dignificador de todos y elemento del desarrollo cultural, donde la satisfacción de las necesidades espirituales y simbólicas de las personas está sujeta a la producción de bienes y servicios, en una interrelación armónica del ser humano con su entorno. De allí que, además, se busque revertir la concepción del trabajo del hombre y la mujer como mercancía, expresada en el consumismo y en la necesidad creada de acumulación, por una concepción que parta de la creatividad y del talento natural como forma para vivir.

En este sentido, el arte como resultado de un proceso de creación<sup>3</sup> que implica la aplicación combinada de tiempo y recursos, se convierte en un ámbito

---

<sup>3</sup> Lo religioso y lo científico-psicoanalítico abordan el tema de la creación y la interpretación tomando como centro al hombre y en ambos casos se relaciona al hombre artista con el objeto que es la obra de arte, que es el escenario donde se concilia el principio de placer con el principio de realidad, ya que el artista, aunque no renuncia a la satisfacción de los instintos, consigue en la realización de la obra de arte el fin para adaptarse a la realidad, expresando su visión interior, su fondo espiritual consciente e inconsciente, así como el mundo que lo rodea. Por otra parte se agrega lo mitológico, imaginario donde el hombre ha relacionado los objetos del cielo, la Tierra y aspectos del mundo físico, con los dioses y diosas de sus culturas y con las obras de arte que los artistas han creado para darle expresión a esta visión, buscando la armonía y el orden en el universo. El hombre ha recurrido a las prácticas de la creación artística religiosa como mecanismo para la representación de imágenes que le den un imaginario e identidad de los dioses y para, una vez corporizada una imagen, tener un referente para la invocación, petición y protección. El imaginario del mito, plasmado en imagen de arte, contribuye a que el hombre establezca una barrera mental contra la acción adversaria y depredadora del

propicio para el constructo de trabajo liberador; donde adquiere un significado realmente pertinente, ya que es en éste donde el hombre expresa todas sus emociones y descarga todas sus energías, tanto físicas como intelectuales, para la realización de una obra con contenidos de valor simbólicos y significados ideológicos necesarios para el desarrollo del ser humano.

En el producto cultural, el concepto de trabajo no sólo se reivindica como una actividad necesaria para la vida, sino que además adquiere una connotación de orden político al ser adjetivado como liberador. Esta concepción del trabajo rompe con el paradigma de asumirse como un castigo y alcanza a posicionarse en la persona como parte del proceso de la vida misma, de su crecimiento y desarrollo, por cuanto el producto cultural, por un lado es producido mediante un proceso de creación con inspiración espontánea para expresar ideas y sentimientos, y por otro satisface las necesidades espirituales del hombre.

Desde esta perspectiva, el trabajo en el proceso y en el producto cultural se convierte en una acción liberadora en tanto y en cuanto da forma a un modo de relacionarnos en nuestro vivir y producir, generando valores reales de uso en los bienes y colocando a la fuerza creadora del trabajo como una condición esencial para la vida. Este marco moral que sustenta al trabajo liberador desde la perspectiva del proceso y el producto cultural, nos conduce necesariamente a revisar este concepto como una forma de comunicación de aspectos apócalas-contextuales, que pueden ser vistos desde la teoría crítica como mecanismos para la transformación.

En este sentido el concepto de producto cultural, desde los procesos productivos, se define como aquel fabricado por el hombre y que refleja y contiene una manifestación cultural de orden simbólico, con contenidos de valores identitarios que contextualizan las costumbres, valores y sentimientos del momento histórico en el cual se crean. A ese respecto, Luengo afirma

---

hombre por el hombre y contra la fuerza de la naturaleza. De esta manera el arte es creado e interpretado para darle carácter formal, canónico, a la relación social, cultural y religiosa entre los hombres.

que, «además de constituir un artefacto que es capaz de representar la vida social como objetos cognitivos, haciendo posible que éste no sólo signifique o construya los significados presentes en un contexto sociocultural determinado, sino, inclusive, dé a conocer dicho contexto de manera distinta, aportando nuevos sentidos»<sup>4</sup> para un imaginario cultural diverso, pero integral.

De esto se desprende que el proceso y el producto cultural representan un elemento de comunicación histórico-contextual que genera transformaciones y articula realidades de una época a otra, y que puede ser interpretado en función de los intereses de grupo, que revisten el proceso y el producto cultural de categorías ideológicas sectorizadas, que distorsionan las condiciones contextuales de la realidad, ubicando la necesidad económica por encima de la necesidad histórico-cultural del hombre; que visto desde el proceso productivo, constituiría un mecanismo de explotación de la fuerza de trabajo para producir productos culturales, a ofertarse en el mercado con mayor valor de cambio que de valor de uso y, desde el punto de vista del consumo, como un producto con características, y atributos para satisfacer necesidades de una sociedad de consumo.

Estas dos vertientes finalistas del producto cultural nos conducen a reflexionar sobre la importancia de la cual éste se encuentra revestido. Por una parte, se evidencia su carácter potenciador y el poder de simbolización de la realidad en pro del desarrollo humano de la sociedad; por la otra, se refleja el lado oscuro del poder explotador y mediatizador de producción y uso del mismo, que opaca pero no restringe su condición de actividad liberadora del ser humano.

En este sentido, la actividad de producción del producto cultural está llamada a reivindicar la función liberadora, por cuanto su doble condición de representación simbólica y condición material lo acredita como elemento susceptible de ser utilizado como instrumento ideologizador de la sociedad, dado que su poder de representación y comunicación se sincroniza para

---

<sup>4</sup> Luengo, M. (2008). «El producto cultural: claves epistemológicas para su estudio». En: *ZER*, Vol. 3, Nº 34, pp. 328-330.

transformar e influir en el cambio de costumbres y de valores fundamentales que atentan con la soberanía de los pueblos.

Desde el ámbito de la función representativa del producto cultural y su cualidad de permitir conservar la memoria histórica contextual mediante la incorporación simbólica de condiciones de valores y costumbres, se convierte en un mecanismo potencial e idóneo para la ideologización y reproducción de formas de dominación y explotación, apoyándose para ello en los mecanismos y estrategias comunicacionales que posicionan en el imaginario del ciudadano el consumo del producto cultural como un elemento homogeneizado en una sociedad estructurada para el consumo masivo.

El reconocimiento objetivo de esta característica en el producto cultural nos conduce a determinar que éste no tiene efectos neutros en la sociedad, sino que sus efectos están marcados por la generación de consecuencias modificadoras de los hábitos mentales del ser humano. Tal como lo expresa Manuel Espinoza cuando dice que: «por los efectos de la revolución tecnocientífica se están produciendo espectaculares transformaciones que afectan profundamente nuestras vidas, nuestro entorno físico inmediato y nuestro ambiente cultural, saturado de información transmitida por los cada vez mas sofisticados recursos tecnológicos de la comunicación»<sup>5</sup>.

En este sentido, el valor representativo del producto cultural se combina con el valor comunicativo para expresar de manera determinante el grado y nivel de influencia en las formas, métodos y modelos de relaciones de producción, que van más allá de las razones sociales de identificación y de expresiones autóctonas de los pueblos, asumiéndose hábitos mentales de orden civilizatorio, como el consumismo y la adopción de nuevas costumbres que traspasan las fronteras y límites culturales de comunidades, países y naciones. Comprender esto como un elemento alienante nos conduce a inferir que el producto cultural, visto desde el ámbito mercantilista, carece de neutralidad en su forma y contenido por cuanto su intencionalidad no está basada en la

---

<sup>5</sup> Espinoza, Manuel. «Hacia una cultura de la complejidad», *Puntal*, N° 5, Caracas, Fundación Polar, 1995, p. 16.

representación de los valores contextuales, sino que responde a intereses de orden comercial fomentados por la propaganda de la cultura, tal como lo explica Veblen cuando dice que ésta

consiste en gran parte en inculcar nuevos gustos o, más bien, una nueva tabla de conveniencias sociales, que han sido adaptados al esquema general de la vida de la clase superior bajo la guía de la formulación hecha por la clase ociosa de los principios de estatus y decoro pecuniario<sup>6</sup>.

## 2. El producto cultural como compromiso social

Desde esta perspectiva, el producto cultural no expresa la condición de compromiso social como una herramienta de comunicación de sentimientos, de emociones, de identidad, de relación con su entorno que denota una realidad, sino que responde a una condición de necesidades inducidas para satisfacer necesidades de estatus social, de *status quo*, donde el producto cultural pierde toda su esencia de estética de la manifestación cultural y se coloca en un nivel de impulsor del desarrollo económico unilateral, de interés de lucro y de ganancia como esencia de la producción cultural.

Es por ello que la producción cultural debe ser vista desde la figura del sujeto que la crea y no desde el objeto, centrando así su acción en el ser humano y no en el dominio de la técnica, dado que la invención y la creación traen consigo nuevas realidades y prácticas de producción que se expresan en la transformación y reinterpretación de la realidad social. Eso, porque se requiere en este campo de nuevas formas de percibir lo producido como parte de un estado de conciencia, lo que implica una postura no pasiva del ser humano ante esa realidad, donde la técnica material se impone como métodos y formas para la creación artística; donde predomina la eficacia de la producción cultural y el valor económico, el tener, es colocado por encima del valor espiritual de ser.

---

<sup>6</sup> Véase Veblen, Thorstein. *Teoría de la clase ociosa*. México, FCE, 1974, p. 351.

En este sentido, se señala que:

...la crisis de la cultura, el desencanto, la indiferencia, la pérdida del sentido, las salidas oportunistas al vacío del sujeto han convertido al mismo en un abstracto usuario, cliente o en caso clínico. Mecanismos de autoayuda, el culto al cuerpo, la cultura de pasarela emergen como prótesis, maneras de sensibilidad construidas en los imaginarios y estereotipos comerciales<sup>7</sup>.

Este dilema de «tener» y «ser» nos lleva a plantear una relación proporcional entre la satisfacción de necesidades de orden material con las de orden espiritual, de alcanzar la felicidad y el bienestar mediante el ejercicio de creación y de su necesidad de trascendencia. Es por ello que el producto cultural está llamado a ser el resultado de un trabajo liberador como forma de comunicación de aspectos apócales-contextuales, que pueden ser vistos desde la teoría crítica como mecanismo para la transformación de una sociedad enajenada y del fortalecimiento de tradiciones cooperativas, solidarias, de justicia y de igualdad. En este sentido, el producto cultural no puede ser visto de manera simplista, como el resultado de un proceso productivo para el consumo, sino como un modo de identificación y de relación con los demás, como una necesidad humana fundamental derivada del trabajo, que fortalezca al ser humano y lo dote de seguridad, de conocimientos para la vida y que le sirva como referencia básica para la articulación social.

Entender el proceso de producción cultural como una valoración determinante de la consecuencia del trabajo se podría comprender partiendo del hecho de que el hombre cuenta con el conocimiento y la facultad de la práctica para desarrollar cualquier actividad de creación, lo que lo diferencia de los animales en cuanto a la acción instintiva de estos últimos. De allí la importancia de identificar las diferentes dimensiones y sentidos del trabajo: por un lado, la dimensión social, lo ubica en el contexto de una actividad con recono-

---

<sup>7</sup> Niño G., Leomar. «María Zambrano. La insinuación del sujeto de pasión, como sujeto de experiencia. Apuntes para pensar la formación de la sensibilidad». *Ensayo y Error, Revista de Educación y Ciencias Sociales*, Año XIX, N° 39, 2010, p. 149.

cimiento por parte de la sociedad mediante una remuneración como un medio para vivir, desde la dimensión humana, el trabajo constituye un mecanismo de relación entre su dimensión productiva y la relacionada con la condición humana del hombre, por cuanto el trabajo debe estar relacionado con actividades propias de la existencia humana y de satisfacción de sus necesidades.

## **Al cierre**

Estas consideraciones colocan la actividad productiva de la cultura en una situación que la obliga a reivindicar la esencia de la acción de creación artística y producción cultural como una actividad laboral que se inserta dentro del contexto del trabajo liberador, por cuanto es en este ámbito donde las cosas materiales adquieren vida; es a través de éste que se objetiviza la creación del hombre, sus manifestaciones ideológicas, religiosas y existenciales. Esta relación antagónica entre el grado de bienestar material de la sociedad y las satisfacciones inmateriales está expresada en la producción cultural, dado que es un ámbito donde se amalgama la creación intelectual con la interpretación de esa tipología de creación, y se agrega valor tanto material como humano a lo producido y se convierte en una actividad metabólica de la sociedad que proporciona un significado a la vida y está intrínseco en el estado de aspiración del ser humano; en trascender la existencia individual hacia un estado de existencia en sociedad. Asimismo, el producto cultural en cualquiera de sus manifestaciones trata de representar la realidad del hombre, su integridad y su independencia

Por tanto, el objetivo de la producción cultural debe orientarse a lograr un equilibrio entre los procesos productivos y el acceso de la sociedad a los bienes culturales, así como alcanzar la máxima satisfacción de necesidades espirituales posible con los niveles de eficiencia y eficacia acordes con los recursos disponibles, donde prevalezca el establecimiento de nuevas relaciones de producción, distribución e intercambio de los bienes culturales. Sólo así se lograría quitar la connotación mercantil del producto cultural y transformarlo en un verdadero bien cultural.

Sin embargo, la dimensión ideológica del proceso de producción cultural también juega un papel relevante en el contexto de las relaciones productivas y creadoras del hombre, dado que nos permitiría equilibrar el objetivo económico del sistema social con el bienestar del ser humano. Su influencia en la consolidación de valores y en el afianzamiento de nuevos esquemas de comportamiento social que promuevan la convivencia social, exige que la conducción de los procesos que en ella se desarrollan no subestime esta dimensión. No es posible concebir en este marco, un proceso de producción cultural esencialmente de productividad económica. Este debe trascender de lo meramente económico, para convertirse en un agente de trascendencia social y vida equilibrada. Desde esta perspectiva ideológica, sus propósitos están asociados a fortalecer la soberanía cultural –fundamento esencial de la soberanía nacional–, privilegiar los valores identitarios, estimular el pensamiento colectivo, así como afianzar valores humanistas de solidaridad, igualdad y justicia en la sociedad.

Sólo mediante una adecuada combinación de su rol productivo y propósitos ideológicos, el proceso de producción cultural irrumpirá como factor determinante de la reconstrucción y equilibrio de la vida y el establecimiento de un orden social regido por el buen vivir.

## Referencias bibliográficas

- ESPINOZA, Manuel. «Hacia una cultura de la complejidad», *Puntal* N° 5, Caracas, Fundación Polar, 1995.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (ed). *El Consumo Cultural en México*. México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1993.
- MOLANO, M. «Apariencia estética y reconciliación: Arte y política en Adorno». *Revista de Estudios Sociales*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de los Andes. Bogotá, 2009. Disponible en: <http://res.uniandes.edu.co/view.php/617/view.php>
- NIÑO, Leomar; ZAMBRANO, María. «La insinuación del sujeto de pasión, como sujeto de experiencia. Apuntes para pensar la formación de la sensibilidad». *Ensayo y Error. Revista Educación y Ciencias Sociales*, N° 39, 2010, pp. 147-167.
- LOSA, Carmen. «Psicoanálisis, arte e interpretación». *Anuario de Psicología Clínica y de la Salud*, 2, 2006, pp. 57-64.
- LUENGO, M. «El producto cultural: claves epistemológicas para su estudio». En: *ZER*, Vol. 3, N° 34, 2008, pp. 328-330.
- SUNKEL, A. *El consumo cultural en América Latina*. Bogotá, Convenio Andrés Bello, 1999.
- VEBLEN, T. *Teoría de la clase ociosa*. México, FCE, 1974.