

*INVESTIGACIÓN INTERDISCIPLINAR EN FILOSOFÍA MORAL Y
POLÍTICA: RETÓRICA, PRÁCTICA Y EFECTOS / INTERDISCIPLINARY
RESEARCH IN MORAL AND POLITICAL PHILOSOPHY: RHETORIC,
PRACTICES AND EFFECTS*

ARTÍCULOS

**Economía simbólica, transmutación de los valores y ética del
reconocimiento en Boris Groys. Una contribución desde la
estética a la filosofía moral**

**Symbolic Economy, Transmutation of Values and Ethics of Recognition in Boris
Groys. A Contribution from Aesthetics to Moral Philosophy**

Alejandro Martín Navarro

Universidad de Sevilla

amnavarro@us.es

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-0416-6927>

Resumen: El presente artículo reflexiona sobre las implicaciones que tiene para la filosofía moral el concepto de “economía simbólica”. Las economías simbólicas, o economías de lo sacro, tal y como fueron analizadas por Malinowski y Marcel Mauss en los años veinte del pasado siglo, ponen en juego el valor interior de las cosas a la vez que el sentido de la identidad y el reconocimiento recíproco entre los miembros de una cultura. Mi pretensión es abordar dichas relaciones en el marco de las aportaciones de Boris Groys desde una filosofía del arte, los medios y los archivos culturales.

Palabras clave: reconocimiento; economía simbólica; innovación; cultura; Boris Groys.

Cómo citar este artículo / Citation: Martín Navarro, Alejandro (2025). Economía simbólica, transmutación de los valores y ética del reconocimiento en Boris Groys. Una contribución desde la estética a la filosofía moral. *Isegoría*, (73), 1750. <https://doi.org/10.3989/isegoria.2025.73.1750>

Abstract: This article reflects on the implications of the concept of ‘symbolic economy’ for moral philosophy. Symbolic economies, or economies of the sacred, as analysed by Malinowski and Marcel Mauss in the 1920s, bring into play the intrinsic value of things as well as the sense of identity and mutual recognition among members of a culture. My aim is to address these relationships within the framework of Boris Groys' contributions from a philosophy of art, media and cultural archives.

Keywords: Recognition; Symbolic Economy; Innovation; Culture; Boris Groys.

Recibido: 23/04/2025. *Aceptado:* 12/09/2025. *Publicado:* 14/01/2026

1. INTRODUCCIÓN

La obra teórica de Boris Groys (1947-) ha destacado, entre otros motivos, por la utilización de ciertos conceptos procedentes de la antropología cultural para la comprensión de la cultura de masas, muy especialmente de temas como el arte, la publicidad y la moda. No obstante, su aportación no ha sido lo suficientemente estudiada. De ahí que el presente artículo tenga como objetivo discutir el valor de algunos conceptos clave de su pensamiento, elaborados en diálogo con otros teóricos contemporáneos, para el campo de la filosofía moral. En concreto, quisiera trazar las relaciones conceptuales básicas entre “economía simbólica” (basada, no en un valor material, sino en la transmisión de un reconocimiento recíproco), “transmutación de los valores” (como estructura básica de la economía simbólica moderna) y las consecuencias éticas que dichas relaciones pueden tener en la comprensión de ciertos elementos clave de la sociedad contemporánea. Para ello, es necesario alguna aclaración terminológica previa.

El concepto de “economía simbólica” hace referencia al enfoque fenomenológico desarrollado por Boris Groys y que se diferencia del método genealógico propio de las filosofías de Nietzsche, Marx y Freud, con las que guarda, no obstante, obvias relaciones de parentesco. La sospecha no es aquí la crítica a lo dado, al modo de la tradición de la filosofía de la sospecha (Solórzano, 2015), sino el mecanismo de relación sujeto-medios en cuanto tal. Según este enfoque, el espectador contemporáneo establece una relación de sospecha con esa superficie mediática que son los objetos culturales, las imágenes virtuales y la realidad natural misma. El concepto de “transmutación de los valores”, por su parte, designa una interpretación del mecanismo de evolución de los archivos culturales, que vendría dada por la acción de lo “nuevo” entendido como transvaloración. Aclararé con más precisión ambos conceptos en las páginas siguientes. En todo caso, la relación entre ambos conceptos resulta enormemente fructífera para la comprensión de amplios campos de la vida social contemporánea que no han sido suficientemente explorados. Más bien, estas categorías suelen permanecer recluidas en el campo de la “estética” y la “teoría de medios”. Este artículo tiene como objetivo mitigar, en parte, esta limitación.

El concepto básico del que debemos partir es el de “economía simbólica”, idea que nos remite a Durkheim, quien fue capaz de describir las relaciones sociales de ciertas sociedades tradicionales desde el punto de vista de un intercambio simbólico del valor (*mana*, *wakan*) objetivado y manipulado en formas materiales (tótems). El intercambio establece un equilibrio entre los humanos, así como entre los humanos y los dioses (Warden, 1992, p. 56). En *Formas elementales de la vida religiosa*, el símbolo totémico se convierte en depositario de un poder de naturaleza espiritual, pero que se presenta al mismo tiempo como garantía de conservación de la vida (Durkheim, 1993, p. 338). Marcel Mauss, discípulo y sobrino de Durkheim, recoge estas ideas y, aprovechando los datos de Malinowski en las islas Trobriand, elabora una teoría sobre el don de la que beben autores tan dispersos como Levi-Strauss, Bataille y el propio Boris Groys. Mauss supo de la existencia de cierta institución propia de América del Norte que se conoce con el nombre de *potlatch*, una especie de ceremonia de reconocimiento recíproco en la que eran derrochadas enormes cantidades de bienes materiales en un acto puramente simbólico y sin aparente sentido material alguno. Antes de leer a Malinowski, Mauss conocía solamente esta institución del *potlatch* como un caso único y se había hecho a la idea de que aquí se ponía en juego solamente a dos actores individuales o grupales: uno que da y otro que recibe. En un plazo indeterminado pero ineludible, estos deberán intercambiar sus papeles. Sin embargo, después de leer a Malinowski, Mauss descubre el sistema del *kula*, propio de los habitantes de Trobriand, quienes surcaban el mar en un circuito incesante de regalos de collares y pulseras. En el *kula* está ausente el aspecto agonístico propio del *potlatch*, pero está presente el mismo derroche y el despilfarro. Malinowski describe la gran inversión en construcción de canoas, el derroche de tiempo y recursos que suponía para tales tribus una actividad meramente simbólica. A partir de estas constataciones, Mauss consideró que la estructura de ese fenómeno se repite, no solo en otras sociedades tradicionales, sino también en la moderna sociedad occidental. Para Mauss, *potlatch* y *kula* tienen una estructura común. En ambas ceremonias, los invitados se sacian de manjares, intercambian regalos, destruyen objetos valiosos en presencia del otro, como forma de mostrar superioridad y desprendimiento. Lo que interesa aquí es su aspecto aparentemente irracional, su carácter de espectáculo, el significado de una teatralidad que escenifica la cultura sobreponiéndose a la naturaleza, lo imaginario imponiéndose a las consideraciones del rendimiento material.

Pues bien: el sistema descrito se establece sobre la confianza en la obligación de devolver. Y esa obligación, por su parte, se basa en la idea de que la cosa regalada no es inerte, sino que contiene vida: *hau*.

Mientras que, en las sociedades capitalistas, la cosa está dotada de valor de cambio, en las sociedades tradicionales esa cosa recibe un valor simbólico como portadora de poder. Las instituciones del *potlatch* y el *kula*, que son ceremonias por motivos excepcionales donde se da intercambio de regalos, ponen de manifiesto la importancia del don en la vida social. De hecho, el valor de los objetos en el circuito de la economía simbólica se manifiesta más bien en su utilidad social (Warden, 1992, p. 54). Como ya viera Durkheim, Mauss reconoce la importancia del lazo simbólico como instrumento de cohesión de la sociedad y garantía de su existencia física:

“Todo don siempre es aceptado e incluso elogiado. Hay que apreciar en voz alta la comida que ha sido preparada para uno. Pero al aceptarla se sabe que se adquiere un compromiso. El don se recibe «sobre la espalda». Implica más que beneficiarse de una cosa y de una fiesta, se ha aceptado un desafío; y se lo ha podido aceptar porque se tiene la certeza de devolverlo, de demostrar que no se es desigual. Al enfrentarse de ese modo, los jefes llegan a ponerse en situaciones cómicas que, ciertamente, son sentidas como tales. Como en la antigua Galia o en Germania, así como en nuestros festines de estudiantes, soldados o campesinos, las personas se comprometen a ingerir grandes cantidades de alimentos, a «hacer honor» de una manera grotesca a aquel que las ha invitado. La persona queda comprometida incluso cuando no es más que el heredero de quien ha lanzado el desafío. Abstenerse de dar, así como abstenerse de recibir, significa rebajarse, al igual que abstenerse de devolver” (Mauss, 2009, pp. 162-163).

Con esto nos encontramos ante una evidente paradoja: el don es, aparentemente, voluntario, pero esconde una presión social oculta, una lógica interna de la ceremonia que la hace necesaria. Esta idea aparece magistralmente representada en *El gran moka de Ongka* (Nairn, 1974), que describe una ceremonia similar al *potlatch* en una tribu de Nueva Guinea. El documental muestra cómo se movilizan centenares de animales, vehículos y dólares australianos para devolver el regalo hecho por un gran hombre de un grupo rival. Todo el mundo trabaja para compensar “el don” bajo el peso de una coacción que no es material ni penal, sino moral: el miedo al deshonor. Se ve entonces el aspecto alienante que tiene toda institución cultural. Pero también su sentido: si no se devuelve el regalo, “todo está perdido”. Hay vergüenza. Y guerra. El intercambio simbólico solo es libre en la superficie. En la realidad se impone en tanto fuerza necesaria, como lo social durkheimiano o el curso del espíritu hegeliano: “el Espíritu absoluto usa en la misma medida, para su propio proceso interior, subfenoménico y submediático, tesis y antítesis, consentimiento y resistencia” (Groys, 2008b, 171). Quien no acepta la economía del don se entrega a una economía mucho más brutal: el rechazo social y la guerra. De hecho, el regalar es un sustituto de la guerra. La fuerza que está presente en la cosa regalada la llamará Mauss, tomando el término del lenguaje polinesio, *maná*. El alma del regalo (*hau*) quiere retornar al que regala. En definitiva, la cultura opera en el interior de las cosas. Es el valor interior de las cosas, que se oculta en la superficie, lo que constituye la médula de la cultura misma.

Desde el punto de vista de la interpretación filosófica tradicional del origen de lo social, la novedad del planteamiento de Mauss salta a la vista. La diferencia con Hobbes está clara: en Mauss, el don perpetúa la división, no subsume las partes en una unidad mayor, sino que las mantiene en armonía. El don es lo que han creado ciertas sociedades para protegerse del Leviatán: la sociedad pura frente al Estado. La diferencia con Hegel también es importante: tal y como se describe en la *Fenomenología del espíritu* (2010, pp. 266-271), una autoconciencia quiere el reconocimiento y, cuando lo obtiene, queda fijada la jerarquía: el señor, como aquel que es reconocido por el vasallo; el vasallo, como aquel que reconoce al señor. Si hay cambio en este esquema, se dará con el tiempo, con otros protagonistas, avanzada la historia. Sin embargo, en la economía simbólica del don, la jerarquía está siempre en movimiento.

2. ECONOMÍAS SIMBÓLICAS Y CULTURA DE MASAS

Con este preámbulo conceptual podemos abordar ya el tema de la economía simbólica en cuanto economía de la sospecha, tal y como ha sido expuesto por Boris Groys en sus obras de los años noventa del siglo XX, muy especialmente *Sobre lo nuevo* (2005), y de la primera década del siglo XXI, tales como *Bajo sospecha* (2008b) y *La razón al poder* (2011), que serán citadas en adelante en sus ediciones en castellano. Así, nos explica: “En el intercambio de dones se esconde, tras la ilusión de la voluntad libre, una obligación regulada por unas reglas no menos estrictas que las de la economía del dinero y el mercado, y

que es descrita por Mauss como una economía simbólica” (Groys, 2008b, 154). En las teorías modernas sobre el mercado, el individuo aparece como un ser egoísta que se guía por el cálculo coste-beneficio. La economía funcionaría por este esquema egoísta, por lo que “el romanticismo —incluido el romanticismo político— busca alternativas antiburguesas en el arte, en la religión y también en la milicia (...), para dar al hombre una oportunidad de actuar según sus principios e impulsos más interiores” (Groys, 2008b, 157).

Un ejemplo particularmente interesante de la realidad contemporánea de esta economía simbólica se manifiesta allí donde la sociedad se siente obligada, en forma de “tributo”, a reconocer a aquel individuo que ha realizado una acción noble, desinteresada, de autosacrificio. Ahí están, para más señas, el tributo a los héroes, a las víctimas del terrorismo, al soldado desconocido. También se manifiesta la realidad operante de la economía simbólica en las ofrendas religiosas, dones aparentemente desinteresados que esconden el deseo de trasladar al dios la “obligación” de devolver el favor. En tercer lugar, es también en la economía simbólica donde aparece la “personalidad”, la individualidad del hombre, pues es en la devolución donde se muestra el interior de aquel que recibe el don. Y esto tiene que ver también con la vergüenza y su papel en la vida social: a quien no devuelve el regalo “se le cae la cara de vergüenza”, es decir, la careta, la máscara, la persona, la personalidad. Por eso, la economía simbólica es una “economía total” en la que se constituye la sociedad misma y las relaciones entre la identidad y la alteridad.

El fenómeno del *potlatch* tiene, además, un claro componente competitivo (Mauss lo llamaba “agonístico”). Mientras mayor sea el sacrificio, mayor el rango social del sacrificador. De ahí toma su valor simbólico también el sacrificio de Cristo: el sacrificio de la propia vida es el mayor sacrificio; *ergo*, la humanidad está en deuda infinita con Dios, que se autosacrifica. Lo mismo ocurre en Sócrates: la comunidad filosófica está en deuda con él por su sacrificio y, en cierto modo, la historia del pensamiento occidental es la historia del pago de esta deuda. Ese es el motivo por el que Nietzsche intenta poner en cuestión el valor de dichos sacrificios: porque sabe que este punto es necesario para librarse de esa vieja deuda. Si los que se sacrifican (Cristo y Sócrates) no tenían interés en su propia vida, entonces el sacrificio no es real. Se trataría de una mera apariencia de sacrificio. Pero el superhombre repite el mismo esquema: Zarathustra tiene que sucumbir, declinar, para que la humanidad asuma una nueva deuda: la de estar a la altura de su intensidad vital: “Ser un asceta en la civilización cristiana, que valora el ascetismo, significa renunciar al ascetismo” (Groys, 2005, p. 173). La vida, tal y como Nietzsche la entiende, es el verdadero soporte oculto tras la superficie de los signos. Y, por eso, la filosofía de la sospecha nietzscheana ha estado tan vinculada con ciertos movimientos artísticos que tenían como objetivo la condonación de la deuda de la cultura occidental:

“No es casual que los escritos de Nietzsche hayan encabezado el *potlatch*, históricamente sin igual, de las vanguardias artísticas, en el que el premio más alto se lo lleva aquel que más renuncia: a la mimesis en el arte, a la metafísica en la filosofía, al sujeto en la literatura, etcétera. Toda la reducción operada por las vanguardias históricas no ha sido otra cosa más que un paroxismo del *potlatch*, en absoluto distinto de aquel que, una y otra vez, daba ocasión a los jefes de la tribu indo-americanos a destruir sin residuos todas sus riquezas” (Groys, 2008b, pp. 164-165).

Ese sacrificio ponía a los artistas, durante un tiempo, en la cabeza de la escena artística de su época. Por eso, a los artistas de vanguardia se les hizo —y se les sigue haciendo— el mismo reproche que Nietzsche hace a los cristianos: que, en realidad, no poseían aquello que parecían sacrificar (habilidad técnica, conocimiento de la tradición, etcétera).

“El viejo sacrificio, es verdad, resulta desvalorizado por la sospecha de si no será pura apariencia; pero su valor simbólico se transfiere al medio en el que ha tenido lugar la desvalorización de los viejos valores; por ejemplo, al medio de la vida, al medio del lenguaje o al medio de la escritura. Los valores simbólicos no resultan desvalorizados por la sospecha de simulación, sino que más bien son trasladados de sitio y repartidos de nuevo, de manera que pueda comenzar el nuevo ciclo de la economía simbólica de la sospecha. La sospecha general de una simulación, bajo la que la modernidad ha puesto todos los valores, no aboga la economía simbólica, sino que más bien la impulsa” (Groys, 2008b, p. 166).

El mecanismo simbólico descrito también se puede aplicar al fenómeno de la moda. La moda es, por un lado, el aspecto de la cultura que mejor representa la mecánica de lo nuevo. Pero también se puede

ver desde este punto de vista: la moda es lo que tiene *mana* y ese *mana* fluye en la economía simbólica, pasa de mano en mano, de objeto a objeto. La moda es la expresión más perfecta de la economía simbólica y del mecanismo de la cultura: lo valioso queda recogido en el objeto “de moda”, y cuando ese objeto deje de estar de moda, lo valioso, lo sagrado, lo cultural que representaba se conservará precisamente gracias al mecanismo innovador de la cultura. La moda actual tiene maná positivo; la de ayer, negativo, pero quizá la de anteayer, vuelve a tener maná positivo, porque “la moda (...) no es otra cosa más que una determinada forma de la economía del intercambio simbólico” (Groys, 2008b, p. 177).

3. LO NUEVO COMO MECANISMO DE TRANSVALORACIÓN

La economía de los dones es, según lo dicho hasta ahora, una economía simbólica en la que el “don” se constituye como factor de vínculo social. En los sistemas del *potlatch* y del *kula*, se reconoce al otro por medio de un flujo de regalos. Hay una fuerza interior (*hau*) que se transmite en las cosas regaladas (*taonga*). Pues bien: “lo nuevo” puede ser entendido precisamente como el elemento transmitido en los archivos culturales, como la fuerza mágica que se determina en ciertos objetos y que pretende erigirse en portadora de lo verdaderamente valioso y máximamente real. El archivo cultural introduce constantemente eso “nuevo” que había quedado eclipsado en el espacio profano y lo presenta como representante de ese espacio. Ahora bien, ¿qué es exactamente lo nuevo? Lo nuevo es la revalorización misma, el cambio en el valor conferido a las cosas. El valor estético de un objeto no estriba en una supuesta propiedad suya, sino en la posesión del valor mismo (Shelley, 2019, p. 11) pues siempre se define por un *plus* respecto a la inmediatez material de sus componentes (Buchanan, 2021, p. 47). Es decir, lo nuevo es el sujeto de la transmutación de los valores: “La innovación no opera con las cosas mismas, sino con las jerarquías culturales y de valores. La innovación no consiste en que comparezca algo que estaba escondido, sino en transmutar el valor de algo visto y conocido desde siempre” (Groys, 2005, p. 19). O también: “La lógica económica de la transmutación de los valores es la ley de la cultura en cuanto tal. La cultura es siempre una jerarquía de valores” (Groys, 2005, p. 50-51). Por eso, finalmente, lo nuevo es algo que se inventa en cada época. Ocurre aquí un fenómeno similar al que González Ferrín (2015, p. 84) describe cuando habla de la *narración retrospectiva*: leemos el pasado desde la actualidad de nuestra propia identidad imaginaria. Pero hacemos lo mismo en la dirección opuesta: lo nuevo es la forma como anticipamos en el presente, imaginariamente, la identidad del futuro.

“Lo antiguo hay que inventarlo de nuevo en cada época, y por eso todos los renacimientos han sido siempre, simultáneamente, grandes restauraciones. Lo nuevo es insoslayable, inevitable, irrenunciable. No hay ningún camino que nos saque de lo nuevo, porque esa ruptura es precisamente lo que esas reglas exigen. Y en este sentido, la exigencia de innovación es, si se quiere, la única realidad que la cultura expresa. Porque por realidad entendemos lo insoslayable, aquello de lo que no podemos disponer, lo irrenunciable (...) Lo que pone de manifiesto cuál es la realidad de nuestra cultura es, precisamente, la aspiración a lo nuevo, en cuanto se la libera de todas las motivaciones y justificaciones ideológicas y se elimina la distinción entre innovaciones verdaderas y auténticas e innovaciones falsas e inauténticas” (Groys, 2005, p. 17).

En la Antigüedad y en la Modernidad, se entiende que la verdad es algo eterno y fijo. Eso eterno y fijo puede estar en el pasado (como un tiempo perdido) o en el futuro (como una utopía). Pero la estructura es la misma. Marx (que ha leído a Morgan) ve el futuro con la forma de un pasado previo a la propiedad privada. Nietzsche ve el futuro con la forma de un pasado previo al resentimiento (lo griego arcaico). El archivo acoge lo que había sido desatendido por el propio archivo y, al hacerlo, lo hace *nuevo*. De ahí procede el brillo de lo nuevo: “es el brillo de la infinitud” (Groys, 2008b, p. 17). De este modo, el mecanismo de la economía cultural es el intercambio mismo que se produce entre el archivo de los valores culturales y el espacio profano exterior a ese archivo. El archivo contiene todo aquello que es importante para la cultura; en el exterior está lo irrelevante, lo profano. Pero esos archivos cambian constantemente: cosas que estaban dentro salen y cosas que estaban fuera entran. Se suele decir que en esos archivos está todo lo que es importante para la vida de los hombres. Pero los archivos siguen su propia lógica, una lógica que los lleva a incorporar todo aquello que aún no estaba incorporado en ellos. La realidad sería, en este esquema, lo que aún no se ha incorporado al archivo. El archivo tiene vocación de totalidad. Así, cuando una religión persigue en la vida real a los herejes, no tiene más remedio que

incorporar a su propio archivo las doctrinas de esos herejes. Los cuadros que están en un museo pueden estarlo porque representan cosas reales de una manera muy fiel, pero nadie se preocupa por las cosas reales que esos cuadros representan. Aquí encontramos el mismo descubrimiento que hizo Durkheim respecto a las religiones totémicas: el tótem es, en ellas, inmensamente más valioso que los animales y plantas que representan.

“Para el archivo, lo nuevo de una cosa cualquiera de la realidad no consiste solo en su otredad, sino sobre todo en su capacidad de representar, al menos durante un tiempo, el entero ámbito profano exterior al archivo, sugiriendo con ello que ha cumplido con aquella vocación de exhaustividad. No es todo el archivo el que representa la realidad, sino solo lo nuevo del archivo, y ello gracias a que lo nuevo conserva, durante cierto tiempo, el aura de caducidad que marca el destino de todo lo real” (Groys, 2005, p. 16).

Con esto, podemos concretar algunas características de “lo nuevo”: en primer lugar, lo nuevo no es simplemente lo otro, sino *lo otro valioso*. Una nueva interpretación —por ejemplo, de un texto religioso— cambia el valor de lo interpretado. El objeto es el mismo, pero la interpretación lo hace nuevo y lo convierte en culturalmente relevante. En segundo lugar, lo nuevo no tiene su origen en el mercado, pues el precio de una obra de arte depende de la presencia previa de esta en el archivo. Por tanto, el archivo es más original que el mercado. En tercer lugar, lo nuevo no es utópico. Lo utópico es la pretensión de un futuro conquistado, perfecto, eterno, estable. Pero lo nuevo requiere la ruptura de esa estabilidad.

En *El mundo de ayer*, Stefan Zweig se detiene a analizar un cambio de época que él mismo ha vivido y conoce bien, y que puede servirnos para ilustrar el mecanismo de lo nuevo en la historia cultural. Allí cuenta cómo, antes de la I Guerra Mundial, regía para los jóvenes el imperativo social de la madurez: estaba “de moda” parecer mayor. De ahí la vigencia de la barba y el estilo sobrio. Por el contrario, los años veinte experimentan un cambio bien conocido: hombres y mujeres —cuenta Stefan Zweig— se empezaron a esforzar por parecer jóvenes, atléticos, activos. Se puso de moda el pantalón corto, la vestimenta desinhibida, el *look* jovial. Esta oscilación se ha mantenido en las décadas posteriores hasta tal punto que alguien podría decir que la barba *hipster* recuerda enormemente a un *revival* del rostro masculino decimonónico y que, en la subcultura que representa, se da una originalidad “construida, la mayoría de las veces, con referentes que mantienen fuertes vínculos con el pasado” (Fernández Huerta, 2013, p. 185). Otro ejemplo lo podemos encontrar en Malevich, quien remite a la imaginería tradicional de los campesinos eslavos para elevarla a un nivel más alto: el de la abstracción. En ese proceso de reconfiguración de lo antiguo olvidado, en el que este aparece de pronto como “lo nuevo”, lo que se transmite es, como en los objetos religiosos de Durkheim y Mauss, el valor en sí mismo, lo “verdaderamente valioso”, esto es, lo sagrado. De ahí su vinculación con la tradición del hesicasmo y de la mística boehmiana (Ioffe, 2023, p. 11). A propósito de esto, Lenarduzzi recuerda la manera como Benjamin señaló la crisis del “aura” en la época de la reproductibilidad técnica, es decir, la crisis de aquello que confería existencia singular y sacralidad a la obra de arte. Pero esta crisis no procede únicamente de la técnica como tal, sino también de las propias vanguardias, empeñadas en subvertir el carácter sacro de la obra (Lenarduzzi, 2019, p. 91). Ahora bien, esa subversión da lugar a una nueva hierofanía: como reverso de la “pérdida de aura”, aparece la “iluminación profana” (Alsina, 2016, p. 372).

El propio Groys aplica esta idea al interpretar la constitución de la identidad rusa en una vuelta al cristianismo entendido, no como sistema de creencias, sino como “modo de vida pre-reflexivo y extra-histórico” (Groys, 2018, p. 29). En estos ejemplos, como en otros muchos, lo nuevo no es nunca un retorno, sino una revalorización que trastoca completamente el sentido y la presencia misma del objeto nuevo: “Lo nuevo funciona en la historia sobre todo como moda porque moda es el nombre que damos a la historicidad radical” (Groys, 2005, p. 62). Duchamp y Nietzsche son quienes más claramente vieron el mecanismo de la innovación. Para el primero, no existe nada más allá que la cosa existente revalorizada: el urinario que de pronto entra en el archivo cultural por obra de la transvaloración misma operada por medio del artista. En cuanto a Nietzsche —y de acuerdo con la apreciación de Hetzel— la creación de valores sería de naturaleza radicalmente individual, reprimida socialmente, siendo esta represión la que permite forjar la ilusión de los valores como algo eterno e inamovible (Hetzel, 2015). En cambio, para Groys, Nietzsche, que también es consciente del mecanismo, sí postula una realidad oculta estable (la voluntad de poder). Al hacerlo, no cree realizar la transmutación de determinados valores culturales, sino la transmutación “de todos los valores”. De hecho, fue Nietzsche quien llevó un paso más lejos el

problema de la interpretación, al considerar, no ya el significado de determinado texto, sino la forma en que la voluntad de poder —como único significado real— toma en un determinado texto (Gadamer, 1997, p. 130). Para Nietzsche, la transvaloración sería esencial, definitiva: todos los valores quedarían definitivamente transvalorados. Por eso es tan nietzscheana la manera como Scriabin concibió su *Mysterium*: una obra de arte total para ser escuchada a los pies del Himalaya justo antes del fin del mundo (Cf. Trifunovic, 2019). Solo es obra de arte total aquella que consume la historia. Para Duchamp, en cambio, la transvaloración es efímera, como la realidad misma que revaloriza.

Así pues, lo nuevo pasa a formar parte del archivo cultural y, en ese momento, hay una tensión entre la cultura y la profanidad. Esa tensión la encontramos ejemplificada en el *Cuadrado negro* (1915) de Malévich. Por un lado, remite a la tradición mística, neoplatónica, geométrica y cristiana: el vacío, el absoluto más allá del ser, la eternidad de la forma matemática. Por otro lado, mantiene el carácter propio de la producción en masa, de lo que “cualquiera puede hacer”, de lo profano. Como en los *ready-made* de Duchamp, también aquí se aprecia la tensión entre lo obvio y profano (un urinario) y lo oculto y cultural (el significado que se le supone). Otro caso de esta misma tensión aparece en Kandinsky. Por un lado, lo espiritual en el arte, accesible solo por la deconstrucción de las técnicas tradicionales; por otro lado, la obvia presencia de unos simples garabatos o dibujos infantiles. El archivo incorpora lo profano que había sido desatendido. Toma un elemento de lo profano que aparece como representativo de la profanidad y lo sacraliza. Lo que había quedado marginado, olvidado, apartado, es visto por el archivo, que quiere conservar la realidad entera. De hecho, vuelve sobre el pasado solo en la medida en que este corre el riesgo de perderse: “Solo si el pasado no se recoge, si el museo no protege el arte del pasado, tiene sentido —e incluso se convierte en una especie de obligación moral— permanecer fiel a lo antiguo, seguir las tradiciones y resistir la destructiva acción del tiempo.” (Groys, 2008a, p. 26). Entonces lo nuevo aparece como lo que por fin es visto. Lo nuevo opera como revelación, como hierofanía. Es lo oculto que se desvela —¿por fin?— en el archivo de la cultura. Así es como Freud o Nietzsche tomaron elementos de la alta cultura (las tragedias griegas) y trastocaron completamente su valor al instalarlas en el núcleo de la vida profana (la vitalidad dionisiaca, el complejo de Edipo). Así fue como estos elementos, arrinconados bajo el moho de los archivos culturales, adquirieron de pronto la categoría de novedad. También en el cristianismo encontramos este mecanismo en el modo como la cruz se convirtió, por obra de la transvaloración, en un símbolo enteramente nuevo. Nuestra cultura está atrapada en este círculo de autonegación y reinención: “La renuncia a la cultura, la destrucción de la cultura, la superación de la cultura —esos han sido los temas de siempre de la propia tradición cultural cristiana europea” (Groys, 2005, p. 167).

4. LO NUEVO, LA VANGUARDIA Y LA UTOPIA

En el caso del arte, la cuestión de lo nuevo parece especialmente relevante a partir de la vanguardia. Esta no pretendía solo destruir la tradición, sino que buscaba deliberadamente el advenimiento de un mundo completamente nuevo. Pero, para que tal cosa sea posible, hay que superar también el progreso y la innovación mismos: es necesario situarse en un lugar post-histórico, deconstruir todas las formas hasta alcanzar lo puro y, con eso, terminar la historia, la estética, el arte. Menéndez recuerda que la innovación, al congregarse, también segrega, puesto que, con la emergencia de una realidad nueva, aparecen quienes no se sienten incorporados a la misma (Menéndez Viso, 2013, p. 191). Lo nuevo inaugura un sentido de la identidad y, al mismo tiempo, de alteridad y de extrañamiento. Por eso, su aspiración final es siempre utópica: el cuadrado negro, la identidad absoluta en la que definitivamente se revela la unidad última de todas las cosas. Este es el motivo por el que la destrucción de los archivos culturales fue el punto de partida de la utopía vanguardista. Cuando Malevich pintó su *Cuadrado negro* “creyó que con ello había negado todos los valores tradicionales, y que detrás de todos ellos había aparecido en la superficie lo negro originario, que constituía la verdad acerca del mundo” (Groys, 2005, p. 168). La visión del cuadrado negro es la visión de lo a-objetual: su visión concluye la historia. En la estela romántica de Novalis, para que se revele lo absoluto (*Un-bedingt*) tienen que desaparecer las cosas (*Dinge*). Para que se desvele el espacio submediático, hay que retirar la superficie mediática. “La vanguardia rusa vio en esa situación histórica única [la Revolución de Octubre] no solo una indudable confirmación de sus construcciones teóricas e intuiciones artísticas, sino también una oportunidad única en su género de realizarlas totalmente en la práctica” (Groys, 2008c, p. 57). De ahí que el artista de vanguardia terminase

pensando en la necesidad de tomar el poder (y de ahí también la inmediata necesidad que sintió el sistema estaliniano de mantener a sus entusiastas artistas bajo control). Los vanguardistas rusos comienzan a pensar que “los artistas deben convertirse en los organizadores de la totalidad de la vida de la sociedad, hasta los más menudos detalles de la vida cotidiana, para darle al mundo una nueva forma artística” (Groys, 2008c, p. 65). Para Soloviov, por ejemplo, el artista debe mostrar las cosas como serán en su forma futura, en el fin de los tiempos.

La vanguardia repite el gesto cartesiano: pretende un comienzo absoluto, un estado adánico. Este es el motivo de que, en el caso de la vanguardia rusa, a partir de 1932 toda la actividad artística pasase directamente bajo el control del Comité Central del Partido. Los revolucionarios eran los poetas de la única obra de arte posible: el socialismo. Malévich representaría la pretensión pura de superación de toda forma como preámbulo de un nuevo orden: “La destrucción de las bases de lo antiguo y del objeto implicaba acabar con la antigua pintura en un acto similar al que realizaron los bolcheviques con la revolución” (Álvarez Riosalido, 2018, p. 57). La vanguardia aún era mesiánica: el pasado debía perecer para dar paso al futuro. En cambio, para el arte estalinista, ese futuro ya ha llegado y, por eso, se puede recoger el legado de todas las épocas. El pasado puede ser siempre reincorporado a formatos actuales, como ocurre hoy en las *performances* de Tanja Ostojic y Petr Pavlenskii (Glisic y Puric, 2019). Ahora, en el nuevo horizonte estalinista, la conservación de una tradición *transvalorada* forma parte de la construcción del “hombre nuevo” (González, 2016). No hay nada que superar, porque en un horizonte posthistórico ya todo se ha superado. “Por eso esa estética no necesita aspirar a la novedad formal: la novedad se la garantiza automáticamente la novedad total de su contenido” (Groys, 2008c, p. 106).

5. DE LA SOSPECHA AL RECONOCIMIENTO

Como hijos de la modernidad, nos encontramos arrojados en su cultura, rodeados por sus realidades objetivas: su arte, su ideología, sus normas. El espíritu de la cultura moderna es el espíritu de una sospecha absoluta que conduce a una transvaloración infinita. Todos los productos culturales revelan algo y, al mismo tiempo, aparecen como ocultación de una realidad más honda: justamente aquella que ellos invisibilizan. La misma sociedad se nos aparece como algo manipulador, como algo que no nos deja ver su fondo. Hasta la realidad se nos puede aparecer como un engaño: así es desde la caverna de Platón y Descartes hasta las distopías cinematográficas de las últimas décadas. La sospecha es lo que sostiene la cultura moderna, porque es el motor de los archivos culturales: “La misma sospecha mediático-ontológica que amenaza con socavar el archivo es la que, en último término, sostiene el archivo. Y dado que la sospecha mediático-ontológica es infinita (...) el medio que es la sospecha inaugura para el archivo una perspectiva temporal potencialmente infinita” (Groys, 2008b, p. 32). La modernidad, al crear la sospecha, le ha dado a la cultura un suelo mucho más estable que cualquier valor tradicional, porque la sospecha no puede ser detenida nunca. Siempre es posible imaginar algo oculto en lo ya contemplado. Si lo nuevo es lo oculto que se desvela y adquiere valor, la sospecha es lo que permite adivinar ese valor oculto. El valor no está en la cosa, sino en su interior, en el hecho de simbolizar la realidad completa. Cada discurso encubre algo: por tanto, es necesario eliminar el discurso, mostrar lo que encubre, para que se desvele la realidad, pero cuando esa realidad se desvele en un nuevo discurso, al cabo de un tiempo será objeto de una nueva sospecha de que también ese discurso encubre algo.

“Cada signo designa algo y remite a algo. Pero al mismo tiempo, cada signo esconde también algo (...) El signo tapa la visión del soporte del medio que soporta. Por eso, la verdad mediática del signo solo se muestra cuando ese signo es eliminado y retirado, posibilitando así la visión de la forma del soporte. Alcanzar la verdad mediática del signo significa suprimir ese signo, apartarlo, borrarlo -como si fuera suciedad- de la superficie mediática” (Groys, 2008b, p. 29).

Lo verdaderamente valioso siempre está por debajo de lo que vemos, entendemos, sabemos, leemos. Por eso Groys va a relacionar esto con las “economías de lo sacro” descritas al comienzo de este artículo: un tipo de economía similar a lo que él llama “economía mediática” en el sentido de que el valor de la cosa reside en su interior, está oculto bajo la superficie. El espacio submediático es el ámbito propio de la sospecha. Por ello, también lo es de la subjetividad, pues esta es siempre lo que suponemos oculto

bajo lo visible. Si el mundo es simple materia compacta, simple extensión, simple masa indiferente de átomos, entonces no hay nada debajo. Pero si la realidad es sospechosa, es porque presuponemos algo oculto, algo que nunca puede ser visto ni experimentado. Y eso es precisamente la subjetividad. Es lo que sospecho en la presencia del otro: su ser-sujeto. Yo mismo soy sospechoso: el psicoanálisis nos ha enseñado que el hombre también es para sí mismo una superficie mediática, detrás de la cual hay algo oculto. Lo mismo respecto al mundo: solo si supongo una subjetividad divina, puedo sentirme empujado a la acción política. Por el contrario, un mundo sin subjetividad es un mundo mecánico. Esta es la lección extraída por Benjamin, por Taubes, por Rosenzweig. Y, como tal, incriticable, únicamente cognoscible por la ciencia: ante tal mundo, la única actitud posible es el estoicismo.

La cultura de masas de la actualidad es una cultura de la sospecha generalizada. Las películas de Hollywood funcionan con ese esquema: todo es susceptible de esconder una “energía destructiva planificada” (Groys, 2008b, p. 41). Solo en un mundo sin subjetividad uno podría sentirse a salvo. El sujeto siempre es presentado como atemorizante. Esto es Sartre. Por eso, las fantasías apocalípticas tienen algo de tranquilizador: la imagen apacible de un universo sin subjetividad.

“El espectador del mundo no puede, así, conformarse con registrar los signos en la superficie del mundo: más bien, espera que el mundo le haga finalmente una confesión. Esa espera configura el interior del mundo como «sujeto». No se trata, pues, de que el mundo en su interior «realmente sea» un sujeto, sino simplemente de que nosotros sospechamos del mundo como solo sospechamos del sujeto” (Groys, 2008b, p. 69).

Por supuesto, la moderna tradición de la sospecha hunde sus raíces en la biografía de la filosofía occidental. Desde que Platón despertara la más radical sospecha en las profundidades de una vida cavernaria hasta que Kierkegaard (cuyos escritos, no por casualidad, ha editado Groys en alemán) fuera el primero en comprender el carácter sobrevenido de la sospecha, que siempre llega a nosotros como “temor y temblor”. Se dice que la duda “nos asalta” porque, fenomenológicamente hablando, es así. No somos sujetos de nuestra duda: somos su víctima. Marx, Freud, Nietzsche mantienen viva “la sospecha de que las cosas en su interior son distintas a como se nos muestran” (Groys, 2008b, p. 75). Solo las revoluciones sociales (Marx) o los sueños del inconsciente (Freud) o los genios excepcionales (Nietzsche) desvelan, ocasionalmente, como en hierofanías, el interior del mundo, confirmando la sospecha inicial. Heidegger radicaliza esta misma tradición con el concepto de “diferencia ontológica”: el ser no puede ser conocido objetivamente, sino que permanece oculto. Heidegger radicaliza la tradición, porque sospecha de la sospecha: la sospecha es pensada como un simple efecto (superficie mediática) de algo aún más profundo: el darse del ser. Es el ser mismo el que produce la diferencia ontológica.

Existe un acontecimiento que está especialmente relacionado con la sospecha: me refiero al fenómeno de la sinceridad. En Mauss, como vimos, la vergüenza es el miedo a que “se te caiga la cara”, es decir, a perder la personalidad, que se recibe de los otros (por ejemplo, al no devolver los regalos). Por eso la persona se asocia a la personalidad, es decir, a una cierta máscara con que nos tapamos, pero que también nos da un personaje, nos dice quién ser. La sociedad nos da el rol, nos presta la identidad. Por eso, la sospecha siempre actúa también en este ámbito, porque en el fondo somos conscientes de que todo el mundo está actuando. Por eso, la sospecha se calma, momentáneamente, en el fenómeno de la autenticidad: en momentos de expresividad emocional se rompe la máscara, se manifiesta aquella interioridad que intentábamos mantener oculta. En el *lapsus* también y en el lenguaje corporal. En alguna ocasión, Groys aplica la economía de la sospecha también al mundo mediático de las celebridades. Paradójicamente, la revelación del interior del personaje público restablece la confianza en el sistema, aunque ese interior sea malvado e incluso precisamente porque lo es:

“El arte contemporáneo expone cómo funciona toda nuestra cultura de las celebridades: a través de revelaciones calculadas y autorrevelaciones. Las celebridades (incluidos los políticos) se presentan al público contemporáneo como superficies diseñadas, a las que el público responde con sospecha y teorías conspirativas. Así, para que los políticos parezcan dignos de confianza, hay que crear un momento de revelación, una oportunidad para mirar a través de la superficie y decir: «Oh, este político es tan malo como siempre suponía que sería». Con esta revelación, se restaura la confianza en el sistema a través de un ritual de sacrificio simbólico y autosacrificio, estabilizando el sistema de celebridades al confirmar la sospecha a la que necesariamente ya está sometido.” (Groys, 2009, p. 6).

La sinceridad se explica en el funcionamiento del fenómeno de lo nuevo: lo nuevo no es una cosa más que se acumula sobre las antiguas, sino que se da en la medida en que se debilitan las antiguas, es decir, en la medida en que lo nuevo se muestra como la verdad que esas cosas antiguas ocultaban. Por eso, todas las expresiones violentas tienen como efecto la sinceridad: de hecho, solemos asociar la amabilidad con la ocultación, y la rudeza con la sinceridad. La sospecha siempre tiene esa cualidad negativa, cercana al miedo (temor y temblor), propia de la experiencia de lo sagrado: lo que se oculta es siempre un *mysterium tremendum*, algo terrible.

Un caso especialmente dramático y donde se manifiesta el carácter *moderno* de la tradición de la sospecha se da en los objetos técnicos. Los soportes mediáticos producidos artificialmente nos sugieren una subjetividad especialmente violenta. La subjetividad oculta en los medios puede ser leída también como siniestra en sentido freudiano, es decir, como aquello que, debiendo permanecer oculto, comparece, y eso ocurre especialmente en el caso de los dispositivos electrónicos (Apprich, 2018, p. 15). Detrás de las máquinas puede esconderse una subjetividad perversa: ordenadores que se hacen conscientes, pero también televisores que usan seres de otro mundo para asustarnos, artilugios poseídos por un espíritu perverso, muñecos que ocultan el alma de un asesino, robots que cobran consciencia: incluso la sociedad misma puede ser percibida como obra de un sujeto manipulador y controlador. Muy especialmente esto es así en la figura del *alien*: la superficie del cielo oculta seres inteligentes que desean nuestro planeta y planean nuestra destrucción. Pero la aparición de la violencia supone también calma: la sospecha es confirmada. Respiramos aliviados. Se termina el suspense. El cine de terror es consciente de este mecanismo y lo usa para sí: el miedo solo se mantiene *antes* de que aparezca el sujeto, sea este finalmente un asesino, un espíritu, un *alien*, la madre muerta de *Psicosis* o la mente enloquecida de los pájaros. Freud decía que “lo siniestro es lo que, debiendo permanecer oculto, se manifiesta”. Pero no es así exactamente: lo siniestro es lo que siempre *está a punto de manifestarse*.

Economía de lo nuevo y mecanismo de la sospecha conforman una estructura simbólica en la que, además de importantes fenómenos estéticos y de cultura popular, se clarifica el funcionamiento mismo de la cultura en cuanto sistema de reconocimiento recíproco. El reconocimiento es la forma en que se da la construcción de la identidad y el sentido de un valor interior. El sujeto, siempre objeto de sospecha, es el único que puede otorgar ese reconocimiento y, al mismo tiempo, su único obstáculo. Por eso Sartre consideró la vergüenza como la forma en que experimentamos la subjetividad del otro en su mirada. La vergüenza es una forma específica de miedo (al juicio negativo del otro). Lacan, como es sabido, lleva esto más allá de lo antropocéntrico: no necesito otro “hombre”. Puedo sentirme observado por cualquier cosa. Mientras haya luz, puedo “ser visto”. Estamos expuestos a la mirada. Y Derrida da un paso más allá: los medios “nos observan secretamente justo cuando nuestra propia mirada está presa de las imágenes que nos son presentadas por los mismos medios” (Groys, 2008b, p. 106). Las imágenes humanas en televisión son “espectros” ante los que nos sentimos observados y juzgados. De ahí tal vez la fuerza de la fotografía, del cine, de la pornografía, tiene que ver con este aspecto espectral: miramos la imagen porque nos sentimos mirados por ella. La imagen tiene tanta fuerza como la mirada. Por eso preferimos ver el mundo a través de la imagen: preferimos los espectros a los objetos.

6. CONCLUSIÓN

En las páginas precedentes he tratado de conducir una reflexión que —desde el pensamiento de Boris Groys y en diálogo con otros pensadores contemporáneos— ilumine algunos aspectos de la relación entre economía simbólica, transmutación de los valores y ciertos elementos de naturaleza moral, tales como la identidad, la sospecha, la moda y el reconocimiento. La tesis fundamental podría enunciarse de la siguiente manera: en las economías simbólicas opera un valor no material, que se considera interno a las cosas. Este valor es transportado de sujeto a sujeto a través de ciertos objetos simbólicos y, en esa acción, se objetiva culturalmente el reconocimiento recíproco. La cultura contemporánea puede describirse también como una economía simbólica en la que la sospecha cambia continuamente el valor de las cosas, lo que da lugar a los fenómenos de la innovación, el intercambio en los archivos culturales y la moda.

DECLARACIÓN DE CONFLICTO DE INTERESES

Los/as autores/as de este artículo declaran no tener conflictos de intereses financieros, profesionales o personales que pudieran haber influido de manera inapropiada en este trabajo.

DECLARACIÓN DE CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

Alejandro Martín Navarro: conceptualización, investigación, metodología, redacción – borrador original, redacción – revisión y edición.

BIBLIOGRAFÍA

- Alsina, Mercè (2016). El potencial utópico de la subjetividad en el período de la globalización neoliberal. Estrategias del video ensayo. *Revista de estudios globales y arte contemporáneo*, 4(1), 363-392. <https://doi.org/10.1344/regac2016.1.16>
- Álvarez Riosalido, Sergi (2018). En la desnudez de los desiertos. El camino hacia la no objetividad de Kazimir Malévich. *Matèria. Revista internacional d'Art*, (13), 51-66. <https://doi.org/10.1344/Materia2018.13.4>
- Apprich, Clemens (2018). Vom Wahn- und Wahrsprechen des technologisch Unbewussten. *Le foucauldien*, 4(1), 1-20. <https://www.genealogy-critique.net/article/id/7063/>
- Buchanan, Ian (2021). *Assemblage Theory and Method*. Bloomsbury.
- Durkheim, Emile (1993). *Formas elementales de la vida religiosa*. Alianza.
- Fernández Huerta, Christian (2013). ¿Qué fue lo Hipster? Una investigación sociológica. *Culturales*, 9 (17), 183-186. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-11912013000100008
- Gadamer, Hans Georg (1997). La hermenéutica de la sospecha. *Cuaderno gris*, 2, 127-136. <https://repositorio.uam.es/handle/10486/297>
- Glisic, Iva y Puric, Biljana (2019). Art as a Living Archive. *Third Text*, 33(2), 213-234. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09528822.2019.1607204>
- González, Pablo Alonso (2016). Communism and cultural heritage: the quest for continuity. *International Journal of Heritage Studies*, 22(9), 653-663. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13527258.2016.1184701>
- González Ferrín, Emilio (2015). La encrucijada del Islam (y la islamología). *Erebea. Revista de Humanidades y Ciencias Sociales*, (5), 71-88. <https://www.uhu.es/publicaciones/ojs/index.php/erebea/article/view/2686>
- Groys, Boris (2005). *Sobre lo nuevo. Ensayo de una economía cultural*. Pre-Textos.
- Groys, Boris (2008a). *Art Power*. The Mit Press.
- Groys, Boris (2008b). *Bajo sospecha. Una fenomenología de los medios*. Pre-Textos.
- Groys, Boris (2008c). *Obra de arte total Stalin*. Pre-Textos.
- Groys, Boris (2009). Self-Design and Aesthetic Responsibility. *E-Flux Journal*, 7, 1-7. <https://www.e-flux.com/journal/07/61386/self-design-and-aesthetic-responsibility>
- Groys, Boris (2011). *La razón al poder*. Pre-Textos.
- Groys, Boris (2018). *Die Erfindung Russlands*. München. Carl Hanser Verlag.
- Hegel, Georg Friedrich Wilhelm (2010). *Fenomenología del espíritu*. Abada.
- Hetzel, Andreas (2015). Wertschöpfung als kulturelle Praxis. Ein Beitrag Nietzsches zur Kulturphilosophie. *Nietzsche Studien*, 44(1), 88-97. <https://www.degruyterbrill.com/document/doi/10.1515/nietzstu-2015-0113/html>
- Ioffe, Dennis (2023). Avant-Garde versus Tradition, a Case Study – Archaic Ritual Imagery in Malevich: The Icons, the Radical Abstraction, and Byzantine Hesychasm. *Arts*, 12(10), 1-27. <https://www.mdpi.com/2076-0752/12/1/10>
- Lenarduzzi, Victor (2019). ¿El retorno del original? Aura, arte y reproductibilidad (de Benjamin a Groys). *Artilugio*, 5, 88-101. <https://doi.org/10.55443/artilugio.n5.2019.25320>
- Malévich, Kazimir (1915). *Cuadrado negro* [pintura]. Galería Tretyakov.
- Mauss, Marcel (2009). *Ensayo sobre el don*. Katz.
- Menéndez Viso, Armando (2013). Innovación y cultura: la medida social de la innovación. *Isegoría: Revista de Filosofía Moral y Política*, (48), 185-196. <https://doi.org/10.3989/isegoria.2013.048.10>

- Nairn, Charlie (1974). *Ongka's Big Moka* [Documental]. Ernest Vincze.
- Shelley, James (2019). The Default Theory of Aesthetic Value. *British Journal of Aesthetics*, 59(1), 1-12. <https://doi.org/10.1093/aesthj/ayy044>
- Solórzano, Gabriel Alexander (2015). La filosofía de la sospecha tecnológica y la nanotecnología. *Nuevo Derecho*, 11(17), 9-20. <https://doi.org/10.25057/2500672x.392>
- Trifunovic, Branislava (2019). Composer of the revolution: Scriabin's idea of the Mysterium – the total work of art. *Muzikologija*, (26), 161-181. <https://doi.org/10.2298/MUZ1926161T>
- Warden, Gregory (1992). Gift, Offering, and Reciprocity. *Expedition*, 34(1-2), 50-58. <https://www.penn.museum/sites/expedition/gift-offering-and-reciprocity/>