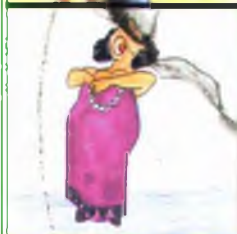


DOCUMENTACIÓN SOCIAL

REVISTA DE ESTUDIOS SOCIALES Y DE SOCIOLOGIA APLICADA



DOCUMENTACIÓN SOCIAL

REVISTA DE ESTUDIOS SOCIALES
Y DE SOCIOLOGÍA APLICADA

N.º 107

Abril-Junio 1997

Consejero Delegado:

Fernando Carrasco del Río

Director:

Francisco Salinas Ramos

Consejo de Redacción:

Javier Alonso
Enrique del Río
Carlos Giner
Miguel Roiz
José Sánchez Jiménez
Colectivo IOE
Teresa Zamanillo

EDITA
CÁRITAS ESPAÑOLA
San Bernardo, 99 bis, 7.º
28015 MADRID

CONDICIONES DE SUSCRIPCIÓN Y VENTA 1997

España: Suscripción a cuatro números: 3.700 ptas.
Precio de este número: 1.500 ptas.
Extranjero: Suscripción Europa: 5.900 ptas.
Número suelto a Europa: 2.000 ptas.
Suscripción América: 56 dólares.
Número suelto a América: 18 dólares.

(IVA incluido)

DOCUMENTACIÓN SOCIAL no se identifica necesariamente con los juicios expresados en los trabajos firmados.

ARTE Y SOCIEDAD

**DOCUMENTACION
SOCIAL**

REVISTA DE ESTUDIOS SOCIALES
Y DE SOCIOLOGIA APLICADA

ISSN: 0417-8106
Depósito legal: M. 4.389-1971

Gráficas Arias Montano, S. A. - Móstoles (Madrid)

Diseño de portada: *M.^a Jesús Sanguino Gutiérrez*

NOTA: El diseño de la portada del núm. 106 (enero-marzo 1997) también es de
M.^a Jesús Sanguino Gutiérrez.

SUMARIO

- 5 ● **Presentación.**
- 15 ● 1 **Sobre la consideración de las artes y el artista en el mundo renacentista.**
 José Ramón Paniagua Soto
- 31 ● 2 **El hecho artístico en su contexto histórico. Cartografía disciplinar de un nudo de relaciones.**
 Jaime Brihuela
- 53 ● 3 **Arte y Publicidad (Acotaciones a un matrimonio irreverente, pero eficaz).**
 Rodrigo González Martín
- 83 ● 4 **Exposiciones y público en el siglo XIX en España.**
 Jesús Gutiérrez Burón
- 95 ● 5 **El impacto de los nuevos medios en las formas de producción artística.**
 Ismael Casal Timón
- 111 ● 6 **La violencia en el arte de vanguardia: figuras del conflicto.**
 Eduardo Pérez Soler

- 127 ● 7 **El arte como fenómeno social.**
Carlos Giner de Grado
- 137 ● 8 **La crisis del arte: modernidad y posmodernidad.**
Salomé Ramírez
- 157 ● 9 **El arte y las personas sin hogar.**
Carmen Cortés Pizarro
- 173 ● 10 **Experiencias de expresión artística.**
Siro López
- 191 ● 11 **Bibliografía.**

Presentación

Cuando se planteó el hacer un número de la Revista DOCUMENTACIÓN SOCIAL sobre ARTE, no se tenía muy clara la relación que podía existir entre arte y sociología, quizá se pensaba que a las personas a las que iba dirigida la revista no estuvieran interesadas en los aspectos artísticos.

Ernst FISCHER, en su obra La necesidad del arte, plantea una cuestión de gran trascendencia: ¿el arte cumple una función concreta, es una actividad normal y necesaria en el hombre, o bien es algo completamente superfluo que desaparecerá en una etapa superior de la Humanidad?

Creemos, con el profesor Fischer, que «en el futuro, en una sociedad realmente libre y cuando hayan desaparecido los conflictos y las alienaciones a que está sometido el hombre de hoy, la función del arte no consistirá ni en la magia ni en la educación social, sino que será una actividad normal y creadora del hombre libre».

La obra de arte funciona como un poder social que crea dos grupos antagónicos. A unos les gusta, a otros no; a unos les gusta menos, a otros más. No se trata de que a la mayoría del público no le guste la obra joven y a la mayoría sí. Lo que sucede es que la mayoría no la entiende. A juicio de ORTEGA Y GASSET, lo característico del arte nuevo «desde el punto de vista sociológico», es que divide al público en dos clases de hombres: los que lo entienden y los que no lo entienden.

A la gente le gusta un drama cuando ha conseguido interesarse en los destinos humanos que le son propuestos. Y dice que una obra es buena cuando consigue producir la cantidad de ilusión necesaria para que los personajes imaginarios valgan como personas vivas. La mayoría de la gente llamará arte al conjunto de medios por los cuales les es proporcionado ese contacto con cosas humanas interesantes.

El arte ha de ser todo plena claridad, porque es reflejo de la vida, es la naturaleza vista a través de un temperamento, es la segmentación de lo humano. No puede consistir el arte en el contagio psíquico, porque éste es un fenómeno inconsciente, pues en arte es nula toda repetición. Por ejemplo, José ORTEGA Y GASSET nos ofrece la siguiente descripción: «Un hombre ilustre agoniza. Su mujer está junto al lecho. Un médico cuenta las pulsaciones del moribundo. En el fondo de la habitación hay otras dos personas: un periodista que asiste a la escena obitual por razón de su oficio y un pintor que el azar ha conducido allí. Esposa, médico, periodista y pintor presencian un mismo hecho. Sin embargo, este único y mismo hecho —la agonía de un hombre— se ofrece a cada uno de ellos con aspecto distinto. Tan distintos son estos aspectos, que apenas si tienen un núcleo común. La diferencia entre lo que es para la mujer transida de dolor y para el pintor que, impasible, mira la escena, es tanta, que casi fuera más exacto decir: la esposa y el pintor presencian dos hechos completamente distintos. Resulta, pues, que una misma realidad se quiebra en muchas realidades divergentes cuando es mirada desde puntos de vista distintos.»

El medio más claro de diferenciar los puntos de vista de esas cuatro personas que asisten a la escena mortal consiste en medir una de sus dimensiones: la distancia espiritual en que cada uno se halla del hecho común, de la agonía. En la mujer del moribundo esta distancia es mínima, tanto que casi no existe; la mujer, pues, no asiste a la escena, sino que está dentro de ella; no la contempla, sino que la vive. El médico se encuentra ya más alejado. Para él se trata de un caso profesional. Al situarnos ahora en el punto de vista del reportero, advertimos que nos hemos alejado enormemente de aquella dolorosa realidad. Tanto nos hemos alejado, que hemos perdido con el hecho todo contacto sentimental. El periodista está allí como el médico, obligado por su profesión, no por espontáneo y humano impulso. Pero mientras la profesión del médico le obliga a intervenir en el suceso, la del periodista le obliga precisamente a no intervenir: debe limitarse a ver. Por último, el pintor, indiferente, no hace otra cosa que poner ojos de coulisse. Le trae sin cuidado cuanto pasa allí; está, como suele decirse, a cien mil leguas del suceso. Su actitud es puramente contemplativa y aún cabe decir que no lo contempla en su integridad; el doloroso sentido interno del hecho queda fuera de su percepción. Sólo atiende a lo exterior, a las luces y a las sombras, a los valores cromáticos. En el pintor hemos llegado al máximo de distancia y al minimum de

intervención sentimental” (Cf. La deshumanización del arte y otros ensayos de estética, págs. 57-59).

René HUYGHE, en la obra *El arte y el hombre*, dice que «El arte es una función esencial del hombre, indispensable tanto al individuo como a las sociedades, y que se ha impuesto a ellos como un anhelo desde los orígenes prehistóricos. El arte y el hombre son indisociables. No hay arte sin hombre, pero quizá tampoco hombre sin arte».

Por otro lado, Vicente AGUILERA CERNI, en su obra *El arte impugnado*, nos dice que aunque sea a fuerza de golpes, cada día ha de cobrar mayores vuelos la convicción de que el arte es un fenómeno de la vida, una emanación, un «además» sometido al hombre que lo produce, el cual también está condicionado por la verticalidad de su herencia histórica y la horizontal de su contorno social.

Se habla mucho de la abstracción en el arte de hoy y de su iconoclasia. En realidad el «culto de la imagen» no ha estado nunca tan vivo como hoy. Hoy el hombre vive envuelto en un continuo fluir de figuraciones que se le plantan delante en cualquier esquina, que se le echan encima desde cualquier pantalla de cine o televisión. A propósito de esto, recuérdese también que es principalmente a través de las ilustraciones como se «habla» hoy al público. Los textos, las más de las veces, no sirven más que de relleno (ej. los semanarios).

Se puede afirmar que una de las finalidades principales del arte es la comunicación. Hay una relación íntima e indiscutible entre la situación artística y la situación social. El arte constituye el único o por lo menos uno de los primerísimos elementos capaces de informarnos sobre las situaciones sociales de las más antiguas comunidades humanas.

Está claro que la necesidad del arte no es un producto de las condiciones económicas. Pero tampoco es la economía la que produce la necesidad de alimentarse. Al contrario, es la necesidad de alimento y de color lo que crea la economía. Sería infantil creer que cada clase puede producir por sí misma su propio arte. En general, la creación artística humana es una tarea hereditaria, continua. Cada nueva clase de ascenso se apoya sobre los hombros de la anterior. A propósito de esto dice León TROSKI, en su obra *Sobre arte y cultura*, que: «El arte no puede salvarse solo. Perecerá inevitablemente, como pereció el arte griego bajo las ruinas de la sociedad esclavista, si la sociedad contemporánea no logra transformarse.»

El arte nunca se limita a una mera descripción de la realidad. Es necesario para que el hombre pueda conocer y cambiar el mundo.

En una sociedad decadente, el arte, si es verdadero, debe reflejar la decadencia. Si no quiere perder la fe en su función social el arte debe mostrar el mundo como algo que se puede modificar. Y debe contribuir a modificarlo.

El problema no es limitar el arte al horizonte actual de las grandes masas, sino extender el horizonte de las masas tanto como es posible, nos dice Arnold HAUSER en su obra Historia social de la literatura y el arte. El camino para llegar a una verdadera apreciación del arte pasa a través de la educación.

Nunca será posible para todos disfrutarlo y apreciarlo en igual medida, pero la participación de las grandes masas puede ser en él aumentada y profundizada.

Ya hemos dicho a lo largo de esta presentación que el arte recorre todas las actividades de la vida, pero aquí no hemos podido (obviamente) recogerlas todas. Estamos pensando ahora en la música, el cine, etc. No obstante, creemos que con lo que aparece en el libro tendremos suficiente para hacernos una idea de lo que el arte ha sido y es y representa en nuestra sociedad.

«El arte no desaparecerá mientras no desaparezca la Humanidad», por ello importa mucho profundizar en lo que es el arte, su naturaleza, sus raíces profundas. De la pluma de HERBERT READ, vamos a ahondar algo más sobre el arte y sociedad.

«La naturaleza esencial del arte no reside ni en la producción para satisfacer unas necesidades prácticas, ni en la expresión de unas ideas religiosas o filosóficas, sino en la capacidad del artista de crear un mundo sintetizado y consciente de sí mismo, el cual no es ni el mundo de los deseos y necesidades prácticos, ni el de los sueños y fantasía, sino un mundo compuesto de estas contradicciones, es decir, una representación convincente de la totalidad de la experiencia, una manera, pues, de afrontar la percepción que el individuo tiene de algún aspecto de la verdad universal. Se ha puesto de moda definir el arte como una actividad dialéctica; tal definición contrapone una tesis, la razón, con su antítesis, la imaginación, y desarrolla una nueva unidad o síntesis donde se reconcilian las contradicciones.

El arte es una actividad autónoma, influenciada como todas nuestras actividades por las condiciones materiales de existencia, pero que, como modo de conocimiento, es a la vez su propia realidad y su propio fin. El arte se encuentra necesariamente en relación con la política, la religión y todos los demás modos de reaccionar ante nuestro destino humano. Pero como forma de reacción es distinto, y contribuye con pleno derecho al proceso de integración que conocemos con el nombre de civilización o cultura.

La práctica y disfrute del arte son fenómenos individuales; el arte nace como una actividad solitaria, y sólo en la medida que la sociedad reconoce y absorbe estas unidades de la experiencia, el arte se incorpora a la fábrica social. Los elementos integrantes del «modelo de la cultura» son expresión de la actividad extraordinaria de unos pocos individuos, a pesar de todo lo general que pueda ser el modelo; y el valor de éste dependerá de la exactitud con que se ajuste la relación entre el artista y la sociedad. El arte es fundamentalmente una fuerza instintiva, y los instintos pueden retrotraerse dentro de la concha del inconsciente si se les trata de un modo demasiado consciente. El arte sólo puede desarrollarse dentro de un clima favorable de facilidades sociales y de aspiraciones culturales; pero el arte no es algo que pueda imponerse a una cultura, como un certificado de crédito. En realidad es como una chispa que salta, en el momento oportuno, entre dos polos opuestos, uno de los cuales es el individuo y el otro la sociedad. La expresión individual es un símbolo o mito socialmente válido.

En la Historia encontramos suficientes pruebas para admitir el carácter dialéctico del arte. No es un producto secundario del desarrollo social, sino uno de los elementos originales que entran en la formación de una sociedad. La cultura es diversa, y esta diversidad resulta no solamente de la facilidad con que las sociedades elaboran o rechazan posibles aspectos de la existencia, sino que más se debe a un conjunto de características culturales que se entrelazan. No obstante, ocurre que en el proceso de aislar los elementos que llamamos arte, podemos perder de vista el esquema general.

En definitiva, hay que considerar el arte como el modo más perfecto de expresión que la logrado la Humanidad. Como tal se ha propagado desde los mismos albores de la Civilización. En todas las edades, el hombre ha creado cosas para su uso, y ha desempeñado miles de ocupaciones

necesarias para la lucha por la existencia. Ha combatido incesantemente por el poder, el ocio y el bienestar material. Ha creado lenguajes y símbolos, y ha acumulado una impresionante cantidad de saber; sus recursos e inventiva no se han agotado nunca. Y sin embargo, siempre, en cada fase de la Civilización, ha advertido que lo que llamamos la actitud científica es inadecuada. La conciencia que ha desarrollado a partir de su actual astucia sólo puede compararse con hechos objetivos; más allá de tales hechos se encuentra un ámbito del mundo solamente accesible al instinto y a la intuición. El desarrollo de estos modos más oscuros de aprehensión ha sido el fin del arte; no podremos comprender la Humanidad y su Historia hasta que admitamos la importancia y, desde luego, la superioridad del conocimiento representado por el arte. Podemos aventurarnos a proclamar la superioridad de tal conocimiento porque, mientras no se ha probado nada tan provisional y pasajero como lo que tenemos el gusto de llamar hecho científico y la filosofía edificada sobre él, el arte, por el contrario, es en todo momento, en sus manifestaciones, universal y eterno.

Con semejante concepción del arte no podemos considerar la función del artista simplemente como una producción de objetos dentro del marco económico, o sea, construcción de casas, muebles y demás cosas más o menos útiles. El arte es un modo de expresión, un lenguaje que puede hacer uso de tales cosas útiles, del mismo modo que el lenguaje hace uso de la tinta, del papel, de las máquina de imprenta, para transmitir un significado. En todas sus actividades esenciales, el arte intenta decirnos algo: algo acerca del Universo, del hombre, del artista mismo. El arte es una forma de conocimiento, y el mundo del arte es un sistema de conocimiento tan precioso para el hombre como el mundo de la filosofía o de la ciencia. Desde luego, sólo cuando reconocemos claramente que el arte es una forma de conocimiento paralela a otras, pero distinta de ellas, por medio de las cuales el hombre llega a comprender su medio ambiente, sólo entonces podemos empezar a apreciar su importancia en la Historia de la Humanidad. (Cf. READ, Herbert, Arte y Sociedad, págs. 14-21).

DOCUMENTACIÓN SOCIAL, bajo el título de Arte y Sociedad, ofrece en este número un conjunto de artículos a través de los cuales quiere acercar el arte al quehacer social. En el primer artículo, «Sobre la consideración de las artes y el artista en el mundo renacentista», J. R. PANIAGUA SOTO hace un análisis de la relación entre los arquitectos y los canteros y las diversas artes que se desarrollan en las ciudades y que experimentan un gran auge a lo largo de la baja Edad Media, dando

como resultado una nueva clase social, la «burguesía urbana», y por otro los «gremios», que son el «resultado de la conjunción de la libre asociación de los artesanos urbanos». El autor plantea que las artes como ciencia y su liberación tienen su fundamento y origen en la «escuela-taller» de aquella época. El taller no sólo era «un laboratorio artístico preparado para el almacenamiento y la venta», sino que «en este taller, la primera y principal ocupación del maestro consistía en establecer las bases formativas para el desarrollo de la personalidad artística y para el ejercicio de la multifacética pero unitaria actividad futura de los aprendices».

J. BRIHUEGA, en *El hecho artístico en su contexto histórico*, cartografía disciplinar de un nudo de relaciones, se acerca a las relaciones entre «arte y sociedad» y dice que «en ellas se describen algunas aporías con las que realmente se enfrenta el historiador en el ejercicio de su indagación, tanto sobre los factores que articulan la naturaleza del hecho artístico como acerca de sus relaciones con el marco civilizado que le rodea». El autor desarrolla un paradigma tripartito (área del objeto, área de la autoría y área del contexto histórico) que es el «punto nodular de arranque a partir del cual se cruzan y entrecruzan, inagotablemente, los circuitos de interrelación de la totalidad de factores que articulan el ser histórico del hecho artístico».

R. GONZÁLEZ MARTÍN parte de un supuesto dilema, ¿arte o publicidad?, que representa una de las relaciones más conflictivas y, sin duda, más fecundas de la creatividad del siglo XX. El autor constata que «la publicidad nace como un producto típicamente burgués y se desarrolla y consolida en paralelo al modelo de producción capitalista», que progresivamente va dejando de ser un simple instrumento comercial para constituirse en una propuesta comunicativa global. El autor dice que Arte y Publicidad «nos permiten asomarnos a un mundo de metáforas; ambos nos configuran como un cúmulo invertido de deseos proyectados melancólicamente con direcciones antagónicas, mitad creación y mitad negocio». GONZÁLEZ MARTÍN concluye su artículo diciendo: «vemos que las fronteras entre el arte y la publicidad se han ido diluyendo a lo largo del siglo que acabamos. La deuda es mutua, las posibilidades inseparables. A lo mejor la publicidad es una hija bastarda del arte, que se ha tomado un largo tiempo para reivindicar su legitimidad a fuerza de eficacia y presencia. A buen seguro que sin la publicidad, el arte, con sus petulancias, aún seguiría encerrado en sus museos y galerías al alcance de reducidas minorías tan ocultas como aburridas».

J. GUTIÉRREZ BURÓN *analiza la relación entre «exposiciones y público en el siglo XIX en España», y constata que «en toda creación artística intervienen tres factores esenciales: el artista o creador, la obra de arte en sí misma como realización u objeto artístico, y el público próximo-directo o futuro al que va destinada la obra». A diferencia de años anteriores, hoy está tomando relevancia el público, «tanto más cuanto que el arte ha pasado a ser un fenómeno de masas»; una segunda constatación es que «el comercio artístico genera un nuevo sistema de relaciones entre el artista y el público, ahora cliente, que no se puede cubrir con las fórmulas antiguas, por lo que se imponen nuevas formas, concretadas en una nueva institución, las galerías, y una nueva profesión, los marchantes». En definitiva, se puede afirmar con el autor que «tras los cambios acaecidos en el siglo XIX se impone una nueva relación entre el artista y el público, que repercute directamente en el desarrollo del arte».*

I. CASAL TIMÓN *desarrolla en cuatro puntos «el impacto de los nuevos medios en las formas de producción artística»; en el primero hace una breve introducción a la sociología del arte, ésta tiene como finalidad «estudiar las condiciones en las que se crea la obra de arte y sus relaciones con el ambiente en que es creada, es decir, se examina tanto el momento histórico como el entorno social en el que trabaja el artista»; en el segundo apartado hace una breve historia de la evolución, desde el siglo XV hasta la actualidad, entre «arte y sociedad»; en el tercero analiza la «democratización del arte», que tiene su punto de partida en la segunda mitad del siglo XVIII, hasta llegar a lo que es hoy en día, donde va cambiando el concepto social de arte y del artista y se multiplica el número de lugares donde podemos contemplarlo; finalmente estudia el impacto social de los nuevos medios de producción artística y afirma que «la aparición de nuevas tecnologías y nuevos materiales van a transformar, en primer lugar, el mundo de la arquitectura, la escultura y la pintura, para más tarde dar lugar a nuevas formas de expresión».*

E. PÉREZ SOLER, *en La violencia en el arte de vanguardia: figuras del conflicto, afirma que «el arte moderno ensalzó muy a menudo la violencia»; «el arte vanguardista, ya desde sus orígenes —y en la medida que era un arte esencialmente rupturista— estuvo asociado a una actitud beligerante y agresiva»; «es un hecho que los artistas de vanguardia promovieron la violencia como espectáculo»; «tanto el futurismo como el dadaísmo, el surrealismo y otros movimientos de principios de si-*

glo gustaron de la provocación». Estas frases, ¿son realidad o figuraciones? El autor analiza con rigurosidad éstos y otros aspectos.

C. GINER DE GRADO, en *El arte como fenómeno social*, dice que el arte «no es algo absolutamente independiente, sino que está inmerso en la realidad social en la que se encarna», y desde esta perspectiva «toda sociedad civilizada debe contar con numerosos canales que promuevan una relación más densa con todos y cada uno de los momentos estéticos que surjan en su seno».

S. RAMÍREZ hace un profundo análisis de la crisis del arte en la modernidad y posmodernidad, llegando a afirmar que «las condiciones sociales y post-industriales han transformado no sólo los comportamientos habituales de la sociedad, sino también del arte en la tardomodernidad».

Cierran el número dos artículos que recogen experiencias concretas: el primero, de S. LÓPEZ, describe las vivencias de un grupo de personas comprometidas por ver y presentar otra forma de arte o expresión artística (plasmación del sentimiento); dice que «toda persona, por el hecho de ser persona, está llamada a la interrelación con el otro, a comunicarse mediante la gran diversidad de lenguajes en todos sus ámbitos (literario, musical, corporal, plástico, afectivo, lúdico, etc.), y a esas manifestaciones las llamamos ARTE». La segunda experiencia, escrita por C. CORTÉS PIZARRO, es el relato de cómo un grupo de personas sin hogar viven y manifiestan su «expresión artística». El número concluye con una breve bibliografía sobre «arte y sociedad».

DOCUMENTACIÓN SOCIAL, agradece a Antonio González y a Ismael Casal por su colaboración en el diseño del contenido. Así mismo a Cecilia Sanz por sus aportaciones al diseño y contenido y al empeño puesto con los colaboradores, logrando que este número sea realidad y lo tengamos ahora en nuestras manos. En fin, a todos los autores que han escrito en este número y deja constancia que no necesariamente se identifica con los artículos firmados.

Francisco SALINAS RAMOS
Director de DOCUMENTACIÓN SOCIAL



Sobre la consideración de las artes y el artista en el mundo renacentista

José Ramón Paniagua Soto
Profesor del Departamento de Historia del Arte II (Moderno), U.C.M.

En los albores del mundo moderno, el siglo XIV se corresponde con una época de crisis; es el momento de la transformación de Europa. El incremento económico vivido en los siglos XII y XIII había favorecido el crecimiento de las ciudades, pero la disminución de la producción agraria experimentada a finales del siglo XIII trajo consigo paralelamente la reducción de mano de obra al servicio del sistema feudal, los siervos de la gleba. El primer perjuicio lo experimentó el propio señor feudal, que se vio en la disyuntiva de tener que arrendar las tierras cada vez a precios más bajos a los campesinos, o bien explotarlos él mismo, pero sometiéndolos a unos salarios cada vez más altos. Y frente a este descenso de la actividad agraria, se vive en estos momentos un incremento de la ganadería y el pastoreo. Todo un cúmulo de carestías, que se dejan sentir desde principios del siglo sobre las clases más bajas, y la gran epidemia de peste que asoló Europa en 1348, van a minar la recuperación demográfica europea y precipitar la caída del sistema feudal, que no se consumará hasta finales del siglo XIV, con el consabido cambio de la estructura social.

Si las carestías habían obligado la emigración a la ciudad, la peste provocó el proceso inverso. El nivel demográfico de comienzos del siglo XIV ya no se recuperará hasta el siglo XV. Y la crisis que este panorama representa aparece claramente reflejada en la narrativa de la época, como es el caso del *Libro de Buen Amor* (1330), de Juan RUIZ, Arcipreste de Hita (1283-h. 1350). Surge un sentimiento de incertidumbre y una sensación de provisionalidad, aspectos éstos que se recogen asimismo en la literatura de la época, como en el *Decamerón* (Florencia, 1348-1353), de Giovanni BOCCACCIO (1313-1375).

También en el campo de lo figurativo la pintura gótica internacional es evasiva, de lo que se resiente incluso el tratamiento de los temas religiosos. Y en el ámbito de la institución eclesiástica, el mismo Cisma de Avignon —o Cisma de Occidente (1378-1417)— ejemplifica claramente esta crisis, en cuanto que pone en tela de juicio presupuestos inamovibles, como la propia noción de la Iglesia: la doctrina de la superioridad del Concilio sobre la del Papa —conciliarismo— dio origen a un largo conflicto y provocó el nacimiento del galicanismo.

En las ciudades, que experimentan un gran auge a lo largo de la baja Edad Media, se va desarrollando una nueva clase social, la burguesía urbana, que se interesa por el cultivo y por la economía: introduce nuevos sistemas de cultivo y apoya una incipiente industria. Surgen ahora, incluso, campesinos enriquecidos que vienen a suplantarse los atributos de los antiguos señores. Aparece el hombre de empresa, el sentido de la previsión, de la seguridad, etc.; todo ello abundará en el cambio de la estructura mental del hombre y de la sociedad misma de finales del siglo XIV, donde el sector productivo artesanal se asocia en gremios, que son corporaciones generalmente locales integradas por los artesanos del mismo oficio, que tienen como fin la defensa de los intereses profesionales, de cara a la competencia de terceros, pero también el control de la producción por parte de los poderes públicos.

Acerca del origen de estas corporaciones que surgen en la baja Edad Media, se ha querido relacionar con el mundo antiguo, donde el desarrollo de la vida ciudadana griega, en su estructura social y económica, estableció distintas asociaciones de carácter laboral y productivo que se llamaron «*collegia*», «*corpora*» y después «*artes*», que se extendieron a la Roma republicana e imperial. No obstante, a finales de la antigüedad, surgió una clasificación de las artes distintas de los oficios, que empezaban a ser consideradas entre las «ciencias», en referencia al valor creativo y estético de la obra de arte; así, el sofista griego Flavio FILOSTRATO, «el Atenicense» (siglo III), distinguía entre estas artes la Poesía, la Música, la Pintura y la Escultura (1).

(1) FILOSTRATO, *De Gymnastica*, I.

Durante la Edad Media, las «artes» retomaron de nuevo el significado de corporaciones, y se unieron frecuentemente a las hermandades o cofradías («*fraternitates*») con fines religiosos y de mutua ayuda, aunque en muchas ciudades italianas, a partir del siglo XII, resulta explícita la división entre las «artes mayores» y las «artes menores», división que no guarda relación con la moderna y convencional de los manuales de Historia del Arte, donde se ha mantenido durante mucho tiempo la distinción entre «artes mayores» —en referencia a la Arquitectura, la Pintura y la Escultura— y «artes menores» —la miniatura, la orfebrería, la cerámica, el mobiliario, etc.—, atendiendo así a la mayor o menor importancia de lo que se ha considerado como Artes y Oficios. Es así como se viene considerando que los gremios medievales son el resultado de la conjunción de la libre asociación de los artesanos urbanos, que a partir del siglo XI constituyen confradías, y la voluntad de los poderes públicos por controlar la producción.

Al final de la Edad Media, aquel auge de las ciudades europeas encontró en las italianas una peculiar concreción, potenciado por su particular estructura social y económica, pues el organismo de producción artesanal que fue la ciudad medieval se convirtió en el centro de un pequeño Estado; es en este marco donde se registran simultáneamente varias de estas agrupaciones según los oficios, como en Florencia, donde conviven siete artes mayores (jueces y notarios, comerciantes, cambistas, médicos y boticarios, arte de la lana, arte de la seda, peleteros) y catorce menores (sericultores, zapateros, forjadores, carpinteros, etc.). Los pintores se encontraban incluidos en la asociación de los médicos y boticarios por razón de las sustancias químicas y materias colorantes orgánicas o inorgánicas que se utilizaban en las labores preparatorias y ejecutorias de las distintas técnicas empleadas; asimismo en los talleres o «*botteghe*» de los «*maestri di legname*» (artesanos de la madera), donde se formaron jóvenes que después llegaron a ser arquitectos notables.

Esta organización asociativa en los campos de lo productivo y mercantil según los oficios, las profesiones y las diversas actividades, ha pervivido durante un extenso arco de tiempo, hasta la proclamación de la libertad del trabajo por parte de la Revolución Francesa, aunque no en todos los países europeos por igual. En España, donde también aparecieron estas asociaciones en la baja Edad Media, tuvie-

ron lugar por primera vez en la Corona de Aragón y como defensa de los artesanos urbanos frente a los grandes empresarios comerciales, que trataban de extender el sistema de trabajo a domicilio.

Pero volviendo sobre las artes, conocemos también desde el mundo antiguo el debate acerca de las artes y su clasificación en «liberales» y «mecánicas» o serviles, de consecuencias extraordinarias en el ámbito del pensamiento y teoría de las artes hasta el Barroco. Desde el siglo II conocemos la referencia del médico griego Claudio GALENO, que citó en su *Protrepticus* entre las «artes liberales» la Retórica, la Geometría, la Aritmética, la Astronomía, la Música —la teoría, no la práctica— y la Acústica; no obstante, la sistematización de las «artes liberales», es decir, convenientes a los hombres libres —o que hacen libres a los hombres—, que fue verdaderamente determinante en el pensamiento y la ciencia medieval, hay que atribuirla al escritor latino de origen africano Marciano CAPELLA (siglo V) (2), quien introdujo la clasificación de las Artes en grupos de cuatro y de tres, que posteriormente sería precisada por el político, filósofo y poeta latino BOECIO (3) y por su amigo y discípulo Casiodoro (siglo VI).

A las ciencias, o «Artes liberales», que indagan las leyes de la Física —la Aritmética, la Astronomía, la Geometría y la Música—, BOECIO las englobó bajo la denominación de *quadrivium*, diferenciándolas de aquellas otras Artes, o ciencias, como la Gramática, la Retórica y la Lógica, que incluyó en el *trivium*; fueron estas reflexiones las que en el Renacimiento se retomaron por parte de los pensadores y teóricos de las artes, y provocaron la preocupación por desvincular la Pintura, la Escultura y la Arquitectura del sistema artesanal de las ar-

(2) Marciano CAPELLA, *Satyricon. Denuptiis Philologiae et Marcurii et de septem artibus liberalibus libri novem*, obra alegórica muy utilizada en la Edad Media, que presenta un esquema de las siete ciencias. En CAPELLA, y luego en San Isidoro de Sevilla, las siete artes se ordenan como sigue: Gramática (libro III), Dialéctica (libro IV), Retórica (libro V), Geometría (libro VI), Aritmética (libro VII), Astrología (libro VIII) y Música (libro IX). A partir del siglo IX, y en especial a partir de la reforma de la enseñanza puesta en marcha por Alcuino, estas artes se dividieron en dos grupos: el *Trivium* (Gramática, Dialéctica y Retórica) y el *Quadrivium* (Aritmética, Geometría, Astronomía y Música). Esta división se halla en San Isidoro y también en BOECIO, aunque había que esperar al citado siglo IX para que tuviera la relevancia y eficacia referida.

(3) BOECIO, *De consolacione philosophiae* (*Sobre la consolación de la filosofía*), que redactó durante su estancia en la cárcel de Pavia, y que ha ejercido una gran influencia como guía filosófica.

tes consideradas serviles o mecánicas, es decir, aquellas que requerían el esfuerzo físico y el uso de materiales y herramientas, entre las que éstas habían sido consideradas durante la Edad Media y en parte hasta el siglo XVI.

Tal preocupación por la liberación de las artes, que después se las denominaría con la expresión italiana «*del Disegno*», y que se mantuvo viva entre poetas y artistas, se puso de manifiesto en el siglo XIV italiano, momento en el que se detecta la conciencia de que una nueva cultura está surgiendo dentro de unos determinados grupos sociales; no se trata del retorno a la cultura antigua, sino que obedece a un cambio en el seno de la propia cultura de la época. Y es en este siglo XIV cuando comenzó a utilizarse simultáneamente la expresión «*artista*» en Italia, que aparece ya en el poeta florentino Dante ALIGHIERI (1265-1321), y «*artiste*» en Francia, para referirse al maestro de arte, uso que inmediatamente se hizo extensivo al campo literario.

No obstante, en las artes figurativas, y hasta el siglo XVIII, se mantendrán los usos de ambos vocablos, «*artista*» y artesano o «*artífice*» —palabra que aparece ya en Italia en el siglo XIII—, lo que probablemente se explica porque en la última está implícito el sentido del esfuerzo de lo artesano y de la exigencia de una perfecta ejecución de la obra de arte, aunque del lado técnico del oficio (4).

Esta distinción se pone de relieve en autores como Giovanni BOCCACCIO, que alaba el arte de *Giotto* y lo cita entre los «doctos», del que dice que se dirige a los «sabios», no a los «ignorantes» llamados también mecánicos (5). El mismo Giotto DI BONDONE (h. 1266-1337), en su *Campanile* de la catedral florentina, entre las alegorías que esculpe para este célebre monumento, donde probablemente lleva a cabo el programa sugerido por algún literato, incluye la Escultura y la Pintura en un mismo grupo junto con la Gramática, la Arit-

(4) Filippo BALDINUCCI (*Vocabolario Toscano dell'Arte del Disegno*, Florencia, 1681) no distingue aún entre artista y artesano, refiriendo ambos etimológicamente a la voz latina *artifex*, y define como «*esercitatore d'Arte*», que comprende indistintamente las palabras «*artífice*», «*artiere*», «*artigiano*» y «*artista*»; habrá que esperar a Francesco Milizia, uno de los más autorizados, conocidos y temidos críticos de arte de final del siglo XVIII, quien define artista como «*el que ejercita las Bellas Artes*», mientras que artesano es el que «*practica cualquier arte mecánica*» (*Dizionario delle belle arti del disegno, estratto in gran parte dalla Enciclopedia metodica*, Basano, 1797, 2 vols.).

(5) G. BOCCACCIO, *Decameron*, VI, 5.

mética, la Lógica y la Armonía. Y curiosamente la Arquitectura es colocada aquí aún entre los Oficios.

No obstante, hemos de atribuir al teórico y tratadista italiano del siglo XV L. B. ALBERTI un verdadero protagonismo en el proceso de liberación o desvinculación de la Pintura, Escultura y Arquitectura de su consideración de mecánicas a partir de la redacción de sus tratados *De Pictura* (1436-1439) (6), *De re aedificatoria* (h. 1450) y *De Statua* (h. 1464); tal planteamiento sería seguido a lo largo del siglo por otros teóricos italianos, como el florentino L. Ghiberti (7), el sienés Francesco de Giorgio Martini, Leonardo da Vinci —aunque excluía de esta consideración la Escultura, que entendía como «*arte mechanicissima*»— y de otros que clasificaron asimismo la Pintura entre las «ciencias», es decir, entre las «Artes liberales».

A lo largo del siglo XVI los artistas y teóricos del arte no cesarán en su empeño de reivindicar esta liberación, desde el veneciano Paolo Pino (1548) a G. P. Lomazzo en su *Trattato della pittura* (1584).

Pero volviendo a los albores de esta nueva cultura que llamamos Renacimiento, las causas que la determinaron fueron de orden teórico y de orden práctico: una nueva relación se estaba iniciando entre el artista —en el más amplio sentido de la expresión— y el cliente, lo que suponía un nuevo concepto del artista y su función en las cortes tras la caída del sistema feudal e inicios del capitalismo, pero también hay que reseñar la aparición de una nueva clase social que planteaba esta nueva cultura desde presupuestos laicos, que iba a ser usada

(6) Resulta demostrativa para la nobleza de las artes de la Pintura, Escultura y Arquitectura entre las «ciencias» liberales, el comienzo de la dedicatoria a Filippo Brunelleschi que L. B. ALBERTI hace en su tratado *Della pittura* (1436): «*Io solea maravigliarmi insieme e dolermi che tante ottime e divine arti e scienze, quali per loro opere e per le istorie veggiamo copiose erano in que' vertuosissimi passati antiqui, ora così siano mancate e quasi in tutto perdute: pittori, scultori, architetti, musici, ieometri, retorici, augiri e simili nobilissimi e maravigliosi intelletti oggi si truovano rarissimi poco da lodarli*» («Prologus», pág. 7).

(7) La división entre las «artes liberales» y «artes mecánicas» remite en el Quattrocento al campo de acción propio de los «*ingegni*» (ingenios), y por esto el distanciamiento de las Artes del Disegno (pintura, escultura, arquitectura), entendidas como corporaciones, donde forman parte variada e indistintamente grupos de oficios también «serviles», puede considerarse ahora completo. A este propósito, la definición del gran escultor florentino Lorenzo Ghiberti al comienzo de sus *Comentarîi* (h. 1450) es demostrativa: ... «*L'escultura e pittura è "scienza" di più discipline e di vari ammaestramenti ornata, la quale di tutte le altre arti è somma invenzione: è fabbricata con certa meditazione, la quale si compie per materia e ragionamento*»...

como elemento de prestigio por los señores. No se trata de una cultura anticristiana, sino que se desliga de aquella exclusiva relación de dependencia que hasta entonces había mantenido con la Iglesia. Y esta nueva cultura viene inspirada por el «Humanismo», concepto que explica aquella vasta renovación literaria, filosófica y artística que se manifestó inicialmente en Florencia y en Italia, a partir de la segunda mitad del siglo XIV, y sucesivamente en Europa, al menos hasta la Contrarreforma.

El modelo de la cultura humanista estuvo profundamente incardinado en las bases de la retórica clásica, como en tantas otras cuestiones de los albores del mundo moderno, entre ellas en la recurrente disputa entre antiguos y modernos, en los cánones de la proporción, de la simetría, de la perspectiva; pero no conviene olvidar que este hecho cultural, entendido como «renacimiento de los *studia humanitatis*» y el mito de la antigüedad, es inseparable del concepto historiográfico de «Renacimiento», por lo que, desde el punto de vista de la Historia del Arte, podemos fijarlo en el arco de tiempo que va desde mediados del siglo XIV a finales del siglo XVI.

No obstante, en lo que se refiere al pensamiento filosófico neoplatónico y aristotélico, el interés creciente por las doctrinas herméticas, perdura hasta la Revolución Francesa, si bien entre múltiples transformaciones y contradicciones.

En el cuadro de la nobleza de las artes aparece también el «parangón» entre ellas, es decir, la comparación entre la pintura y la escultura a fin de establecer cuál de ellas tenía mayor dignidad. La cuestión hay que encuadrarla en el más amplio contexto de la investigación, definición y disquisición sobre la naturaleza de las diversas artes, como se manifiesta en particular en otro tema de la relación entre pintura y poesía, «*ut pictura poësis*» —la pintura como la poesía—, asimismo ampliamente debatido en la poética renacentista. En cuanto al «parangón», sus premisas pueden también detectarse en el período que va de mediados del siglo XIV a los primeros años del siguiente siglo, es decir, el arco de tiempo que se corresponde con la formación de una conciencia humanística del significado y posibilidades inherentes a las artes figurativas (8).

(8) F. BOLOGNA, 1972; en particular, el cap. I: *La posizione reciproca delle arti nella teoria e nella società del Rinascimento*, págs. 11-42.

La concepción medieval, que excluía la pintura y la escultura del grupo de las artes liberales resultaba inaceptable, iniciándose entonces todo un proceso de estimación del trabajo artístico, a lo largo del siglo XV, que abocaba a su liberación de aquella consideración de artesanal o fabril en favor de su estima como intelectual y científico, para culminar en la definitiva construcción leonardesca, quien dedica el comienzo de su *Tratatto della Pittura*, en una extensa exposición, a demostrar la preeminencia de la pintura sobre las demás artes, en particular sobre la poesía, la música y sobre la escultura (9); en esta exaltación de la superioridad y universalidad de la pintura sobre la escultura, la pintura es considerada entre las artes, efectivamente, la ciencia por excelencia, el más digno medio de conocimiento, por su carácter creativo inherente a la «mente» del pintor. Y la escultura, dice Leonardo... «no es ciencia sino arte muy mecánica»... (núm. 36); «tiene menos discursos» (núm. 37); no es «mental» porque «los escultores no se sirven de la perspectiva aérea» (núm. 39), recibiendo luces y sombras de fuera, mientras la pintura ... «lleva consigo, no importa dónde, su luz y su sombra propias»... (núm. 39) (10).

A este propósito, la posición de Leonardo es opuesta a la de Miguel Ángel, para quien la escultura era la más noble de las artes, y respondiendo a la pregunta de Benedetto VARCHI (1547) sobre este «parangón» entre las artes, dirá que la pintura le parece... «tanto mejor cuanto más próxima está al relieve, y el relieve tanto peor cuanto más próximo está a la pintura» (11).

(9) Por lo que conocemos, Leonardo habría llegado sus notas y dibujos a Francesco Melzi, fidelísimo discípulo, quien debió conservarlos como oro en paño hasta su muerte (1570), pero su hijo y heredero de dichos documentos, Orazio Melzi, no se tomó tantos cuidados, pues en pocos años, y por intrincados caminos, aquel fárrago de escritos leonardescos perdió la que hasta entonces había sido su sola unidad: un único propietario. A partir de entonces siguieron tiempos de desunión y «deshonesto» comercio con tan preciosos papeles, a los que contribuyó Pompeo Leoni, responsable aún de desbaratarlos con torpes mutilaciones y ordenaciones; los agrupó caprichosamente en grandes volúmenes, que vendió en Italia y España, donde estuvo al servicio de Felipe II, dejando el resto en herencia a su yerno Polidoro Calchi. Las distintas ediciones que se han ido publicando a lo largo de los siglos siguientes se corresponden con los diferentes códices constituidos por arbitrarias agrupaciones de documentos. Por estas razones, me remito directamente a la edición castellana reciente, a cargo de Ángel González —Leonardo DA VINCI, *Tratado de Pintura*, Madrid, Editora Nacional, 1976—, págs. 31-86.

(10) Tanto la citas textuales como la numeración de los correspondientes párrafos está tomada de la edición castellana citada más en la nota anterior.

(11) *Ibidem*, pág. 82.

Por otra parte, la cuestión del «*paragone*» entre las artes precede a la definición de las llamadas «Artes del *Disegno*», es decir, aquellas también llamadas «mayores», la Pintura, Escultura y Arquitectura, que tienen en común el «*disegno*» entendido como «fundamento» del arte, consideración que se remonta a finales del siglo XIV, en el *Libro dell'Arte*, de Cennino CENNINI (12), y que recorre la literatura artística del siglo XVI en adelante. El «*disegno*» es en este caso la idea que se forma en la mente del artista, según la definición de F. ZUCCARO (1607), que a través de los trazos, los sucesivos dibujos más complejos y la obra completa, representa la estructura misma de la obra de arte.

En base a tal criterio Vasari había publicado en 1550 la primera edición de sus *Vite de' più eccellenti Architetti, Pittori et Scultori Italiani da Cimabue insino a' tempi nostri*, cuyo título refleja ya la ambigüedad predominante en el pensamiento del siglo XVI; sugiere tanto la división entre estas tres artes como su interrelación; y en la segunda edición de la obra (1568), añade algunas frases en su «Introducción a la Pintura», incluida ya en la primera edición, que podría interpretarse como el momento de cristalización de estas nociones, y en particular el propio comienzo de esta segunda edición: «*Puesto que el dibujo, padre de nuestras tres artes, arquitectura, escultura y pintura*»..., y así más adelante vuelve sobre esta misma imagen del dibujo como progenitor de las tres artes, haciendo referencia con este término a lo que no puede encontrarse en otras artes no visuales, como la música y la poesía, y es por ello por lo que las tres artes fueron correctamente llamadas «Artes del *Disegno*» (13).

Un factor determinante en este proceso de consideración de las artes como «ciencias» y su liberalización, por tanto, de la consideración de mecánicas, y la búsqueda de ese fundamento común del sistema de las artes, fue precisamente aquella institución social, la escuela-taller de la baja Edad Media, que primero en Italia tomó tempranamente aspecto de una pequeña escuela privada bien definida en cuanto a sus funciones, competencias y atribuciones, lo que durante

(12) Cennino CENNINI, *Tratado de la Pintura (El Libro del Arte)*. Edición castellana de F. Pérez-Dolz, Barcelona, 1950.

(13) VASARI, *vita* edic. castellana Blauquez. *Vidas de artistas ilustres*. Barcelona, 1953, 5 volúmenes.

el siglo XIV dará vida a la institución de la «*bottega*» o taller. Este taller de arte, que desde el siglo XIV hasta bien entrado el siglo XVII —momento en que la Academia se orienta en su nueva función institucional— se constituye en fragua y palestra formativa de nuevos hombres, fue el fruto natural y consecuencia de aquella precoz escuela-taller italiana, como resultado, en primer lugar, de una necesidad práctica de orden operativo y económico de la sociedad toscana, y después, en segundo lugar, de aquella sociedad italiana que se encamina hacia el triunfo del Humanismo. Y en este contexto, hay que aludir asimismo a aquella valoración de la personalidad humana iniciada ya en el Renacimiento Carolingio, pero enormemente desarrollada en los siglos XIII y XIV.

Tal evolución surge de forma gradual a través de imperceptibles mutaciones y sin responder a un plan preconcebido; tiene su razón de ser en la natural y espontánea adaptación a las nuevas condiciones de vida y en la lenta evolución de las costumbres sociales, movidas por los convencimientos madurados por parte de los mejores artesanos en torno al modo más idóneo de operar en la actividad profesional. Y el impulso hacia la autonomía operativa y económica fue un fenómeno natural y espontáneo, que responde a la exigencia de conducir la vida bajo el signo de la libertad en el sentido más amplio, esto es, bajo una absoluta independencia de opinión, de acción y de medios, que es siempre atributo de la personalidad en el mismo momento en que se está configurando.

El taller era un laboratorio artístico preparado para el almacenamiento y la venta, donde el artista operaba en compañía tanto más numerosa cuanto mayor era la actividad y la captación de la clientela. Solía ocupar el local de la trastienda, generalmente de mayor amplitud y luminosidad, mientras que la tienda propiamente dicha se abría a la vía pública. En este marco, la función principal del taller era evidentemente de orden operativo y productivo, con su indiscutible apéndice comercial, pero la costumbre tardomedieval y la misma necesidad de asegurar la transmisión de los conocimientos a las generaciones más jóvenes hicieron que ésta evolucionase pronto hacia una escuela de arte, en la que el titular recibía el nombre de «maestro». De esta manera se desarrollaron paralelamente en el taller las dos actividades, la artística y la docente, y donde los que lo frecuentaban fueron considerados ayudantes y alumnos a la vez.

En este taller, la primera tarea y principal ocupación del maestro consistía en establecer las bases formativas para el desarrollo de la personalidad artística y para el ejercicio de la multifacética pero unitaria actividad futura de los aprendices, quienes ingresaban en la institución entre los trece-catorce años de edad, o incluso antes —Velázquez ingresa en el taller de Francisco Pacheco a los once (14)—, y donde asumían inicialmente tan sólo ocupaciones manuales y humildes, como la limpieza del local y el instrumental, la cocina y otras operaciones serviles. En el contrato donde se establecen las relaciones entre el aprendiz Velázquez y el maestro Pacheco se dice que el primero se compromete a servir al segundo en *«dicha vuestra casa y en todo lo demás que le dixéredes e mandáredes que le sea onesto e pusible de hazer»*, obligándose el maestro en contrapartida a enseñarle el arte de la pintura *«sin le encubrir dél cosa alguna»*, a su sustento, alojamiento, vestido —un traje y dos camisas—, y curarlo de enfermedades que no pasen de quince días. Como bien puntualiza J. GALLEGO, este documento contractual —o «carta de aprendizaje»—, que otorga al maestro poderes casi ilimitados sobre el aprendiz, hasta poder obligarle a volver a su casa si se marchase, más se asemeja a un contrato de servicio que de ingreso en una escuela de «Arte Liberal» (15).

Posteriormente el aprendiz iría recibiendo encargos más delicados, como la preparación de los colores, pulimento de los paneles, etc.; y en otro momento posterior recibiría el encargo de copiar algún cartón o bien preparar un fondo, copiar una planta o levantar una sección. Superada la primera etapa, es en este momento cuando se lleva a cabo la selección de los colaboradores predilectos por parte del maestro, llegando incluso a asumir algunos el título de ayudantes o de alumnos; el alumno podía asimismo elegir libremente su maestro, continuando o abandonando definitivamente el taller, a la vez que recibía la confianza y el reconocimiento de maestros y alumnos del gremio.

(14) De fecha 17 de septiembre de 1611 consta el contrato firmado por Juan Rodríguez de Silva, padre de Velázquez, con Francisco Pacheco, donde se establecen las condiciones entre el maestro pintor y el aprendiz. Cfr. F. RODRÍGUEZ MARÍN, en *Varia Velazqueña*, II, Madrid, 1960, documento 8, pág. 215.

(15) J. GALLEGO, *El pintor de artesano a artista*. Granada, Universidad de Granada, 1976, pág. 84.

Para el desarrollo «legal» de la actividad, desde la categoría de aprendiz, había que solicitar el ingreso en el gremio o cofradía de San Lucas, dentro de una de las cuatro categorías de pintores —imagineros, doradores, fresquistas y estofadores, pintores de sargas—, y superar el examen correspondiente (16).

Y en el ámbito de la arquitectura, el estudio de la del Renacimiento, y ya desde el siglo XV italiano —*Quattrocento*—, viene a ser el estudio de una arquitectura que nace de la conjunción de la experiencia histórica y de la invención técnica de un hombre que traza un proyecto y dirige desde lo alto, desde un plano distinto al de los operarios —canteros, albañiles, carpinteros, etc.—, la ejecución de la misma. Ahora bien, el personalismo asumido por el arquitecto en este momento histórico viene a ser la consecuencia lógica del lento y gradual ascenso de los mejores maestros canteros góticos, quienes, por la concurrencia de circunstancias favorables, su voluntad esforzada, su espíritu de emulación, el sacrificio personal, etc., irían conquistando la confianza de los Capítulos catedralicios y la de los laicos empresarios, e incluso el prestigio entre sus propios compañeros de gremio, llegando progresivamente a asumir la dirección de los canteros en la construcción de las estupendas catedrales góticas.

Es de esta manera, cómo el gran prestigio, la autoridad, los amplios conocimientos y un mejor sueldo fueron acompañando el ascenso y la afirmación de aquellos mejores arquitectos góticos; y con ello, lógicamente, se va produciendo de forma gradual el alejamiento de los maestros de sus antiguos compañeros de trabajo. Se produce asimismo un lento proceso de aristocratización, que estos arquitectos proyectistas asumían más por las circunstancias que por propias apertencias.

La figura del maestro cantero en el marco de la arquitectura gótica viene a situarse en el vértice de una pirámide escalonada en cuyas gradas decrecientes se encuentran escultores, entalladores, canteros, carpinteros, etc., hasta los propios albañiles, participando todos ellos de una manera interrelacionada e interdependiente, según sus propias experiencias y competencias, en la creación de la obra. Ahora bien, la cada vez más marcada separación de los lugares de lo «conceptual» y

(16) *Ibidem*.

la «ejecución» fue el resultado inevitable de la extraordinaria dificultad ya existente entre los canteros y aquellos hombres extraordinarios y prestigiosos que dirigían las obras a fuerza de mucha meditación, estudio y cálculo.

Es en este marco conflictivo en el que hay que encuadrar la exigencia de una estancia para el *diseño* (dibujo) por parte de los arquitectos, reservada exclusivamente al trabajo de los proyectistas y sus ayudantes. Pero esta práctica era ya frecuente a partir del siglo XII, aunque no a pie de obra sino en lugar apartado y no siempre próximo a la obra misma, donde el arquitecto organizaba su ambiente de trabajo y meditación, a fin de confeccionar los gráficos necesarios para el control preventivo de la idea y la ejecución de los trabajos, así como donde recibir el cliente. Incluso si lo deseaba podía vivir con su familia.

Cuando en 1419 se falla el concurso convocado en Florencia por el Arte de la Lana para presentar modelos a escala de propuestas de soluciones para cubrir el coro de Santa María del Fiore, dicho fallo del jurado recae sobre Filippo Brunelleschi y Lorenzo Ghiberti. Este hecho señala una elección definitiva para la política cultural florentina, pero también refleja en este mismo sentido los albores del mundo moderno. La progresiva prevalencia del primero sobre el segundo asume un significado preciso; no sólo ha concluido la época de las corporaciones artesanas, sino también la de las colaboraciones paritarias basadas en el compromiso o en genéricos acuerdos de «taller» (17). Desde el mismo año 1420, en que se inicia la construcción de la cúpula propuesta por Brunelleschi, sabemos que la construcción efectiva y la invención de nuevas máquinas fueron obra exclusivamente de Filippo, aunque es bastante probable que la intervención de Ghiberti en la primera fase de la construcción haya sido mayor de lo que se le reconoce por las generaciones posteriores (18). Las relaciones entre ambos fueron pésimas hasta el punto de circular rápidamente historias según las cuales Filippo habría fingido estar enfermo en momentos críticos para desenmascarar la incompetencia de Lorenzo.

(17) M. TAFURI, *La Arquitectura del Humanismo*. Madrid, 1978, pág. 11.

(18) P. MURRAY, *L'architettura del Rinascimento italiano*. Roma-Bari, 1977, págs. 25-26.

Filippo afirma y defiende, y por primera vez, la «profesionalidad» del arquitecto contra el vago «magisterio» del artesano, la prioridad de la invención técnica sobre la pericia del oficio. Distinguir, como hace Brunelleschi, por primera vez, el momento del proyecto o de la invención del momento de la ejecución significa distinguir una actividad «liberal» de una actividad «mecánica», es decir, histórica o humanista (19).

En España, el concepto renacentista del arte y la arquitectura como actividades liberales y no manuales se introdujo a comienzos del siglo XVI, aunque bien es cierto que habría de transcurrir aún bastante tiempo para que fuera socialmente aceptado dicho cambio de categoría del artista. De hecho podríamos seguir el proceso de «liberalización» de la profesión a través de la evolución del uso de la denominación de «arquitecto», desde los contextos notariales de mediados del siglo XVI, de más bien escasa y restringida utilización, en que es referido como sinónimo de «entallador» —que se dedica a la talla, sobre todo en madera—, a la cada vez más frecuente a lo largo de la segunda mitad del siglo, en que se hace extensivo asimismo a los «ensambladores», y por ello lo encontramos utilizado para denominar también a los retablistas, es decir, los tracistas de retablos que proyectaban marcos arquitectónicos para pinturas y esculturas. No obstante, dicho término fue acuñado asimismo en contextos literarios teórico-artísticos, pero siempre en relación con la acepción vi-truviana, desde Diego DE SAGREDO (20) a Francisco DE VILLALPANDO, quien así se autodenomina en la portada de su traducción de los libros III y IV del Tratado de Arquitectura de S. Serlio (21), y su ratificación en la cédula real por la que le otorga licencia de impresión de dicho libro (22).

F. MARÍAS considera que el título de «arquitecto» comenzó a ser empleado en España en el círculo cortesano de Felipe II, quizá por influencia francesa, en cuya corte Serlio había sido nombrado ya

(19) *Ibidem*.

(20) Diego DE SAGREDO, *Medidas del Romano*, Toledo, 1526.

(21) *Tercero y Quarto Libro de Architectura de Sebastian Serlio Boloñes... Agora nuevamente traduzido de Toscano en Romance Castellano por Francisco de Villalpando Architecto*. Toledo, 1552.

(22) *Ibidem*, fol. Iv: «Por quanto por parte de vos Francisco de Villalpando leometra y architecto»...

«architecte du roi», y después lo sería también Philibert de l'Orme (23).

Así pues, el proceso de alejamiento entre arquitectos y canteros se desarrolla a lo largo de estos siglos no sin fricciones, renaciendo así el antiguo conflicto entre el *homo faber* y el *homo sapiens*. Es entonces, en aquella nueva situación creada en el entorno del arquitecto a finales del gótico, situación con una nueva y más amplia responsabilidad operativa, cuando se configura también en este ámbito profesional la exigencia de estar rodeado y ayudado por una estela numerosa de colaboradores y ayudantes, así como de aprendices, que llegarán a ser con el tiempo sus propios discípulos (23). Pero en un oficio como el de arquitecto, la transmisión familiar supuso también un factor importante en la continuidad de una transmisión de conocimientos y a ello contribuyeron a consolidar asimismo los maestros canteros.

A. CÁMARA afirma que «*el proyecto de élites profesionales que había pretendido Felipe II quedó mediatizado ante la comprobación de que la célula familiar podía convertirse en fuerza motora del ascenso social y profesional*»... (24).

Algunos artistas y arquitectos recibieron en el siglo XVI, en España y en el resto de Europa, el reconocimiento a su labor por parte de los monarcas, que premiaron con favores y títulos, y en el siglo XVII, en el que el problema de la dignidad social se encona hasta el máximo, los ejemplos de artistas que buscan honores son más abundantes (25).

(23) F. MARIAS, *La arquitectura del Renacimiento en Toledo (1541- 1631)*, tomo I, donde dedica un capítulo a «El problema del arquitecto», págs. 69-98.

(23) Luigi VAGNETTI, *L'architecto nella storia di Occidente*, Florencia, 1973, págs. 213-217.

(24) A. CÁMARA MUÑOZ, *Arquitectura y sociedad en el Siglo de Oro*. Madrid, 1990, págs. 72-73.

(25) J. GALLEGO, *Op. cit.*, pág. 88.



El hecho artístico en su contexto histórico. Cartografía disciplinar de un nudo de relaciones

Jaime Brihuela

LO OCURRIDO Y SU IMAGEN. ARTE, CONTEXTO Y CONSTRUCTO HISTORIOGRÁFICO

*«...1 de abril domingo dibuje con Br(onzin)o y por la
noche no cené.*

*Lunes noche cené un pan cocido con mantequilla y una
tortilla y dos onzas de torta.*

martes

miércoles

jueves

viernes...»

PONTORMO, *DIARIO*, 1554 (1)

Quedan pocos testimonios tan subyugantes en la memoria del pasado como el diario del Pontormo. El artista traza una imagen de su propio acontecer vital y nos arroja la relación descorazonadora de unos hechos insubstanciales que contrastan violentamente con la complejidad sugestiva e inquietante de su pintura. La conciencia de que al artista le «pudiera haber torturado un oscuro dolor» (2) nos bastaría para encontrar un arco voltaico capaz de tender puentes de complicidad entre su tiempo y el nuestro, para encontrar paralelismos entre su condición vital y aquel desasosiego sartriano que aún resuena en nuestra cultura y que un reciente paisaje de cenizas ha resucitado, tras las coloridas máscaras de un tiempo de melancolía. De la mano

(1) Recogido en BERTI, L.: *L'opera completa del Pontormo*, Milán, 1973, pág. 7.

(2) Como dicen (apoyándose en los testimonios de VASARI) Rudolf y Margot WITTKOWER en *Nacidos bajo el signo de Saturno*, Madrid, 1982, pág. 75.

de un Kundera, por ejemplo. La imagen que nos hubiésemos sentido tentados a trazar sobre la personalidad de Pontormo, leyendo el diario cualquier tarde compulsiva, existiría desde el momento en que fuese concebida. Podríamos transformarla en historia con sólo difundirla y encontrar sintonías con ella en la intuición de quienes la recibiesen. ¿Pero, cómo fue en realidad Pontormo... si es que ello es vital para entender su pintura? ¿Si es que es posible saberlo desde un contexto histórico que ya no es el de Pontormo?

Hace unos años, en una mesa redonda sobre la figura del pintor uruguayo Barradas, los presentes nos lamentábamos por desconocer las circunstancias pormenorizadas de un viaje del pintor, oscuramente situado entre mediados de 1925 y principios de 1926 (3). Nos parecía un enigma esencial para reconstruir su biografía personal y artística pero, sobre todo, algo que podría tener implicaciones en la trayectoria de otros artistas como Alberto Sánchez, Maroto, Lorca, en buena parte del destino de la vanguardia española de la época y, tarde o temprano, en la configuración del gusto colectivo. Pero, curiosamente, ninguno fuimos capaces de contestar, escrupulosa y organizadamente, qué habíamos hecho, nosotros mismos, por ejemplo, entre marzo de 1971 y junio de 1976. Teníamos la convicción de saber perfectamente quienes éramos y cómo estábamos relacionados con las ideas de nuestro tiempo, sin embargo, se nos escapaba Barradas, cuya vida conocíamos mes a mes, salvo ese pequeño lapso de tiempo.

Tengo grabadas en la memoria (las viví personalmente) decisiones que alguien tomó, por puro y confesado instinto, en torno a una taza de café y que modificaron, al menos momentáneamente, el curso de una buena parte del rumbo oficial de la cultura artística española de principios de los noventa. Aquellas decisiones preparaban la concatenación de otras, entonces no previstas, como las que desembocaron en el advenimiento del pintor Antonio López transformado en espectáculo de masas ofrecido por el poder público para recuperar el contacto con la ciudadanía. Hoy todavía pienso que grandes coordenadas de ese ficticio «constructo», a través del que «creemos comprender» incluso el propio contexto histórico, gravitaban «realmente» sobre

(3) Celebrada con motivo de la exposición retrospectiva (Zaragoza-Hospitalet-Madrid, XI-1992, VI-1993). Intervénimos Santos Torroella, Eugenio Carmona, Jorge Castillo, Concha Lomba, F. Miralles y yo mismo.

aquel acto instintivo de aquel personaje político. Cuando un par de años después, en un seminario sobre *Arte y poder en la España del siglo XX*, necesité transmitir la imagen de lo ocurrido, acudí directamente a un «constructo sobre el contexto», marginando la anécdota, aquel acto de instinto tan trivial en su substancia como el pan de Pontormo o los enigmáticos viajes de Barradas a San Juan de Luz, ya en pleno ataque de tuberculosis. Y, sin embargo, aquella decisión, originada en la región de los apetitos psíquicos, había sido una causa histórica mecánicamente eficaz en el plano de las relaciones entre el arte y su contexto cultural, político y social.

Cuando se reflexiona sobre la virtualidad de esa imagen a través de la que debemos comprender lo ocurrido, acerca de la que sabemos ha sido construida en una heteróclita dinámica de síntesis, omisiones, hipertrofias, dilataciones, eclipses, intencionalidad ideológica, sesgos, proyección de modelos externos, concatenaciones entre lo distante... viene a la memoria el personaje borgiano que construye el museo, el mapa, la crónica exhaustiva, en escala real, de todo lo existente y se agota como Aquiles ante la tortuga de Zenón de Elea o desiste como los agrimensores de *El castillo* de Kafka. Pero también acuden al recuerdo aquellos nabos con que Brunelleschi, según la biografía atribuida a Manetti (4), explicaba a los atónitos canteros lombardos cómo era la cúpula que todavía habitaba en su imaginación. Tal vez por ello no logro eliminar de mi mesilla de noche un libro tan sintético como *Las ciudades de la Edad Media*, de Henri PIRENNE (5). Pero tampoco puedo abandonar algunos trabajos de Rafael Santos TORRO-ELLA sobre el microcosmos de relaciones entre Lorca y Dalí, capaces de dilatar el tiempo historiográfico casi más allá de la escala del tiempo histórico real (6). Y no creo que el nexo de estas dos inclinaciones esté oculto en el cajón de las mesillas de noche dalinianas. Me reconforta, por ejemplo, pensar en esa realidad-leyenda según la cual Felipe II (escrupuloso redactor de acotaciones en asuntos relativos a la estructura organizativa de la Administración española (7) sólo se con-

(4) Citado por BENEVOLO, L.: *Historia de la arquitectura del Renacimiento*, Madrid, 1972, pág. 57.

(5) Madrid, 1972.

(6) Por ejemplo: *Dalí residente*, Madrid, 1992.

(7) Cf. la edición facsímil de la *Instrucción para el gobierno del Archivo de Simancas* (estudio de J.L. RODRÍGUEZ DE DIEGO), Valladolid, 1989, págs. 59 y ss.

vencia de la virtualidad del avance constructivo del monasterio de El Escorial desde veinte kilómetros, realizando una abstracción de los infinitos problemas que día a día se planteaban en la obra. Pero también me tranquiliza que me confirmen, documentalmente, el año, mes y día si es posible, de algún boceto cubista de Picasso; o el infinito paisaje de nimiedades objetual-civilizadas que tachonaban la contemporaneidad en que Duchamp ofició sus *ready-mades* (8)

Estas líneas iniciales no son un simple exorcismo prologal, más o menos pedante, para entrar en materia con los flancos cubiertos, ya que se trata de acercarme a un asunto tan proclive al desprestigio y tan señalado por la sospecha ideológica como el de las relaciones entre arte y sociedad. Simplemente, en ellas se describen algunas aporías con las que realmente se enfrenta el historiador en el ejercicio de su indagación, tanto sobre los factores que articulan la naturaleza del hecho artístico como acerca de sus relaciones con el marco civilizado que le rodea. La ciencia de la historia lleva ya tiempo atravesando una crisis epistemológica. La disciplina de la historia del arte también ha sido blanco de esta crisis, pero sin haberse llegado a configurar nunca del todo como tal disciplina. Por ello, la pregunta de BELTING sobre el fin de la historia del arte es, tal vez, prematura (9). Dudamos más que nunca, y con razón, de los modelos impuestos con «violencia metodológica», de los dogmas proyectadores de falsedad retrospectiva, de las visiones cerradas que empaquetan el sentido en fórmulas tranquilizadoras, de los *grands récits* de un optimismo trascendental hijo de los primeros paisajes intelectuales y físicos de la revolución industrial (10). Y la sociología y la historia social del arte son metodologías que a este respecto han sufrido la crisis con más virulencia que otras. Hoy sabemos, y a veces con dolor, que la realidad es más rica e inesperable que cualquiera de sus simulacros y que ninguna fuente aislada arroja suficiente caudal para encontrar las claves terminantes; por ello, palabras como éstas de BRYSON parten de una lúcida y razonable humildad: «Una vez que la historia del arte admita su carácter provisional o la irremisible inconclusión de su empresa, entonces acaso se ha-

(8) Cf. RAMÍREZ, J. A.: *Duchamp, el amor y la muerte, incluso*, Madrid, 1993.

(9) BELTING, H.: *L'Histoire de l'Art, est-elle finie?*, Nîmes, 1989. Cf. también FISCHER, H.: *L'Histoire de l'Art est terminée?*, París, 1981.

(10) Cf. ROBERT JAUSS, H.: *Pour une esthétique de la réception*, París, 1978, Gallimard, págs. 94 y ss.

yan puesto los cimientos de una nueva disciplina» (11). Pero, más que a una ceremonia de ceniza y vestiduras rasgadas, estas conclusiones debieran empujarnos a un redoblado esfuerzo en el trabajo hermenéutico, edificado sobre una ambiciosa ductilidad dispuesta a la metamorfosis. El hilo conductor del conocimiento no debe extraviarse como en aquel *Fahreheith 451*, de BRADBURY (12).

Cuando HEGEL dibujó los primeros perfiles de una «muerte del arte», concedía a éste un nuevo pulso asociado definitivamente a la **historicidad**. Pero, simultáneamente, desgajaba la contemporaneidad de esa resolución fusiva entre forma y contenido del espíritu clásico, que había dado al arte la cualidad de una entidad en sí (13): lo alejaba del paraíso kantiano del «goce desinteresado» y la «finalidad sin fin». No nos hemos podido librar de una especie de síndrome de «espina bífida», de una doble condición capaz de manifestar su metástasis, como una estructura genética, en las transfiguraciones que cualquier problema adquiere sobre el territorio de la historia del arte: realidad histórica e imagen historiográfica, autonomía y heteronomía del arte como realidad o como objeto de meditación, lo significativo y el significado, estructura signica y entidad histórica del marco referencial de los códigos, armonía y fractalidad, ideología dominante e ingenuidad creativa, comunicación y objetualidad, esencia y empiricidad, lengua y habla, reflejo y simulacro, cohesión y diseminación... Problemas todos ellos producto de diferentes dimensiones de la contemplación del hecho artístico, de diferentes edades de la historia del arte, pero que, finalmente, chocan siempre sobre un muro de dialécticas inconclusas y de crispados desencuentros.

Nos toca abocetar el asunto de las relaciones entre el arte y su medio social, esto es, integrar lo particular en lo general, cuando todavía resuenan ecos de la trituradora de la deconstrucción y la ceremonia de entierro de la modernidad (14). En el vértigo de frases a la vez tan

(11) BRYSON, N.: *Visión y pintura. La lógica de la mirada*. Madrid, 1991, pág. 15.

(12) Resulta interesante, por su amplitud, la reflexión que al respecto traza CALVO SERRALLER en su trabajo «Principio y fin de la historia del arte. La crisis de la historiografía artística en la era de las Vanguardias», en el libro *La senda extraviada del arte*, Madrid, 1992, págs. 97 y ss.

(13) Cf. MARCHAN, S.: *La estética en la cultura moderna*, Barcelona, 1982, págs. 160 y ss.

(14) Cf. (entre otros) HABERMAS, J.: *El discurso filosófico de la modernidad*, Madrid, 1989; BAUDRILLARD, J.: *Cultura y simulacro*, Barcelona, 1987; BURGÍN, V.: *The end*

análogas y distantes ya en el tiempo y en la significación como la que escribiera Dino di FORMAGGIO («*Arte es todo lo que el hombre llama arte*») (15) y esa de Donald JUDD que alguna vez recogió la prensa («*Si alguien me dice que lo que hace es arte, es arte*»). Bajo advertencias como la de ADORNO cuando nos dice que «*En el arte todo se ha hecho posible, se ha franqueado la puerta de la infinitud y la reflexión tiene que enfrentarse con ello*» (16). Es decir, con la plena consciencia de que el hecho artístico contemporáneo ha roto los tabúes de lo imaginable y que esta brecha se proyecta también hacia cualquier discurso tabulador de lo retrospectivo o del planisferio de la mismidad del presente. Desde WINCKELMANN a nuestros días. Desde BAUMGARTEN a nuestra perplejidad. Sin embargo, resulta difícil olvidar que el Surrealismo, el salto más arriesgado e iconoclasta que haya podido dar el pensamiento contemporáneo hacia las afueras de sí mismo para comprenderse a sí mismo, buscó un **modelo interior**, algo desde el que, hasta el dolor, la locura y la muerte, podían reconducir sus fuerzas en una demiúrgica epopeya de verdadera «civilización» individual y colectiva: una «Revolución al servicio de la Revolución».

A veces pienso que nos está seduciendo la tentación de arrojarnos en brazos de un esperpéntico mito del origen, donde un orden de hojalata y un caos de poliuretano combaten mansamente en una confortable Disneylandia, manipulados por alguien cuyo rostro desconocemos porque cambia continuamente. Sin embargo, la economía es un pensamiento más fuerte que nunca. La cultura publicitaria envasa la intuición en una estructura de comportamientos férreos, donde lo «residual» y lo «convaleciente» (por parafrasear a VATTIMO), son las patatas fritas de un bistec succulento de fibras bien entretejidas. La ciencia y la tecnología, que se dejan poner en tela de juicio ante el ojo humanista, siguen un plan trazado por poderes que sólo vacilan hasta el momento en que el azar se convierte en necesidad, aunque no tengan rostro definido, aunque estos poderes sean la alianza intangible

of Art Theory. Criticism and Postmodernity, Londres, 1986; DERRIDA, J.: *La diseminación*, Madrid, 1975; JAMESON, F.: *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*, Barcelona, 1991; LYOTARD, J. F.: *La condición postmoderna*, Madrid, 1986; RISATTI, H.: *Postmodern perspectives*, N. Jersey, 1990; LYPOVETSKY, J.: *La era del vacío*, Madrid, 1991...

(15) FORMAGGIO, D. de: *Arte*, Barcelona, 1976, pág. 4.

(16) ADORNO, T. W.: *Teoría estética*, Madrid, 1971.

entre imperceptibles «constructos» que los hombres con nombre propio habitan y deshabitan.

Sospecho que hemos empezado a vagar con los ojos cerrados por un camino tras cuya tortuosidad puede volver a aparecer su principio, como en aquel laberinto con el que René HOCHE se acercaba hasta el tiempo de Pontormo (17). La «vaguedad», tan apreciada por el pensamiento postmoderno», es como un gran almacén de derribos, heteróclito y desconcertante, un «Xanadú» como el de *Ciudadano Kane*, plagado de elementos dispares y dispersos que, sin embargo, el más inexperto de los chamarileros puede ordenar hasta saber el tipo de picaportes o de azucareros de los que carece. Cuando es errática, la literatura llama a múltiples puertas y a veces alerta los arcanos. Pero si quisiéramos convocar a los habitantes de una ciudad enorme a una ceremonia de conocimiento colectivo, pulsaríamos los timbres estratégicamente, según un plan trazado que cubriese la globalidad estructural de unos domicilios que, aunque no conociéramos, podríamos imaginar con portentosa puntería. Y esto es aplicable al objeto y al sujeto de la historia del arte; a su emisor, a su medio y a su receptor. Incluso así logran otros (a los que no quisiera parecerme nunca) vender una determinada marca de jabón en polvo.

LA IMAGEN DE LO OCURRIDO Y SU TRANSMISIÓN

«...En la parte inferior del escalón, hacia la derecha, vi una pequeña esfera tornasolada, de casi intolerable fulgor... El diámetro del Aleph sería de dos o tres centímetros, pero el espacio cósmico estaba ahí, sin disminución de tamaño... era infinitas cosas, porque yo claramente la veía desde todos los puntos del universo.»

JORGE LUIS BORGES, *EL ALEPH* (18)

No parece oportuno repetir esa descripción abreviada de la genealogía metodológica de la historia del arte, que suele dar forma a las reflexiones sobre una perspectiva de conocimiento concreta. La «prolij-

(17) HOCHE, R.: *El mundo como laberinto. El manierismo en el arte*. Madrid, 1961.

(18) Madrid, 1971, pág. 169.

dad debida» siempre nos arrastra a parafrasear esos manuales que recomendamos en las bibliografías básicas: BAUER, FAGIOLO, ARGAN, VENTURI, PODRO, FERNÁNDEZ ARENAS, OCAMPO Y PERAN, CALABRESE...(19). Nos suele conducir a redactar algo que, inevitablemente, empieza con Vasari para terminar en el pensamiento postmoderno, tras una larga lista de descripciones necesariamente apresuradas de culturalismo, positivismo, milieu, vitalismo, formalismo, marxismo, iconología, semiótica, psicología, *Gestalttheorie*... y una frase final conciliatoria en torno a la complementariedad de las distintas metodologías.

Tampoco sería proporcionado al objetivo que se nos ha propuesto abordar una disquisición sobre el lugar que ocupa la historiografía del arte en el contexto disciplinario general de las humanidades, las ciencias sociales, la historia de la cultura o, siendo más ambiciosos, de la antropología (20). Por mucho debate que pueda generar el asunto, no es descabellado suponer que partimos ya de una común identidad posicional muy fuerte y específica. Igualmente, sería un tanto ocioso entrar a razonar sobre el copioso concurso disciplinar que la historia del arte reclama sobre sí misma y en el que, simétricamente, puede participar. Supondría empezar a enumerar aquellas disciplinas que se ocupan de distintas ramas de la historia, filosofía, instituciones, literatura, música, política, economía, ciencia, vida cotidiana, técnica y tecnología, comunicación, lenguaje, mitología, ritos, semiótica, psicología, psicoanálisis, sociología, antropología, derecho...: acabaríamos olvidando mencionar la estadística, la grafología o esa diagnosis técnica que nos permite imaginar el estado primitivo en que podía percibirse un objeto artístico antes de su irremediable deterioro (21). Convengamos que, también en esto, todos partimos de un tácito acuerdo de fondo.

(19) BAUER, H.: *Historiografía del arte*, Madrid, 1980; CALABRESE, O.: *El lenguaje del arte*, Barcelona, 1987; FAGIOLO, M., y ARGAN, G. C.: *Guida alla storia dell'arte*, Florencia, 1977; FERNÁNDEZ ARENAS: *Teoría y metodología de la historia del arte*, Barcelona, 1982; OCAMPO Y PERAN: *Teorías del arte*, Barcelona, 1991; PODRO: *The Critical Historians of Art*, Londres, 1983...

(20) Un amplio y clásico recorrido por la cuestión en AA.VV.: *Les sciences humaines et l'histoire de l'Art*. Bruselas, 1969. Igualmente útil es el libro de DUFRENNE, M., y KANAPP, V.: *Corrientes de investigación en las ciencias sociales 3, Arte y Estética*. Derecho, Madrid, 1981.

(21) Sobre la importancia (incluso semiótica) de este asunto hablo en mi artículo «Reflexiones sobre una superficie amarillenta. El espacio comunicativo de la vanguardia española», en *Eutopías*, Valencia-Minneapolis, 1986, págs. 71 y ss.

Si hemos rechazado el acorralamiento de la realidad histórica en modelos insensatamente cerrados, con simétrica y multiplicada razón, hemos de negarnos a fomentar la entropía en la transmisión de ese inevitable conjunto de modelizaciones que es la imagen historio-gráfica del arte.

Ya que es imposible ese *Aleph* que describía BORGES, un mágico lugar desde el que el mundo era contemplable en la magnificencia de su totalidad, parece al menos deseable contar con una especie de «carta de navegación» que permita el viaje hacia la región de los hechos, para luego intentar desvelar sobre ellos las innumerables preguntas que la historia del arte ha ido acumulando a lo largo de su ya extensa historia. A estas alturas, ninguna de ellas parece ya deseable. Todo lo contrario de un modelo cerrado, la apuesta es más bien por un inventario de inquisiciones, sin cuya constancia global la transmisión de la imagen de lo ocurrido puede desmoronar el hecho artístico como el ente complejo que es, utilizando sus fragmentos para producir un simulacro distorsivo. Puede ocurrir lo que dice BAUDRILLARD al hilo de otro asunto: «*Lo real no se borra en favor de lo imaginario, se borra en favor de lo más real que real: lo hiperreal. Más verdadero que lo verdadero: como la simulación*» (22).

El inventario de cuestiones descrito en los párrafos que siguen tampoco es una receta cosida al instante de estas pocas páginas. Desde hace bastante tiempo lo tengo presente en la práctica de la docencia como una estructura sumergida que año tras año va completando su forma e intenta mantener esa porosidad de la que hablaba al principio. Se ha hecho explícito en alguna publicación (23), me ha orientado, por una especie de control remoto, en gran parte de mis investigaciones. Su intención es establecer una relación de los grandes factores que articulan la presencia del hecho artístico en su contexto histórico original o en los sucesivos contextos a los que va a ir incorporándose como patrimonio económico, cultural y estético, o

(22) BAUDRILLARD, J.: *Las estrategias fatales*, Barcelona, 1984, Anagrama, pág. 9. Volveremos a utilizar esta cita, por razones distintas, en el *Resumen del trabajo de Investigación*.

(23) La referencias a este esquema aparecen en mi trabajo «Reflexiones sobre una superficie amarillenta. El espacio comunicativo de la vanguardia española» (*op. cit.*), y en el redactado con Vicente MORA: «Estudio sintáctico semántico de carteles electorales», en el libro de AA.VV. *Metodología de la historia de la prensa española*, Madrid, 1982, Siglo XXI.

como pretexto para una reflexión cómplice, conciliadora o antagonista. De la conciencia global de esa relación de factores depende la estimación lúcida de la dimensión y operatividad de cada uno de los que la componen y de su **interrelación**. Cualidad, la lucidez, también sujeta hoy a merecidas revisiones pero, en mi opinión, absolutamente irrenunciable como objetivo y como instrumento de conocimiento, pues tras ella sólo caben la fe o el solipsismo, respetables, pero sólo en las afueras del recinto de la actividad científica. Incluso el pensamiento errático, si regresa de su viaje cargado de trofeos, puede llegar a ser un subterfugio de la lucidez, de lo contrario, no. No, como lo plantea LIPOVETSKY: *«la independencia subjetiva crece de forma paralela al imperio del desposeimiento burocrático (sic), cuanto más avanza la seducción frívola, más avanzan las Luces...»* (24)

Con todo esto no estoy proponiendo un rechazo larvado del consabido criterio/problema de la *autonomía del arte*. La autonomía del arte, si nos referimos a una pauta de comportamiento de éste, es una de sus manifestaciones históricamente asentadas. Si con ello denominamos a un modo de acceso a la configuración de los objetos que ha producido, es uno de los instrumentos que permiten parte de su comprensión. Por eso tal vez sea preferible el término especificidad, menos sujeto a equívocos, pues, como dice PANOFKY, *«El objeto artístico no sólo es “monumento” sino también “documento”»* (25). Algo no muy lejano de ese binomio de coordenadas («formalización ↔ interpretación») reclamado por FOUCAULT (26), algo que parece estéril volver a discutir a estas alturas de la edad de la historiografía del arte.

El sujeto, el objeto, el contexto... el proyecto, la virtualidad, el nexo que los relaciona... la producción, la comunicación, el goce (o sus contrafiguras)... los que fabrican o comunican, los que poseen o contemplan, el artefacto físico o intangible que media entre ambos... lo atávico, lo pautado, sus modificaciones y rupturas... lo ortodoxo, lo heterodoxo, lo imprevisible... lo dominante, lo permisible, lo alternativo... lo colectivo, lo individual, lo tribal... unicidad,

(24) *El imperio de lo efímero*, Barcelona 1990, pág. 17.

(25) PANOFKY, E.: *El significado de las artes visuales*, Madrid, 1980, Alianza, págs. 26 y ss.

(26) FOUCAULT, M.: *Las palabras y las cosas*, México, 1968, Siglo XXI, pág. 292.

multiplicidad, seriación... fisicidad, aura, conceptualidad... alto, medio, bajo... *logos, pathos, ethos, rithos*... mimesis, diégesis, mnemotecnía, signo, gesto, código, estructura, técnico, estético, dialéctico, liminal, subliminal, hermético... Podríamos seguir indefinidamente en una logomaquia de proposiciones conceptuales y, sin embargo, cualquier historiador del arte tendría la conciencia de avizorar, tras ellas, las puertas de acceso a problemas trascendentales para la disciplina. Inexcusables, cuando de lo que se trata es de la historia del arte de la edad contemporánea. Lo que inquieta a Marx, en el momento de mover las agujas para desplazar de la «atalaya del yo trascendental» (27) los raíles sobre los que se deslizaba la noción hegeliana de la historicidad del arte, sirve de buena parábola sobre esa complejidad de dimensiones que se dan cita en el hecho artístico:

«Pero la dificultad no está en entender que el arte y el epos griego están ligados a ciertas formas de desarrollo social. La dificultad está representada por el hecho de que ellos siguen suscitando en nosotros un goce estético y constituyen, en cierto aspecto, una norma y un modelo inalcanzable» (28).

CARÁCTER PROCESUAL DEL HECHO ARTÍSTICO

Tanto desde una perspectiva de «productores de historiografía del arte» como desde la de sus receptores, nos interesa subrayar muy especialmente el **carácter procesual del hecho artístico**. Esa dosis (aunque sea celular) de historicidad con que podemos y debemos acceder, incluso, a un objeto artístico aislado de los demás, solitariamente contemplado en el entorno inmediato de su propia dimensión civilizada.

Primero, el objeto **ha sido** concebido, deseado, encargado, requerido, propuesto, producido o inevitablemente puesto en marcha: *ha tenido una fase PROYECTUAL*.

Después, **ha existido** física, intelectual, gestual, semiótica, estética, empática, mnémica, fenoménicamente: *ha existido como una*

(27) Tal y como lo enuncia Simón MARCHAN (*op. cit.*, pág. 250).

(28) *Crítica de la economía política*. Recogido en MARX-ÉNGELS: *Escritos sobre arte*, Barcelona, 1969, pág. 65.

realidad, POTENCIAL, en tanto que ente dispuesto para extender el «polisentido» de su presencia sobre el hábitat histórico.

Después, se ha difundido en un contexto o en varios, simultáneos o sucesivos, para ser exhibido, vendido, comprado, poseído, robado, visto, mirado, leído, descifrado, disfrutado, malcomprendido, aplaudido, idolatrado o detestado; ha cerrado un proceso, lo ha abierto o se ha diluido en él; ha creado gusto, lengua, mitologemas, formas, valores, ética, estética... conocimiento: *ha tenido una presencia histórica VIRTUAL.*

Alguno de estos tres «momentos» (lo proyectual y lo virtual como tramos con desarrollos en el tiempo y lo potencial como el dispositivo objetualizado y comunicador que los media, el espacio de la obra de arte, en sí) ha podido tener «grado cero» (29), pero no es concebible ninguno de ellos con una existencia que no albergue la conciencia de los otros dos; sea cual sea la naturaleza de esta conciencia. En cualquier caso, son tres perspectivas irremisiblemente necesarias para centrar el hecho artístico individualizado o, por supuesto, contemplado como elemento inserto en el horizonte de conjuntos más dilatados: artista, grupo, movimiento, corriente, fase, época...

Sin alguno de los momentos de esta procesualidad, el hecho artístico, o no ha llegado a existir como tal (ha abortado el proyecto de una potencial virtualidad), o no ha llegado a ser conocido (ha cortocircuitado virtualmente la potencialidad que emanaba de lo proyectual); y el objeto artístico que a través de ellos se concibe, existe y se difunde, o es pura proposición estético-teórica intangible y frustrada, o es el fruto azaroso del hallazgo arqueológico inesperado de algo que siempre permaneció ignoto. Estas dos últimas posibilidades son también situaciones sobre las que se puede volcar la historia del arte, pero sólo buscando marcos referenciales para lo que es su **objetivo vertebral: el territorio del hecho artístico consumado.**

Pensando en el *body art*, la columna de Schwitters, las cuchilladas de Fontana, el «talismán» de Sérusier o el polvo cubriendo la «ventana» de Duchamp (30), ese carácter procesual se nos revela de una ma-

(29) Cf. BARTHES, R.: *Le degré zéro de l'écriture*, París, 1953; ECO, H.: *Obra abierta*, Barcelona, 1965. Que centran algunos de esos problemas.

(30) Cf. RAMÍREZ, J.A.: *op. cit.*, págs. 123 y ss., estudio en el que la conciencia de esta «procesualidad» se lleva hasta sus últimas consecuencias.

nera hipertrófica. Tres momentos en la génesis del hecho artístico, tres ángulos de enfoque para la meditación del historiador, tres ámbitos sobre los que debe actuar la transmisión de la imagen de lo ocurrido:

PROYECTUAL ↔ POTENCIAL ↔ VIRTUAL

Si, por ejemplo, posamos la mirada sobre un ejemplo tópico como las *Demoiselles d'Avignon*, obra ampliamente documentada y afanosamente analizada, también se hacen evidentes. El voluminoso estudio, publicado con motivo de la exhibición del cuadro en el Museo Picasso de Barcelona (31), es la clara muestra de una situación límite, por microscópica, en que desemboca la necesidad de abordar exhaustivamente estos tres ángulos de enfoque, sin cuya trinidad de perspectivas se hace imposible conocer en profundidad un hecho artístico de tal trascendencia. Tenemos la conciencia historiográfica de que el lienzo es un verdadero hachazo en el hilo conductor de su plástica contemporánea, de que sólo a partir de su existencia fue posible, entre otras cosas, el lento y concienzudo proceso de investigación estética que llamamos Cubismo, y de que con su presencia y difusión quedaba interrumpida y, a la vez, consumada, una buena parte del devenir del arte de esos «primeros años» de los que habla BOZAL (32). Cómo se gestó. Qué maquinaria visual, intelectual, emotiva y de referencia culturales logró articular. Cómo fue siendo conocida hasta hacer densa su presencia en un determinado momento histórico (33): son los tres ejes que rigen las posibilidades de su comprensión. Como hecho artístico que llega hasta nuestros días, las «señoritas» es, por supuesto, un proceso sin cerrar; todas las obras lo son en la medida en que siguen sujetas a una continua hermenéutica a la que, en este caso, se une una consideración *quasi* totémica. Pero como hecho inserto en su territorio diacrónico inmediato, sólo enfoca el camino para su comprensión global a través de esta óptica «procesual» donde caben,

(31) Catálogo de la exposición *Les demoiselles d'Avignon*, Barcelona, 5-VII-1988, Museo Picasso.

(32) BOZAL, V.: *Los primeros diez años*, Madrid, 1991.

(33) Un rasgo específico del «momento virtual» de las «señoritas», es que fue vista por muy pocas personas hasta su primera exposición pública en 1916 (en la exposición *L'Art Moderne en France*, París, VII-1916, Salon d'Antin, figurando con el núm 129) (Cf. Catálogo de la exp. *Les demoiselles d'Avignon*, *op. cit.*, págs. 572 y ss.).

alojadas, el resto de las ópticas a través de las que su conocimiento va haciéndose creciente.

No estoy proponiendo que la «transmisión de la imagen de lo ocurrido» haga de cada cada objeto artístico una «historia interminable» y salmódica de reflexión. Ello nos llevaría nuevamente a la aporía borgiana. Por el contrario, se trata de activar la conciencia de que esa procesualidad está presente en cualquier material sobre el que aterrizaba la mirada de la historia del arte. La certidumbre de que, precisamente entre los mimbres de esa procesualidad de hecho extendido en el tiempo, puede radicar muchas veces la esencia más significativa de un objeto artístico. Objetos que habitualmente se nos ofrecen como materiales disecados sobre la pared de un museo o encadenados en ese relato parcial e intencionado que es cualquier libro, como materiales presos en esos *grands récits* que flotan en suspensión a manera de factor común del *corpus* de los manuales, las colecciones permanentes, los programas docentes o las innumerables «separatas» con que la comunicación visual transforma el arte en espectáculo de masas, materiales ofrecidos como células de esas «pantallas culturales» de las que hablara Juan Antonio RAMÍREZ hace ya mucho tiempo (34).

De hecho, la específica configuración de lo proyectual o de lo virtual puede diferenciar la identidad y la entidad de objetos (artísticos o no) aparentemente próximos en su fisicidad y en su lenguaje (en su carácter potencial), llegando incluso a determinar la existencia o no de la propia «artisticidad»: La escultura de Tápies y el episodio topológico de un desván recortado por la mirada; la disposición espacio-gestualizadora de las colillas sobre el cenicero mientras hablamos con alguien y el mismo resultado objetual expuesto como instalación en una galería; ya en otro orden de cosas, la escasa difusión de las *pinturas negras* de Goya en su tiempo de origen (35) y la dilatada presencia de cuadros de Soria Aedo en las Exposiciones Nacionales y en los Salones de Otoño madrileños; la arquitectura fungible, pero televisada y videograbada, de la Expo 92 y las láminas que difundieron el monumento a Newton de Boullée y lo han traído hasta nosotros, etc. De

(34) Cf. RAMÍREZ, J.A.: *Medios de masas e historia del arte*, Madrid, 1976, págs. 256 y ss.

(35) El mundo las conoció, sin prestarles demasiada atención, en la Exposición Universal de París de 1878.

hecho, sin esta perspectiva procesual es imposible transmitir el sentido central de ejemplos como el dibujo automático, el arte conceptual, el diseño industrial, o la arquitectura del nacionalsocialismo.

Pero la cultura artística, a diferencia de la musical, la literaria o de cualquier otra, asocia generalmente los tres momentos del hecho artístico a la tangibilidad de un objeto (casi siempre único) sobre el que se asienta el proceso de comunicación visual y la compleja globalidad de sus componentes. Este paso obligado de la comunicación artística por una fisicidad, esencialmente diferente a la de la palabra impresa o el sonido reproducido, es la piedra angular de esa promiscuidad entre objeto artístico y procesos económicos que tanta literatura ha generado en torno a la historia del arte: arte y posesión, arte y transmisión patrimonial, arte y exhibición, arte y mercado, arte y grupos sociales, *prosopon* social del artista... (36). Por ello el hecho artístico no puede desligarse de dos hemisferios de comportamiento, indisolublemente soldados entre sí: el de la COMUNICACIÓN y el de la PRODUCCIÓN. Ambos participan por igual de esa procesualidad.

No pretendo entrar a desbrozar una cuestión tan obvia y, sin embargo, compleja. Solamente reseñarla como parámetro ineludible para una transmisión de la imagen de lo ocurrido, que debe procurar una *dispositio* en el talante hermenéutico del receptor ante determinadas evidencias; por ejemplo, que entre el *Café de noche* de Van Gogh (37) y los murales para el Saló de Sant Jordi encargados por Prat de la Riba a Torres García en 1912 (38), además de irreconciliables diferencias en el orden del lenguaje, la *poiesis*, el *logos*, el *pathos* y el *ethos*, existen otras radicales, las que empiezan a desplegarse a partir del hecho de que el cuadro de Van Gogh no fue nunca encargado por

(36) Gran parte de la sociología (y también del llamado sociologismo vulgar) ha girado en torno a estos extremos: Antal, Hauser, Gimpel, Poli, Heinz Holz, Hoog, Hadjinicolaou... Recientemente se ha reeditado la obra, ya clásica de Raymonde Moulin, *Le marché de la production artistique en France*, (París, 1992).

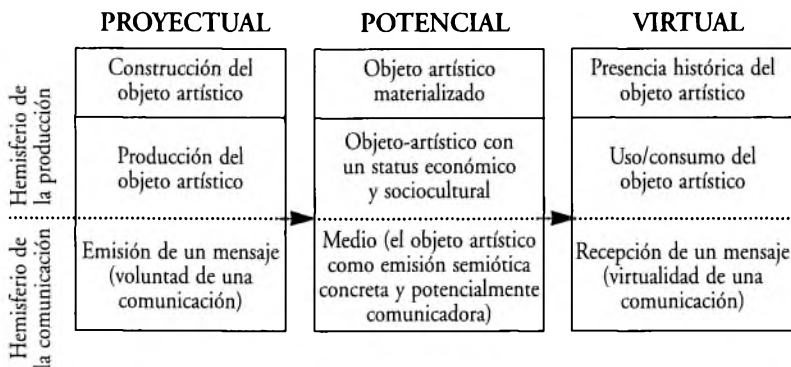
(37) De este cuadro, pintado en 1888, escribió a su hermano Theo: «En mi cuadro del *Café de noche* he tratado de demostrar que un café es un sitio en el cual uno puede arruinarse, volverse loco o cometer un crimen» (Cf. REWALD, J.: *El postimpresionismo. De Van Gogh a Gauguin*, Madrid, 1982, págs. 172 y ss.).

(38) Cf. LUBAR, R.: «Art-evolución: Joaquín Torres García y la formación social de la vanguardia en Barcelona», en el catálogo de la exposición *Barradas-Torres García*, Madrid, 11-XII-1991, Galería Guillermo de Osma.

nadie ni nada que no fuese su propia pulsión interior, expresada a través del hábito antropológico de la expresión pictórica.

Esquemáticamente expresada, la cartografía de esta procesualidad del hecho artístico podría resumirse así:

ÁNGULOS DE ENFOQUE DEL HECHO ARTÍSTICO



EL HECHO ARTÍSTICO EN SU CONTEXTO HISTÓRICO

De alguna manera estamos proponiendo fundamentos epistemológicos para una sociología del arte o para su historia social. Está claro que esta óptica de este tipo debe partir del rechazo frontal de cualquier tentación de reducir a un «álgebra sociologista» las interrelaciones que el hecho artístico plantea al historiador del arte. Aún en el caso extravagante de que ello fuese plausible, los algoritmos necesarios para un procesamiento decoroso de este álgebra reventarían, como en una apasionante fábula, la inteligencia artificial más sofisticada. No parece necesario volver sobre las palabras que al respecto escribieran FRANCASTEL, T. J. Clark o, poco después, DE PAZ o CASTELNUOVO (39). Más bien he querido recordar esos primeros días de

(39) FRANCASTEL, P.: *Sociología del arte*, Madrid, 1972, págs. 7 y ss.; DE PAZ, A.: *La crítica social del arte*, Barcelona, 1979, págs. 31 y ss.; CASTELNUOVO, E.: *Arte, industria y*

clase en la asignatura de Sociología del Arte, en los que puedo aparecer en el aula con un *menuki* de doble *bajra* (40) en la solapa y los estudiantes intentan, infructuosamente, articular la más elemental exégesis sobre mi hermético pin. Resulta entonces muy catártico, tras desvelar el enigma, hablar de la cara que pondrían el orfebre japonés que realizó el *menuki* y el samurai que pudo adquirirlo en una recóndita tienda de Kyoto si se encontraran, súbitamente, ante *Mierda de artista núm 076*, de Manzoni.

Lógicamente, en ese momento se hace también imprescindible ajustar bien las fronteras entre el impacto efectista de la charada y una reflexión elucidante sobre la arquitectura ontológica y la localización en la taxonomía antropológica de la diversidad de objetos que nos toca estudiar a los historiadores del arte.

Pienso que esa relación entre el objeto artístico y su contexto histórico, que para el historiador en ejercicio funciona como una conciencia oculta (que no debe aherrojarle en lo primario, pero que conviene refrescar continuamente), es un telón de fondo esencial para cualquier intento de transmisión de la imagen de lo ocurrido que deba desplegarse, por ejemplo, ante quienes han vivido su adolescencia en un tiempo en el que anunciar automóviles con imágenes de Mondrian era ya un hecho normal que no producía perplejidad alguna. Un hecho obsoleto, alienado de sus fuentes estéticas.

Me propongo ahora trazar una rápida cartografía de ese telón de fondo, con el único objeto de situar la topología que enlaza los referentes de una «perspectiva sociológica». La anterior reflexión sobre el carácter procesual del hecho artístico es un simple prolegómeno a la hora de proceder a la transmisión de su historicidad, ya sea esa que

revolución, Madrid, 1988, págs. 12 y ss.; CLARK, T.J.: *Imagen del pueblo*, Barcelona, 1981, págs. 10 y ss. Sobre estas cuestiones también he incidido en mis textos «Arte y sociedad. Genealogía de un parámetro fundamental» y «La sociología del arte», en el libro de VV. AA. (V. Bozal, ed.) *Historia de las ideas estéticas y de las teorías artísticas contemporáneas*, vol. II, Madrid, 1996, Visor, págs. 109 a 126 y 246 a 278.

(40) El *menuki* es un adorno intercambiable que (desde el siglo IX hasta nuestros días) las espadas japonesas llevan en el interior de la seda trenzada que cubre la empuñadura. Suelen entrañar un complejo discurso iconológico. Raramente, pueden representar la *bajra* del tantrismo, el objeto litúrgico con que el monje tibetano porta la suprema verdad indestructible y el poder de la compasión, objeto que, a su vez, es un arma de percusión que la cultura japonesa rebautiza como *yawara*.

atisba HEGEL o la que enarbola ANTAL, la que presupone PANOFISKY o la que revisa CALABRESE, la que intenta destilar WÖLFFLIN o la que sirve de cimiento oculto incluso a GREENBERG, la que apunta la «semántica moral» del *Serment des Horaces* de David o la que satura el discurso cinematográfico en *Passion* de Godard (41).

Cualquiera de los ángulos de enfoque de esa procesualidad del hecho artístico (proyectual, potencial y virtual) está implicado en el complejo marco de relaciones que articulan su inserción en el contexto histórico. Otra cosa es determinar cómo se manifiesta esta implicación.

Tres áreas básicas constituyen los núcleos alrededor de los que pueden agruparse los factores de esta inserción: ÁREA DEL OBJETO, ÁREA DE LA AUTORÍA y ÁREA DEL CONTEXTO HISTÓRICO propiamente dicha (42). Este esquema tripartito, primario y elemental (alguien ha previsto $\longleftrightarrow$ construido $\longleftrightarrow$ difundido un objeto artístico en un lugar y un momento determinados), no es sino el punto nodular de arranque a partir del cual se cruzan y entrecruzan, inagotablemente, los circuitos de interrelación de la totalidad de factores que articulan el ser histórico del hecho artístico. Circuitos de implicación que, en cada caso, han alcanzado una configuración diferente.

Antes mencionamos a Van Gogh como el autor de un objeto (*Café de noche*) que emanaba de una pulsión de esa consciencia auto-destructiva que envuelve su biografía en el verano de 1888. Pero, además de un grito apocalíptico, *Café de noche* es un cuadro: cuatro listones y un lienzo de forma rectangular y tamaño «colgable», con pigmentos adheridos; una fórmula de comportamiento antropológicamente establecida a través de la que inexorablemente se expresa hasta la tentación de dejar de pertenecer a la realidad normalizada, o de dejar incluso de existir. Objeto, autor, contexto, son ámbitos distinguibles en la cúspide, pero trenzados, ya que son realidades responsables de un proceso: el autor, como individuo que para expresar una si-

(41) En esta producción franco-suiza de 1982 se dan cita innumerables reflexiones sobre la pintura y el cine, desde Delacroix a Delvaux, desde la problemática del «relato» en la estructura de ambos lenguajes hasta la de las problemáticas emanadas de sus respectivas historicidades.

(42) En la medida en que objeto y autor forman también parte de él.

tuación vital se comporta con la **pauta de artista**, es parte del contexto; la propia **naturaleza pautada del objeto/cuadro** como escenario para la proyección vital, es parte del contexto; el propio **contexto inmediato como paisaje** para la desesperación terminal es, etiológicamente, autor; el **cuadro como espacio acotado, generador de relaciones intrínsecas**, sean las que sean, tiene toda la fuerza determinante de un agente autor (la tendrá por lo menos hasta el advenimiento del *ready-made*); el contexto como **realidad percibida y mirada fragmentaria y adjetivamente** es cuadro, objeto artístico (a la manera del *lapsus* lacanian) a punto de testimoniarse en la fisicidad de la obra; el propio autor es obra de arte cuando despliega su ser y su estar sobre el lienzo en cada fragmento de color, en cada línea, en el desequilibrio de la composición, en elementos que traducen ese paisaje de correspondencias emocionales a través del que lo interpretamos.

No estamos abriendo una puerta para el galimatías sofista. El objetivo es recordar la posibilidad que tiene el historiador de transmitir esa necesidad de tomar posiciones hermenéuticas en las inmediaciones de tres áreas bien definidas. Sin por ello obstruir la posibilidad de transitar por los innumerables circuitos de análisis que permiten ir rescatando muchas de las respuestas a esas interpelaciones que la historia del arte plantea continuamente y que deben conocerse no sólo en su resultado sino en el recorrido de su génesis inquisitiva.

Si en vez de Van Gogh el ejemplo hubiese sido Cabanel, las interrelaciones tendrían la «apariencia» de estrecharse todavía más. Con el primero se iba a producir una modificación del contexto en su abanico de posibilidades artísticas; con el segundo, se estaba contribuyendo a la conciencia colectiva de su reproducción. Y esto tiene mucho que ver con la médula de la dinámica del arte de la Edad Contemporánea.

Voy a resumir en un esquema, organizado a partir de estas tres áreas, el conjunto de factores que pueden articular la inserción de cada hecho artístico en su contexto histórico. Es la «carta de navegación» para comprender su dimensión histórico-social. Se trata de problemas conectados entre sí, difícilmente deslindables, trabados mediante vínculos (a veces aleatorios) que, en cada caso, adquieren una naturaleza diferente. Esto último es algo, insisto, que la historia social y la sociología del arte no pueden dejar de transmitir.

Resulta evidente, por ejemplo, que hablar del lenguaje de la arquitectura del hierro debe pasar por una reflexión sobre aspectos materiales y técnicos, sobre la extensión en el tiempo y en el espacio de la revolución industrial, sobre la internacionalización de los mercados que hay detrás de los alardes técnico-arquitectónicos de las exposiciones universales, sobre las necesidades de consumo de los nuevos grupos sociales, sobre el debate teórico entre arquitectos e ingenieros, sobre la teoría y la práctica del diseño industrial, sobre la referencia al vocabulario clásico en la morfología de esa nueva arquitectura...

Pero esta evidencia no es el resultado del espejismo historiográfico producido por la percepción de un juego mecánico de causas y efectos (ese es el juego en el que se ahogó cierta sociología que intentaba convertirse en un álgebra), es algo que debe partir de la convicción de que a los datos de un determinado contexto al que correspondieron ciertas manifestaciones que tuvieron su origen en él, hubiesen podido corresponderle formas de expresión artística radicalmente distintas. De haber sido así, la relación con el contexto habría existido igualmente, pero las claves de la interconexión hubieran sido diferentes, como seguramente lo hubiese sido también el momento siguiente de la historia del arte.

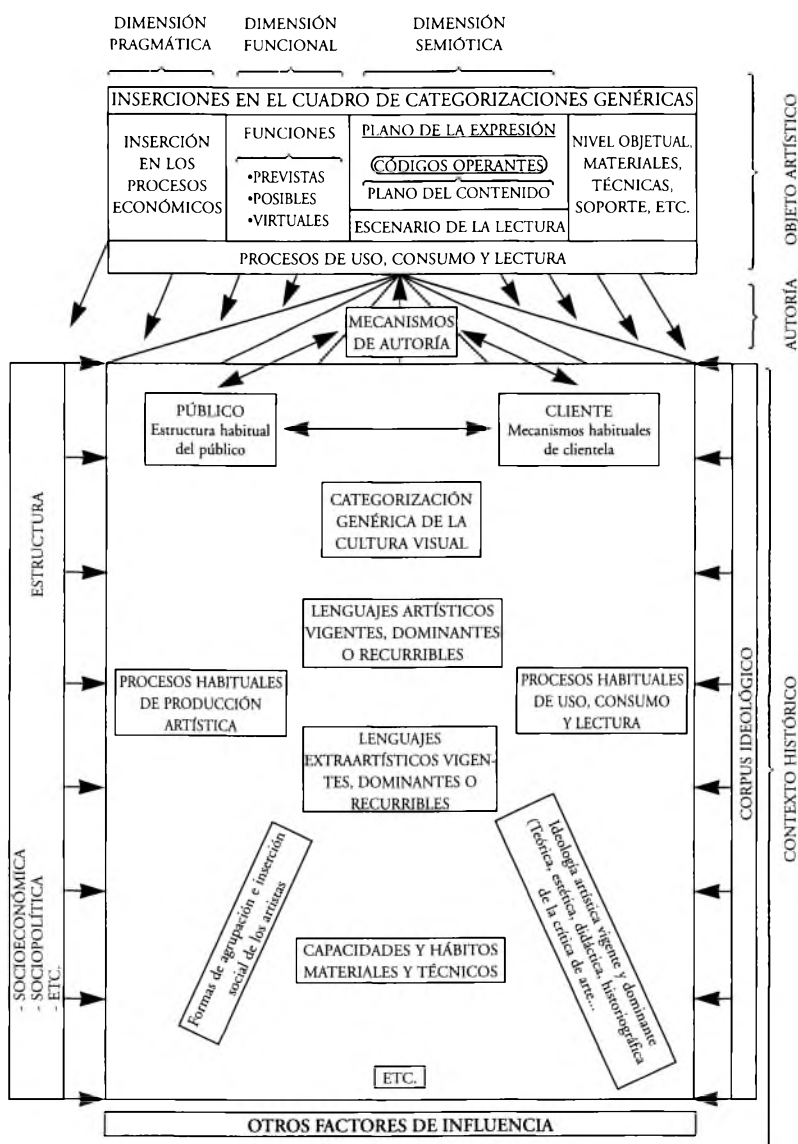
Pero también es necesario abordar la interconexión de factores agrupados en torno a objeto-autor-contexto al hablar de una obra como la *Voie d'acier* (Lieja, 1985), de Carl Andre (43). En apariencia, la distancia relacional entre el objeto y el contexto es mucho mayor que en el caso anterior o que en el que sugeriría esa pintura galante que apoyó el gusto aristocrático (44). Sin embargo, difícilmente es posible imaginar la existencia de una instalación de 25 metros de largo sin que, proyectualmente, se haya tenido la conciencia del escenario de lectura que supone el museo de arte contemporáneo, la gran galería, o la gran colección privada; ello es hablar, a su vez, de las relaciones autor-cliente-público, de procesos habituales de uso, consumo y lectura, de lenguajes artísticos vigentes y específicamente domi-

(43) Cf. el catálogo de la exposición *Carl Andre*, La Haya, 1987, Gemeentemuseum, pág. 162.

(44) Un gusto aristocrático que, como dice Hugh HONOUR para romper los equívocos del mecanicismo sociologista, también estuvo dispuesto a apoyar esa cara antitética que representaba lo neoclásico (Cf. *Neoclasicismo*, Madrid, 1982, pág. 58).

nantes, de inserción en el cuadro de categorizaciones genéricas de la cultura artística, de aura, reproductibilidad, unicidad, objeto/concepto, de valor de cambio, de uso y simbólico, de mercado, de difusión mediática, de ética y de estética, de lógica *versus* empatía... ello es, a su vez, empezar a hablar de Carl Andre, de su lenguaje, de la función y significado que persigue su obra... algo que, sin embargo, requiere también la consciencia de que las mismas condiciones de contexto albergan obras radicalmente diferentes como pueden ser las esculturas de Botero.

EL OBJETO ARTÍSTICO EN SU CONTEXTO HISTÓRICO



Arte y Publicidad

(Acotaciones a un matrimonio irreverente, pero eficaz)

Rodrigo González Martín

Catedrático de Filosofía

Profesor de la Facultad de Publicidad y Relaciones Públicas del
Colegio Universitario de Segovia (Universidad Complutense de Madrid)

PRESENTACIÓN

¿Arte o Publicidad? Este supuesto dilema representa una de las relaciones más conflictivas y, sin duda, más fecundas de la creatividad del siglo XX, integrando en sentidos muy diversos elementos visuales, técnicas, recursos lingüísticos, imágenes, códigos y, por supuesto, mensajes tan opuestos y dispares como próximos e intercambiables. Viene a ser la historia de un matrimonio tan desigual e incluso irreverente al que pocos garantizaban éxito a finales del siglo pasado y al comienzo del actual, cuando se iniciaron los primeros contactos y coqueteos. Como en tantas relaciones es la historia de amor y odio insuperable e inevitable. Inician sus relaciones intercambiando de reojo y en la marginalidad algunos logros técnicos para alcanzar en la actualidad una identificación camuflada y ambigua no exenta de perversión, donde las transgresiones licúan todas las distinciones y conceptos. A lo largo de estas relaciones atípicas llegamos a descubrir un cierto «modus vivendi» ejemplar y específico del hombre de nuestro siglo. Nos ocurre como a Magritte, lo que más detectamos de la creatividad del mundo moderno es la publicidad, pero aquello que más nos identifica y gratifica mágicamente también es la publicidad, superando ficticiamente, a veces, nuestros destrozos biográficos y aligerando hasta la banalidad la incertidumbre de lo cotidiano. Por eso con irónica certeza Jesús IBAÑEZ (1985) recordaba al final de este proceso que «el aire que respiramos es un compuesto de oxígeno, nitrógeno y publicidad»⁽¹⁾.

(1) IBAÑEZ, Jesús: *La publicidad en el capitalismo de consumo*. Eroski (pág. 12), Bilbao, 1985.

No hay que olvidar el contexto en el que nace la publicidad, ya que «el origen y desarrollo de la publicidad va muy unido a una determinada cultura europea y a una transformación precisa de la comunicación en persuasión e influencia, que no puede situarse más allá de las revoluciones modernas, principalmente la económica, que si bien no supusieron una transformación social, política y cultural radicales, y ésta es la principal paradoja de la modernidad, al menos entronizaron a la burguesía como clase dominante y crearon las condiciones para que esta modalidad suasoria comenzara a ser sistemáticamente empleada» (2).

Así que la publicidad nace como un producto típicamente burgués y se desarrolla y consolida en paralelo al modelo de producción capitalista. Desde su génesis la publicidad es el reflejo de una economía industrializada y comercializada cada vez más intensiva y extensivamente, cuyo objetivo fundamental es alcanzar el máximo grado de beneficio y la mayor cantidad de consumo masivo. Su anverso es paralelo al desarrollo del modelo de Estado-nación liberal-burgués, centralizado y secular, con su creciente retórica e ideología de participación política de masas.

Desde esta perspectiva, el análisis de la publicidad no sólo sirve para conocer la historia, sino que puede revelarnos una visión inédita de la misma. Progresivamente va dejando de ser un simple instrumento comercial para constituirse en una propuesta comunicativa global, proponiéndose a sí misma como una alternativa más de consumo simbólico y cultural, que acude e integra múltiples medios expresivos para provocar efectos identificadores máximos en los públicos receptores. Así que la «publicidad, en tan sólo cien años, ha pasado de ser la expresión ingenua del individualismo y la sensibilidad burguesa a transformarse en uno de los factores condicionantes de la producción y del consumo, invadiendo todo el espacio comunitario, ya sea público o privado, de la sociedad actual» (3).

En el caudal incesante de imágenes en el que estamos inmersos, a veces violentas, a veces gratificantes, siempre invasoras y dominantes,

(2) GONZÁLEZ MARTÍN, Juan Antonio: «La publicidad española: orígenes y consolidación», en ÁLVAREZ, J. T. (Coord.), *Historia de los medios de comunicación en España* (pág. 141), Ariel (1989), Barcelona.

(3) GONZÁLEZ MARTÍN, J. A., *ibidem*.

la imagen publicitaria cobra un relieve y un protagonismo especiales. Ella es en gran medida la responsable del acoso y bombardeo constantes al que nuestra sorprendida retina e imaginación están sometidas. La publicidad es la encargada de tejer y destejer buena parte del velo de simulacro y de ficción seductora que cubre la realidad.

En este interesado juego de simular, crear formas sugerentes, inventar imágenes seductoras, urgir nuevos lenguajes, potenciar y jerarquizar códigos expresivos... para mejor simbolizar y sobresignificar los objetos del universo cultural en el que se instala el hombre moderno con la pretensión de hacer más habitable la cotidianeidad, la publicidad y el arte moderno se necesitan y se ignoran con mutuos recelos e intercambios.

A lo largo del siglo se han generado distintos encuentros entre el Arte y la Publicidad, que en buena medida han servido como marco de revisión y puesta a punto de las conflictivas relaciones. Habría que recordar algunas secciones de las llamadas Exposiciones Universales, así como las Exposiciones de las Artes Decorativas, por ejemplo, la de 1925, en la que se descubre la gran aportación formal de las vanguardias soviéticas.

Ya en 1955 el Museo de Artes Decorativas de París organiza una exposición con el título *Art et Pub dans le monde*, cuyas conclusiones provisionales fueron las siguientes: La publicidad es fuente y eco de las búsquedas de los artistas y tiene el papel de divulgadora de las revoluciones del arte moderno. Aunque entonces se hacía demasiado hincapié en el artista creativo que aportaba algo nuevo al mundo del cartel publicitario, como medio casi exclusivo del lenguaje publicitario.

Pero desde entonces hasta hoy las relaciones entre el arte y la publicidad han cambiado mucho. De 1990 a hoy se han organizado un buen número de muy significativas exposiciones que, de manera coincidente y con carácter de urgencia y necesidad, han venido a profundizar en la última década del siglo en las relaciones cada vez más estrechas y confusas entre el arte y la publicidad. Me refiero, entre otras muchas, a exposiciones como: *Image World: Art and Media Culture*, las grandes exposiciones retrospectivas individuales sobre *Andy Warhol*, sobre *Henri Toulouse-Lautrec*, los grandes movimientos vanguardistas como el *Futurismo*, las vanguardias rusas y soviéticas (*Suprematismo* y *Constructivismo*), el *Independent Group*, la gran exposi-

ción sobre la posguerra británica y la estética de la abundancia, la exposición del MOMA de Nueva York titulada *High & Low: Modern Art and Popular Culture*, o la exposición multidisciplinar y de inevitable referencia del Centro de Arte Georges Pompidou de París titulada *Art & Pub*, bajo la dirección de Anne Baldassari.

Se ha repetido insistentemente que estas exposiciones se ocupaban entre otros objetivos de «bajarle los humos» a la Cultura y al Arte con mayúsculas, introduciendo el mundo de la imagen comercial, repetitiva, circunstancial y mediática de una manera festiva y contracadémica en los Museos, hasta hace poco tiempo sacrosantos espacios de ritualidades elitistas y de mensajes inaccesibles. Se quebraba así no sólo el contenido, sino también el continente. Se alteraba tanto la objetualidad fetichista del arte, aquel «aura» del que hablara W. Benjamin, como el territorio de ubicuidad vertical y de horario restringido que representaban los rancios museos, por más artilugios tecnicistas que incorporaran.

El público en general ha consumido así, bajo las formas de evidencia enlatada, aquello que a artistas, teóricos y críticos ha venido preocupando desde el *Pop-art*, sin olvidar la herencia del maestro M. Duchamp y los otros grandes de las vanguardias históricas: la redefinición del concepto tradicional de arte, la puesta en duda de los métodos artesanales y la cada vez más importante y decisiva vinculación de las nuevas tecnologías y el arte, generando y multiplicando seriamente toda posible creación y condicionando así la percepción de lo real hasta modos novedosos e insospechados de visión. (4)

Estas exposiciones son testimonios de cien largos, conflictivos, pero fecundos años de convivencia entre el arte y la publicidad. Documentos y objetos expuestos se preguntan, se interrogan y se observan mutuamente. No hay intención ni tampoco necesidad de legitimar la publicidad dentro de la institución cultural. Estas muestras tienen por objeto «relanzar el debate y responder a una necesidad de arbitraje cultural en lo que se refiere a las interrelaciones entre el arte y la publicidad» (5). No hay sistematizaciones complejas, ni grandes argumentos ni discursos necesitados de fundamentaciones epistemo-

(4) POLANCO, Aurora (1991).

(5) BALDESSARI, Anne (1991).

lógicas exigentes y ajustadas. Tampoco se buscan conclusiones definitivas. Metodológicamente se intenta más «mostrar» que «demostrar». Se plantea una cuestión que ininterrumpidamente se mantiene a lo largo del siglo. Se trata de hacerse cargo de una pregunta que por la vía fáctica se impone con tozuda evidencia: ¿Qué extraña e inevitable relación han mantenido siempre el Arte, incluso con mayúscula, y la publicidad? ¿Qué se dan mutuamente, qué se prestan desconfiadamente, qué tipos de intercambios se toleran y hasta qué límites? ¿Qué uniones, síntesis, tensiones, oposiciones y deudas se cruzan? Son dos sistemas de invención de signos y de símbolos que necesariamente tienen que encontrarse, ya que en realidad pretenden ocupar y actuar sobre un mismo territorio: el deseo mil veces camuflado y la ficción pretendidamente objetivada.

Tanto el arte como la publicidad intercambian identidades y codificaciones, mezclan herencias hasta el mestizaje, fusionan lenguajes hasta el agotamiento. El arte y la publicidad se desarrollan y se cumplen en un mutuo juego disolvente de especulación, consumo, simbolización y objetualidad en un universo cada vez más globalizado e indiferenciado de comunicación.

GRANDES MOMENTOS EN LAS RELACIONES ENTRE EL ARTE Y LA PUBLICIDAD

Eliminando metódicamente otras pretensiones, se trata ahora de realizar un sumario recorrido teórico-histórico por los hitos más representativos de las relaciones entre el arte y la publicidad a lo largo del siglo XX. Recordando a grandes autores o tendencias y movimientos de la creatividad reciente se pretende mostrar y evidenciar la renovación del lenguaje visual, así como la ampliación del imaginario colectivo, que ha rentabilizado los progresos tecnológicos y sintácticos, dando nuevas funciones a los códigos y nuevos valores a los signos, sobresignificando imágenes y contaminando proyecciones y fantasías.

1900, el cambio de siglo

La publicidad supera los límites del mero texto con sencillas ilustraciones y dibujos descriptivos, incorpora los grandes avances técni-

cos en los procedimientos cromolitográficos (gran formato, incorporación del color, imagen más definida...), iniciando el desarrollo del cartelismo ilustrado. Será la gran época del cartel artístico y publicitario, con una nueva y atractiva visualidad, centrada en formas y composiciones, imágenes y textos, que reclaman la atención y provocan una amplia y desconocida emoción. Hay un cambio radical en la vida urbana al llenarse de nuevas imágenes de color nunca vistas hasta entonces.

De J. Chéret, el Tiépolo del cartelismo, en expresión de John BARNICOAT (6), a A. Mucha, al *Art Nouveau* utiliza el cartel como el medio más revolucionario e idóneo para difundir sus variadas actividades en las más diversas áreas de la creatividad y sus optimistas presupuestos artísticos.



(6) BARNICOAT, J.: *Los carteles, su historia y lenguaje*. Gustavo Gili (1976), Barcelona, pág. 20.

Sin mayores disquisiciones ni escrúpulos, a los artistas «modernistas» (7) la publicidad les sirve para intervenir en el entorno urbano emergente y en el espacio doméstico cada vez más democrático y estetizante. El cartel se convierte de inmediato en el medio más exitoso, así como en el lenguaje más adecuado y eficaz para transmitir los mensajes comerciales con suficiente fuerza, claridad y atractivo, captando así de manera contundente la atención de todos.

Superando iniciales reticencias modernistas a la máquina e integrando felizmente dos estéticas, la eficacia de la creciente racionalidad instrumental de la producción, por una parte, y la sobreabundancia barroca y sinuosa de los elementos gráficos vegetales, por otra, el arte y la publicidad abren un nuevo espacio en el que «la propia mercancía se exhibe: el embalaje, el *package*, empieza a ser fundamental... La mercancía impone así una presencia banal y ambigua, a la vez objeto, signo y simulacro, con la que se confrontarán las vanguardias a principios de siglo» (8).

Es inevitable recordar cómo el cartel sale e invade la calle gozosamente para unos (Francis JOURDAIN), para otros escandalosamente (Michel ZÉVACO), de la mano de la creación siempre genial de H. Toulouse-Lautrec. El cartel se consagra con él en el nuevo y sorprendente medio de comunicación artística y publicitaria. Las figuras de sus obras no son idealizadas, al contrario, son retratos y apuntes de la realidad, de la vida misma, y que sirven curiosamente como reclamo de la vida misma y sus diversas y variopintas actividades: el teatro y el cabaret, el comercio, los viajes... La producción cartelística de Toulouse-Lautrec no es muy extensa, pero ahora reconocemos que su influencia en la determinación del lenguaje y de las funciones del cartel fue decisiva.

Constatamos así que en los comienzos del siglo XX se consolida el lenguaje de la publicidad integrando plenamente el componente estetizante en sus mensajes, consiguiendo un alto sesgo espectacular. Los nuevos códigos icónicos, tipográficos, cromáticos, formales... refuerzan gratificadamente la identidad de marca emergente de los

(7) De sobra es sabido que el *Art Nouveau* también se conoce como Modernismo, Estilo floreal, *Modern Style*, *Sezession*, *Jungstyle*, *Liberty Style*..., según los países o las tradiciones estéticas.

(8) BALDESSARI, Anne: *Art & Pub*. Centre G. Pompidou (1991), París, pág. 40.

nuevos productos. La publicidad, cada vez más expansiva e impactante, dota al producto de imágenes, logotipos, eslóganes... novedosos y necesarios para distinguirlos de otros productos y luchar así más eficazmente con la competencia. Desde entonces la publicidad contribuye a crear imágenes que doten de identidad visual y simbólica a los objetos que de forma masiva van invadiendo la nueva sociedad.

El mundo del consumo se amplía en correlación con la ampliación del mundo productivo a todos los campos. La publicidad asume de forma cada vez más definida la función de identificar al producto y orientar la conducta del posible consumidor, sorprendido por la variedad y abundancia creciente de la oferta y fascinado por el atractivo y la belleza de los mensajes tanto en los medios técnicos como en las formas e iconografías.

El arte contribuye a crear la imagen de marca como signo esencialmente visual, que irá cambiando radicalmente la fisonomía de la economía y de la sociedad, especialmente en el ámbito urbano. Surgen así las primeras campañas de marca en sentido estricto: Odol, Kodak, Coca-Cola, Lu... Mención muy especial merece, aunque aquí tan sólo le mencionemos, P. Behrens (1868-1940), auténtico primer gran demiurgo de la emergente comunicación empresarial, ya que une arquitectura, diseño industrial y gráfico, cartelismo, publicidad y relaciones públicas en la marca A.E.G. a principios de siglo, humanizando el entorno tecnológico y anticipando en buena medida futuras estrategias creativas y comerciales.

Emerge sin duda una nueva constelación signica y pictográfica que reviste generosamente la mitología del consumo como nuevo entorno de realidad.

La herencia de las vanguardias históricas

El avance de las técnicas y de los lenguajes publicitarios que van acompañando a la expansión de la industria y del comercio desde finales del siglo XIX, se ofrece a las vanguardias artísticas históricas del primer cuarto de nuestro siglo, que, según los casos, aceptan o rechazan.

zan la «invitación» a participar en esta práctica de creación de signos y de símbolos. La posición que los protagonistas del arte moderno establecen con la publicidad pudiera convertirse en punto de inflexión y criterio clave para entender su relación con el entorno socio-económico y político-cultural.

Dando ahora por buena la propuesta de M. McLuhan de que «el medio es el mensaje» (9) a partir de las vanguardias la diversificación de los lenguajes, la experimentación creciente de los soportes y de los medios, así como provocación de las nuevas técnicas, marcará la evolución tanto del arte como de la mensajería publicitaria: el cartel, el embalaje, los luminosos, la arquitectura comercial tan sugerente y tan evanescente, la fotografía, la radio, el cine...

Se producirá un cambio radical: del coche de caballos y el cartel en los muros como única provocación visual se pasa al automóvil, a la electricidad, a los anuncios luminosos... al teléfono, la creciente importancia de los transportes colectivos en la nueva y cada vez más expansiva ciudad. Este ritmo trepidante, la búsqueda de sus múltiples significados y la urgencia en encontrar nuevos lenguajes que permitan describir con fuerza y atención las nuevas experiencias, será el tema predilecto de las vanguardias artísticas.

Los Futuristas están fascinados por los «ritmos visuales» de la nueva sociedad. Aceptan sorprendentemente la publicidad como lenguaje novedoso, pero adecuado para transmitir sus postulados e ideales estéticos: explorar el dinamismo de la máquina, la producción industrial y la velocidad en las nuevas formas e imágenes.

Quieren vivir en simbiosis con su tiempo y utilizan sobremanera los métodos publicitarios para difundir sus ideas y provocaciones: la prensa para publicar el Primer Manifiesto Futurista en *Le Figaro* en París, en 1909; eslóganes llamativos y provocativos, representaciones teatrales sorprendentes. F.T. MARINETTI creará la estética futurista con «Palabras en libertad futuristas» (10). ¡Palabras en libertad! Audacias tipográficas, la escritura como territorio de visualidad donde prima la organización y la composición rupturistas y quebradas y donde

(9) McLuhan, M., y colaboradores: *El medio es el mensaje*. Paidós (1980), Barcelona.

(10) MARINETTI, F.T.: *Les mots en liberté futuristes*. Edizioni futuriste di «Poesia» (1919), Milano.

las onomatopeyas y los ritmos sonoros aportan significados sorprendentes e imprevistos hasta entonces. Una pléyade de autores amplían y enriquecen la tendencia: P. Buzzi, F. y P. Cangiullo, Tato, U. Boccioni, C. Carrà, el grafista A. Soffici y tantos otros.

Mención aparte merece F. Depero, miembro de la segunda generación futurista, quien representa paradigmáticamente las relaciones más fecundas entre el arte y la publicidad antes y después de la Primera Guerra Mundial. A partir de la estética futurista integra las herencias cubistas y constructivistas produciendo obras y formas decisivas para el mundo publicitario: uso del color, nuevas figuraciones, imágenes reductivas, sus famosas arquitecturas habitables a base de textos y signos comerciales reforzadas tipográficamente y sus personajes-emblemas (*pupazzi*), auténticos anuncios andantes. Merece la pena recordar sus creaciones para Campari Bitter, la revista *Vanity Fair*, Cicli Bianchi... En 1919 crea una Casa dell'Arte, que funciona como una auténtica agencia de publicidad, con trabajos para la marca Campari especialmente.

Las relaciones entre el Cubismo y la publicidad también son en extremo complejas y fecundas. Entre otras características el paso del llamado cubismo analítico al sintético se explica por la aparición en sus obras de fragmentos de la realidad cotidiana con permanentes y sorprendentes alusiones a marcas comerciales bien conocidas entonces y a mensajes publicitarios. Pedazos de una realidad fragmentaria no representada miméticamente, sino presentada objetualmente. Esto viene a suponer el primer gran homenaje del sujeto al objeto en el arte contemporáneo. También en el cubismo se produce una inversión epistemológica y un desplazamiento del sujeto al objeto. La quiebra del sujeto permite, favorece y exige que el objeto ocupe fenoménicamente su lugar. «¡Exhíbete objeto!», se convierte en un auténtico eslogan publicitario de la nueva estética y de nueva cultura.

Picasso y G. Braque utilizan en sus «naturalezas muertas» recortes de cajetillas de tabaco, etiquetas de bebidas, cabeceras de periódicos... La inclusión en la composición del mismo objeto o del signo que lo designa enlaza con el rechazo a la representación figurativa por la presentación directa o «la abstracción lingüística». Manipulando sutilmente estos niveles de significación las obras cubistas unen letras

e imágenes, tipos y grafos, signos y objetos, de un mundo cada vez más denotado y connotado por la publicidad.

En ningún caso deberíamos olvidar la contribución técnica y estética de los cubistas con los famosos «papiers collés» (los «collages»), que se han convertido con diferencia en una de las técnicas y estrategias sintácticas fundamentales del siglo XX. La opinión de Picasso: «No busco, encuentro», es toda una declaración de principios sobre el carácter sintético, de amalgama, de integración de la creación artística del siglo. Del *collage* al *tecnocollage*, pasando por el ensamblaje y el acumulacionismo hay todo un devenir de declaraciones tecnico-lingüísticas que trasvasan actitudes y referencias entre el arte y la publicidad. En fin, el *collage* es una metáfora de nuestra cultura, según A. MOLES (11).

Así mismo, habría que recordar a dos artistas especialmente influyentes en este contexto: F. Leger y S. Delaunay. Partiendo del Cubismo el primero hace una aportación muy valiosa al lenguaje publicitario. Fascinado y sorprendido por el universo industrial de su tiempo hasta el compromiso plástico y vital incluye en sus obras los ritmos y los colores de la técnica, las composiciones contundentes y eficaces, la visualidad compleja y agobiante del entorno urbano y técnico. El lenguaje de Leger es tan definido como popularizado. Su teoría del «color libre» (1918) influirá en todos los cartelistas franceses posteriores: Cassandre, Loupot, Colin... Siempre se recuerda el cambio estético y el influjo enorme, según el mismo autor cuenta en su correspondencia, que le produjo el viaje a Nueva York en 1942, quedando fascinado por la «arquitectura publicitaria» de la ciudad. De Nueva York a H. Matisse le fascinaba la luz; a Leger, por el contrario, el impacto visual de los mensajes publicitarios.

Con Sonia Delaunay el lenguaje de las vanguardias y de la publicidad se hacen cómplices. Fascinada por la iluminación urbana y por los anuncios de neón, realiza entre 1912 y 1914 sus primeros «diseños eléctricos». A partir de ese año realiza carteles y anuncios publicitarios para marcas como Michelin, Zénith, Printemps, Dubbonet... Son grandes maquetas de papel recortado en las que texto y color interactúan sus trazos simultáneamente. En los años 30 retoma sus pro-

(11) MOLES, A.: *Sociodinámica de la cultura*. Paidós (1978), Barcelona, pág. 68.

yectos gráficos y crea nuevas propuestas eléctricas en trabajos publicitarios para las firmas Zig-Zag y Micatube.

Frente al desastre de la Gran Guerra el Dadá pretende descubrir el trasfondo irracional del mundo con sus actitudes provocadoras, antimilitaristas y rupturistas. Los dadaístas no dudan en recurrir a los procedimientos y estrategias de los anuncios publicitarios para hacer más extensivos y eficaces sus radicales críticas al entorno. De los mensajes absurdos y antipublicitarios, como «Dadá no significa nada», a los mensajes meramente propagandísticos, como «Dadá vencerá» o «Dadá lo subleva todo», hasta los falsos anuncios, como «Se vende: Gran castillo gótico con parque pesado y sin gracia. Dependencias», del genial Erik Satie, el movimiento dadaísta juega intencionadamente con las ambigüedades y paradojas del lenguaje y del sentido común ilustrados y organizados según las fórmulas habituales de la publicidad. Lo lúdico se convierte en serio y lo serio en carcajada absurda y provocación.

Con las obras de T. Tzara, F. Picabia o Man Ray se produce «un reencuentro violento, pero exitoso y anticipador, entre el arte y la publicidad, guiado por el asentimiento a la lógica de la supremacía comercial» (13).

Tres grandes autores cabría reseñar en este contexto: R. Hausmann, creando asociaciones visuales y tipográficas insólitas, poderosos e impactantes «collages» con gran variedad de materiales, incluyendo fotografías. Imágenes descontextualizadas y manipuladas plásticamente, que muestran una ambigua e inquietante conflictividad icónica, así como una cruda irracionalidad de las mismas imágenes. Violencia visual y artificiosidad retórica.

K. Schwitters radicaliza hasta el final los presupuestos del dadaísmo al «practicar la confusión de los géneros» y creando marca incluso de sus propios «collages», los llamados por él mismo «Merz», como sílaba relevante de la palabra «Komerz» (Comercio), donde la estrategia publicitaria es más que anecdótica. Se presentan y entrelazan elementos dispares y contradictorios en busca de la «obra de arte total», pretensión más retórica que objetiva, más lingüística que artística, más

(13) HUICI, Fernando.: *Arte y Publicidad*. Documental sobre Arte y Publicidad. TVE (1991), Madrid.

publicitaria que real. Se realizan composiciones muy libres con residuos y despojos del lenguaje publicitario y comercial, pero resignificándolos. Contexto y discurso como nuevo espacio estético. Con Schwitters se ponen a prueba los signos de reconocimiento del mundo moderno. En 1924 crea una agencia de publicidad y de diseño industrial y realiza numerosos trabajos para firmas como Pelikan, Phillips y Bahlsen. Tipografía y geometría con colores y significados sorprendentes orientan sus búsquedas e identifican sus creaciones.

El tercer personaje es M. Duchamp, por sí mismo obligada referencia de toda la mitología individual de la creatividad de nuestro siglo. Crea sus conocidos «ready made», objetos banales y de desecho sin manipular convertidos en objetos artísticos por gracia de la designación del artista. Todo viene a suponer una revisión hipercrítica a fuerza de descontextualizar aquellos objetos producidos por la técnica. La publicidad propone al arte signos desmitificados para que el artista asuma el casi mágico compromiso y riesgo de volver a nombrarlos en un contexto nuevo propiciando así un nuevo discurso. Cada vez más el arte asume el compromiso de reinventar lo real, de desvelar lo oculto, de hacer patente aquel significado desconocido e imprevisto y así atreverse a exponerlo.

Otra gran tradición vanguardista corresponde a las llamadas vanguardias rusas primero y soviéticas después. Entre estos movimientos cabría recordar al Constructivismo, al Suprematismo, al Cubofuturismo, al Formalismo..., que se desarrollan de forma original y potente durante el primer periodo revolucionario hasta la famosa «purga» de 1925, ya con Stalin en el poder. Para todos ellos era un objetivo fundamental transformar las condiciones objetivas de la sociedad y de la vida humana desde la creación artística, y la Revolución de Octubre se presentaba como la oportunidad histórica para conseguirlo. Por fin, las vanguardias encontraban su momento. Los discursos utópicos de los estetas se podían objetivar histórica y socialmente. Del Constructivismo al Productivismo se adopta una opción radical sobre las relaciones entre el arte y la sociedad a partir de los nuevos lenguajes e impactos visuales.

La publicidad adquiera un nuevo sentido más allá de las relaciones de explotación del modo de producción capitalista. Nace así una publicidad más pedagógica e ideológica que productiva y consumista.

Hay muchos y muy importantes actores en esta revolución, tales como: Malevitc, Moholy-Nagy, El Lissitzky, Stepanova, Popova... entre otros.

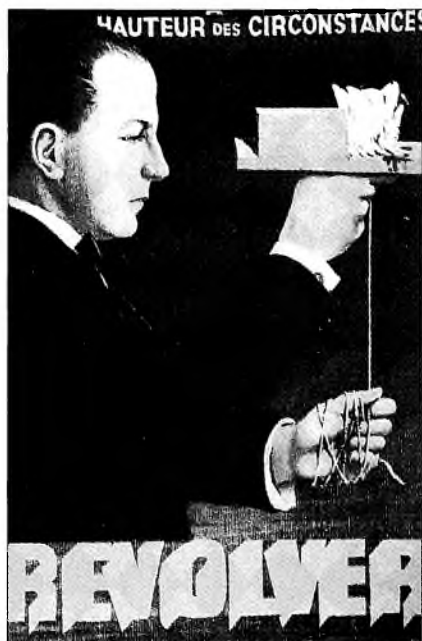
En 1923 Rodtchenko y Maïakovski crean su propia firma y realizan una cincuentena de proyectos para las industrias y almacenes estatales, como Goum, Mossel Prom., Goscidat, Oficina de Té, Dobrolet..., que abarcarán carteles, paneles de reclamo, embalajes, anuncios luminosos, arquitectura publicitaria, diseño gráfico e industrial, moda personal o doméstica... Maïakovski, autor de los eslóganes, les ponía música al piano. Rodtchenko les buscaba las imágenes. Crean fotografías contundentes y fotomontajes revolucionarios. El Pabellón de la URSS de la Exposición de la Artes Decorativas de 1925 en París fue realmente impactante, ya que en él se presentaron todas estas revoluciones. El mismo pabellón, obra del arquitecto Melnikov, incorpora un proyecto revolucionario: la fachada del edificio es una gran pantalla, el espacio integra los elementos del texto, la imagen fotográfica, la señalética... todo está integrado sorprendentemente.



Por lo que se refiere al Surrealismo, es fácil convenir que aporta a la imaginería del siglo xx un buen número de fantasías, iconografía altamente mágica e imágenes oníricas, rupturas de los esquemas de representación, estrategias perversas en los modos de ver, guiños textuales, misterios referenciales explosivos y perturbadores, figuras retóricas muy tópicas, narraciones altamente poetizantes, lenguajes y discursos novedosos e inquietantes... que serán utilizados a partir de ahora una y mil veces por la publicidad. También hay que recordar la enorme importancia que tuvo el Surrealismo en otros medios, soporres y técnicas, de modo muy especial el cine, con la mención más que necesaria de nuestro cada vez más genial L. Buñuel. Entre lo irracional como impulso generador y el automatismo como antimétodo el Surrealismo viene a ser una metamorfosis de la tradición y una subversión de las referencias de nuestro anclaje habitual a la realidad establecida. Aunque sorprendentemente, como en buena medida le ocurre a la publicidad, el Surrealismo transmuta todo a excepción de los códigos.

Será sin duda R. Magritte quien mejor represente las confusas y sin embargo muy fértiles relaciones entre el arte y la publicidad en la estética surrealista. Él encarnará perfectamente esta íntima relación de amor y odio entre la publicidad y el arte. Renunciando y abominando públicamente de la publicidad, simultanea ambos territorios y trasvasa y contamina continuamente sus recíprocas herencias, llegando a crear de 1931 a 1936 un estudio publicitario llamado Dongo, con considerable éxito profesional. Será muy frecuente esta situación entre los artistas de nuestros días, vivir de la publicidad para invertir después lo allí obtenido en creaciones y proyectos más arriesgados. También para el arte la publicidad en buena medida es fuente de financiación, como para tantas y tantas otras actividades de distintos ámbitos.

Magritte representa un estilo limpio y pulcro en lo formal, una redundancia no agobiante del texto, unas asociaciones de imágenes insólitas y provocativas, una intensificación elegante de las contradicciones entre lo real y lo irreal, «lo irreal es el verdadero molde de lo real», solía decir con insistencia, que le llevaba al desdoblamiento de la visión del mundo domésticamente interiorizada y burguésmamente aceptada en lo social. Magritte encarna la profunda y paciente revolución de la mirada, el éxito de la ficción y el poder del enmascaramiento, como quiebra de lo normal, mejor, de lo normativo. Siempre



recordaremos sus creaciones: Tonny's toffée Antoine, Cigarrillos Belga, Perfumes Mem...

Vemos que con frecuencia aparecen creadores altamente representativos que se sitúan ambigüamente entre la publicidad y el arte, aceptando de uno y otro territorio lo que más les interesa e intercambiando con resolución y fecundidad lenguajes, imágenes y códigos. Pero sin duda podríamos recurrir a A.M. Cassandre como ejemplo relevante de una actitud muy especial, y en la que observamos una clara inflexión, y que va a marcar las relaciones entre el arte y la publicidad en la segunda mitad del siglo. Asume perfectamente la herencia de las vanguardias históricas y representa modélicamente la polémica sobre la apropiación o la desnaturalización de la herencia de las vanguardias al aplicarla a otros escenarios de la producción y de la creación artísticas. Esta polémica estará viva hasta la Exposición de 1955 que comentábamos al comienzo de este trabajo. Se crea una publicidad sofisticada y exquisita, técnicamente perfecta y de gran eficacia comunicativa,

con connotaciones muy gratificantes y proyectivas, que representan perfectamente la estética de un movimiento no excesivamente bien considerado, pero que para estudiar el tema objeto de este trabajo tiene una importancia excepcional, el llamado Art Deco.



Muy probablemente la comunicación publicitaria le deba al llamado «lenguaje Cassandre» su configuración más coherente, estructurada, atencional y exquisita. Baste para ello enumerar algunos elementos de su lenguaje: Una perfecta objetivación en la representación del producto anunciado, la creación sugerente de un espacio envolvente mediante el uso atrevido pero perfectamente geometrizado de la perspectiva, la sobredimensión del primer plano dando entidad visual y emocional al producto, el gran contraste de escala entre los elementos compositivos, sobreacentuando la perspectiva y connotando el mensaje, la exageración del punto de vista del creador transmitiendo gran afectividad y efectividad al espectador con una puesta en es-

cena (14) del producto tan cuidada y, finalmente, gama de colores oscura y apagada perfectamente equilibrada, donde priman los colores terciarios motivados por las graduaciones del aerógrafo y alejada de los colores compactos y primarios del movimiento moderno.

Finalmente, debemos, al menos, mencionar en este sumario recuerdo de los grandes intercambios entre el arte y la publicidad en la tradición de las vanguardias históricas al llamado «movimiento moderno», integrando en él la herencia formalista de las vanguardias soviéticas (A. Rodtchenko, L. Moholy-Nagy, El Lissitzky...), la ambiciosa y compleja herencia de la Bauhaus (L. Kassak, H. Bayer, M. Burchartz, J. Schmidt...) y las propuestas reductivas del Neoplasticismo holandés (P. Mondrian, Th. van Doesburg, G. Vantongerloo...). «La utopía moderna» (15) se caracteriza por un gran cúmulo de innovaciones absolutamente definitivas en la creación estética, en la producción del objeto artístico y en la creatividad publicitaria en particular, que se han convertido en herencia irrenunciable hasta hoy día.

También de forma muy breve resumimos estas contribuciones en las siguientes notas: La elaboración de un diseño analítico muy definido e influyente, la construcción de un lenguaje interdisciplinar: pintura, diseño, arquitectura, moda, publicidad..., se crea un fuerte y estabilizado diseño tipográfico formal que condiciona la imagen publicitaria, se refuerza y da una importancia creciente a la funcionalidad integrada y coherente ante una creatividad descontextualizada, a veces sin sentido y en todo caso difícil de interpretar y de descodificar como ocurriría en algunas vanguardias anteriores. Todas estas características hace que la publicidad alcance la madurez sintáctica y semántica plena a través, por ejemplo, del famoso Taller de Tipografía y de Publicidad bajo la dirección de Herbert Bayer, desde Dessau a Berlín. Arte y técnica se integran, un nuevo concepto de «arte universal» surge, se crea el llamado «estilo Bayer», intentando ser fieles a un principio: «En publicidad hay que hacer lo que otros no pueden hacer» (16), según W. Matthes, fundador con Bayer de la agencia Dorland en Berlín.

(14) No en vano a Cassandre se le conoce como «el primer director escénico de la calle». Derouet, Ch.: *Art & Pub*.

Idem, pág. 366.

(15) NEUMANN, Eckhard.: *Art & Pub*, *idem*, pág. 306.

(16) *Ibidem*, pág. 318.

En la memoria de la creatividad de nuestros siglo quedan como hitos relevantes algunas campañas para las marcas más conocidas, como: Pelikan (El Lissitzky), relojes Moser (A. Rodtchenko, en colaboración con el poeta Maïakovski), Persil (R. Michel), Bazaar Harper, Olivetti, Blaupunkt, Olimpia (H. Bayer), muchos diseños de periódicos (J. Itten y F. Dicker) y tantos y tantos otros.

También es necesario recordar en este contexto la aparición de un diseño arquitectural capaz de contener en sí mismo todos los elementos del lenguaje publicitario, por ejemplo, los totems publicitarios callejeros y las cabinas telefónicas de Robert Michel, los quioscos para prensa de H. Bayer, la Casa de la Publicidad de Oscar Nizchské, el Pabellón Nestlé de Le Corbusier...

No deberíamos olvidar que a causa del exilio como consecuencia de la Segunda Guerra Mundial, buena parte de estos artistas sientan las bases del influyente diseño americano, introduciendo un aire y una estética nuevos en la comunicación publicitaria americana inéditos hasta entonces, como la campaña de American Container Corporation.

Otro elemento publicitario del movimiento moderno serán los letreros luminosos y las vallas, hasta convertirse en auténticos medios, llevando los signos de marca hasta el mismo paisaje urbano. Estos medios tienen tales virtualidades plásticas y comunicativas que en seguida artistas, diseñadores y arquitectos se apropiarán de él. Palabras en el espacio, arquitecturas tipográficas, paisaje publicitario, nueva ciudad repleta de signos. Los sueños futuristas y dadaístas de habitar en las palabras se van cumpliendo inequívocamente y en gran medida gracias a los medios, técnicas y mensajes publicitarios (17).

Cada vez más los contenedores se identifican con los contenidos, los medios con los mensajes, integrándose textos e imágenes en un nuevo lenguaje publicitario. Así el movimiento moderno ratifica y certifica la imparable inversión en las relaciones entre el arte y la publicidad. Cada vez más el territorio es comúnmente compartido, los códigos interactivos, las imágenes contaminadas y los mensajes dualizados. A partir de aquí será necesario recordar la indiferenciación entre arte y publi-

(17) ABRAM, Joseph: *Art & Pub. Idem*, pág. 394 y ss.

cidad, ya que las jerarquías se diluyen e incluso la misma publicidad será cada vez más una referencia inevitable e insoslayable para el arte.

La crisis de las vanguardias y la madurez de la publicidad

Concluida la Segunda Guerra Mundial, se puede decir que cambió radicalmente el panorama. Hasta aquí la publicidad se entendía como «la degradación o trivialización entrópica de las formas originales de las vanguardias» (18), como simple campo de experimentación curioso para el artista, sin más trascendencia ni a veces consideración. En las tres primeras décadas del siglo las búsquedas formales, los experimentos en diseño, las composiciones tipográficas, los procedimientos retóricos, las designaciones icónicas en los nuevos lenguajes... Todo ello conlleva una revolución en el significante que abarca el mundo global de la comunicación y de la creatividad, incluyendo la publicidad. Pero todo termina vulgarizándose exquisitamente en el llamado *Art Deco* antes de la Segunda Guerra Mundial. «Ya no es arriesgado decir que la publicidad devora los recursos plásticos de las vanguardias y al mismo tiempo ayuda a que se acepten popularmente las propuestas más revolucionarias en el campo del diseño» (19). Arte, técnica, diseño y publicidad van al unísono de forma cada vez más integral, ya nadie ni nada marca la dirección ni protagoniza el proceso de la experimentación ni de la innovación.

La publicidad, el diseño, la simbólica... se van autonomizando y liberando de la anteriores servidumbres o dependencias a las artes mayores. Ninguna herencia se rechaza, pero las relaciones entre los mensajes y los medios, entre las nuevas imágenes y los lenguajes, anuncian la plena madurez de la publicidad como arte e incluso como estética; el estilo dominante ahora será el publicitario. Por ello, los años 50 y 60 se pueden considerar como la edad de oro de la publicidad, no sólo en el terreno económico y del negocio publicitario, sino también en el ámbito de la creatividad global.

(18) GUBERN, Román: *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*. Anagrama (1987), Barcelona.

(19) POLANCO, Aurora: «Arte y Publicidad, esa extraña pareja». *Visual* (1991), número 35, pág. 64.



Los rasgos más sobresalientes de esta edad de oro serían los siguientes: Rigor en el diseño más allá de espontaneísmos, integración abierta y flexible de los lenguajes, ampliación y utilización espectacular de los nuevos medios y soportes, desde el cine en color a la televisión sobre todo; aparición de nuevas estrategias globales de planificación creciente de la imagen de marca como centro de la creatividad publicitaria; potenciación de las nuevas tecnologías en la producción publicitaria, reforzando así los códigos y lenguajes... Surgen así grandes campañas con identidades corporativas bien definidas globalmente y mejor apoyadas lingüísticamente. Por ejemplo: Grand Union, de Milton Glaser; I.B.M., de Paul Rand; Olivetti, de G. Pintori; nueva identidad corporativa de Volkswagen, con los primeros anuncios en televisión en 1954.

La crisis de la Segunda Guerra Mundial fue tan radical y global que el arte de la postguerra tarda en reorientarse y encontrar el camino para las nuevas propuestas, centrando su actividad en tendencias abstractas y expresionistas (Expresionismo abstracto americano, el

grupo Cobra, el Arte Bruto o Arte Otro) y en informalismos genéricos con posteriores territorializaciones cada vez más teorizantes y retóricas («Tachismo», abstracción poética, abstracción matérica, Gestualismo...), pero a excepción del Surrealismo la crisis actual correspondía con el agotamiento y falta de confianza en la herencia vanguardista. A excepción del diseño y de la publicidad se olvida la contribución vanguardista y se plantea la necesidad de instaurar una nueva relación estética con el mundo emergente.

Sin duda alguna será el *Pop-Art* el movimiento que mejor encarne estas pretensiones y actitudes, por encima de teorizaciones. La época industrial clásica estaba ya agotada, la emergente sociedad de consumo propicia nuevas estrategias y comportamientos, concediendo un lugar de honor a la publicidad y a la comunicación comercial en general. Asegurada la producción después de los planes de estabilización económica y reordenado el sistema económico, lo que más importa es el consumo, y obviamente se centran todos los esfuerzos en las generación de estrategias de comunicación, promoción y venta. De ahora en adelante será el objeto-producto-mercancía el que de manera cada vez imaginaria y simbólicamente encarne los nuevos lenguajes y códigos para informarnos no sólo de sí mismo, sino de todo lo que le rodea y envuelve. La nueva imaginería en buena medida publicitaria no sólo informa de los nuevos productos y servicios, sino que contribuye decisivamente a la transformación de usos y hábitos, de concepciones, de visiones de la realidad y de la sociedad.

Hasta ahora el Arte, con mayúscula, venía incorporando pequeños fragmentos de la realidad a su mundo y a sus obras, no tanto para representarlos, sino para presentarlos directamente. Pero desde el *Pop-Art* la variada gama de nuevos productos y mercancías, en su atracción y superfluidad, y especialmente descritos por la publicidad, se incorporan íntegramente, de una vez, a la creación artística. Como reflejo fiel de la realidad, el artista se acerca a la publicidad como ventana para ver y entender el entorno que le rodea, trasmutando así los signos del consumo popular en signos del consumo artístico, ya que «los artistas nos devuelven la experiencia visual de lo que nos envuelve y ésta está enormemente mediatizada por la publicidad» (20).

(20) BALDESSARI, Anne: *Art & Pub*, Centre G. Pompidou (1991), París, pág. 57.

En el *Pop-Art* hay un corte con relación a lo que venimos describiendo antes de la Segunda Guerra Mundial. Hay también mezcla de géneros y confusión de códigos, se comparten los sistemas de signos, hay unión o superposición de imágenes, pero es distinto tomar pequeños fragmentos de la realidad a tomarla entera, sin despiezamientos. Más allá de la genial propuesta o invento individual, lo artístico es sociología y antropología estetizadas, se afirma «la cultura del producto, embalaje de la realidad nombrada, alejada de una visión meramente estética, y se toma prestada de la realidad toda la máscara que cubre el espectáculo mismo de la sociedad de la opulencia» (21).

En ningún campo como en el *Pop* las imágenes de la publicidad, de la tecnología y de la comunicación de masas, así como las mismas imágenes de la tradición artística, pero como un objeto más de consumo, se integran, se funden y se confunden generosamente, irónicamente. La publicidad se convierte en fuente de la imaginaria y de la iconografía del mundo presente.

Para R. Hamilton los carteles publicitarios, las etiquetas comerciales y las marcas proporcionan «una fórmula inagotable de estímulo creativo».

Pero junto a las apelaciones publicitarias de R. Hamilton (Richard), de T. Wesselmann (Budwiser), de Mel Ramos (Firestone) y tantos otros, será sin duda Andy Warhol quien mejor encarnó esa confusión y mestizaje entre arte y publicidad: principio estético sin intención estética. Repetición incansable hasta hacer que la imagen se confunda con lo real, mirada en superficie, radicalización del artificio, pura y vacía forma como imagen atractiva y seductora en sí misma y por sí misma. De la imagen vicaria de la realidad, a la realidad como simple y vanal ejemplo de la imagen. La imagen según J. Baudrillard (22) se convierte en el principal medio de iniciación, pero de iniciación a la nada, o sea, a sí misma, la imagen como radical tautología.

En buena medida el artista personifica la cultura actual, pero de una manera cínica no salvífica, manipuladora pero creativa. El artista es un medio para que la imagen recuperada en su creación, una vez

(21) *Ibidem*, pág. 58

(22) BAUDRILLARD, Jean: *Crítica a la economía política del signo*. Siglo XXI (1974), México, pág. 32.

que se ha decodificado y recontextualizado, se convierta en estereotipo y artificio tan vital como banal, tan identificadora como narcisista. Compromiso con la sociedad, pero a nivel meramente esteticista y hedonista. La creación artística es un sofisticado espectáculo donde la obra y el artista mismo se ofrecen impudicamente al consumo ritual y aniquilador de los espectadores en el espacio de lo cotidiano. Siempre se consideró que la obra realmente válida de Warhol era él mismo.

Ahora se invierten las relaciones, ya que con Warhol se consolida claramente el proceso en el que el artista toma prestado del lenguaje publicitario las claves de su eficacia visual, su riqueza de códigos y su economía de seducción. El arte irá enguyendo cada vez intensamente la imagen y el lenguaje publicitarios. El artista pretende inscribir su creación en el entorno social, económico y cultural, con propuestas visuales cada vez más audaces y contemporáneas. El arte es cada vez más en su contemporaneidad un reflejo y un espejo de su mundo, de sus necesidades, y recurre al lenguaje y a las imágenes publicitarias como referencias dominantes, donde sus deseos quedan al descubierto incluso en su insatisfacción.

Con el *Pop* los signos de la publicidad forman un universo mítico que define de un modo esencial nuestra relación con el mundo y con las configuraciones que nos representan y nos camuflan. La publicidad deja de ser un simple instrumento al servicio de una estrategia comercial para llegar a componer una visión autónoma y gratificante de la realidad.

Arte y publicidad en la cultura postmoderna

Por lo que se refiere al arte el final de siglo se presenta como una época sumamente ecléctica, de superación de las herencias vanguardistas más en lo que se refiere a las actitudes que a los códigos y técnicas, como recuerda un poco desesperanzado el escultor Pol Bury: «Hoy, los cubos de basura están llenos de vanguardias caducas. Menos molestas que los residuos radiactivos, habrían de dar a entender que las estéticas pasan y que las técnicas permanecen» (23). Es el momento de los neo- y de los post- de todo lo di-

(23) BURY, Pol: «El trasero de la vanguardia», *Le Figaro* (1987), 15 de septiembre.

vino y lo humano, de los «revivalismos» más impúdicos y oportunistas, del ensimismamiento y de la transgresión de todos los lenguajes establecidos y en buena medida sin más razones que el mero capricho. Porque sí.

Los grandes criterios a tener en cuenta para entender mínimamente la creatividad artística de los noventa serían los siguientes: La abolición de las fronteras interdisciplinares como cuestión epistemológica de fondo; la mera legitimación fáctica de tendencias y actitudes en extremo dispares y antagónicas sin mediación alguna entre sí, lo que en buena interpretación supone la quiebra del modelo dialéctico; la mayor internacionalidad pensable como nuevo territorio de dentro de la mitología de la globalidad de la cultura finisecular; la omnipresencia de experiencias artísticas vinculadas a interferencias productivas de todo tipo, ya sean técnicas, comerciales, lúdicas y de ocio...; la primacía extrema de los lenguajes individuales (las llamadas «mitologías individuales») por encima de los grupales o colectivos.

La absolutez de la presencia del arte nos ha llevado incluso a pensar en su disolución y en su agotamiento por realización plena. Ensimismamiento y desorientación, seducción y libertad, iconicidad connotativa y vaciamiento de referencias. Por ahí andamos.

La imagen publicitaria exhibe e inhibe, revela y vela nuestra imagen, forma y deforma nuestra identidad, configura y a la vez fragmenta en mil pedazos nuestra imagen, construye y desconstruye nuestro escenario, ordena y desorienta nuestra mirada sobre los objetos y sobre los personajes. Mitifica lenguajes, sacraliza medios, fetichiza mercancías y objetos. «Así que, en contra de concepciones atomistas y desestructuradas, debe considerarse la publicidad como un proceso comunicativo creador y condicionador de cultura, cuya gramática interna, a través del componente pragmático, condiciona y está condicionada por su inserción en el ámbito no muy bien definido de la cultura de masas» (24).

El poder de la imagen. Arte y Publicidad. Ambos nos permiten asomarnos a un mundo de metáforas, que nos empeñamos en conseguir a fuerza de apropiaciones y consumos simbólicos. Ambos nos con-

(24) GONZÁLEZ MARTÍN, J.A.: *Teoría General de la Publicidad*. F.C.E. (1996), Madrid, págs. 399-400.

figuran como un cúmulo invertido de deseos proyectados melancólicamente con direcciones antagónicas, mitad creación y mitad negocio.

Así que tanto el Arte como la Publicidad se caracterizan por:

- La aparición de innumerables actividades diversas en las que con ironía y altas dosis de libertad se rehúsan las fórmulas definidas por los movimientos artísticos anteriores proyectados en medios, lenguajes y técnicas ambiguas.

- Esta libertad y diversidad confusa y dilectante, pero eficaz y atractiva, condicionan las relaciones entre el arte tanto desde la producción como desde el consumo (25).

Así queda reflejada nuestra imagen del mundo, tanto la real como la virtual. La imagen publicitaria y la artística interactúan tras la apariencia del objeto y del sujeto, como ocultaciones atractivas del poder y del desear, de realizar lo distante e incluso lo prohibido, de habitar otros cuerpos y transitar otros territorios, de superar lo cotidiano en su trivialidad indolente y monótona. Convenimos en mitificar lo caduco y evanescente y en ritualizar los contactos y las relaciones a través de las imágenes (26).

Del Pop al Conceptualismo, al Minimalismo, al Neo-Dadá... todo es un desafío a las premisas básicas que sirven de pilar a nuestros patrones aceptados de representación. En este proceso la imagen publicitaria ha tenido un papel decisivo. El arte recurre una y otra vez a las técnicas y a los recursos de eficacia de la comunicación publicitaria, ya que la dialéctica que los une y los opone no ha dejado de servir de matriz para la reflexión y la práctica artísticas.

Así podríamos entender la fotografías tomadas de anuncios publicitarios de R. Prince, los montajes de denuncia de H. Haacke, las burlas esculturales de J. Koons, los eslóganes caústicos de J. Holzer o de B. Kruger en la línea conceptualista.

Arte y Publicidad. ¿Cual era la cuestión? La pregunta ahora no es qué les asemeja, sino qué les diferencia. La Publicidad nació como una estrategia para vender objetos, pero el Arte también se ha conver-

(25) HUICI, Fernando, *ibidem*.

(26) BESSON, Ch.: *Art Worlds et Res publicita*. Art & Pub. Centre G. Pompidou (1991), París, pág. 478

tido en una mercancía, en una imagen más intercambiable en el omnipresente mercado de los símbolos. Cuestión de matices, tal vez de cinismo. Tanto el arte como la publicidad echan mano de todos los recursos mutuos codificando, decodificando, recodificando cuanto sea necesario para alcanzar mejor los objetivos que en cada caso interesen.



El eclecticismo del diseño, de los videoclips, de la infografía, hace que se unan, mezclen y fusionen estéticas bien abstractas y formales con productos bien concretos y banales, con mensajes donde la hibridación atrae y seduce tanto como confunden, según la franja del mercado o del público que interese captar.

Podríamos considerar como «específico de esta cultura postmoderna: la simulación y la paradoja, la banalización seductora y la contaminación de códigos y de lenguajes, la retórica fragmentaria y la ausencia de referentes fiables, la artificiosidad y reducción hedonista de los grandes tópicos argumentales, la estetización elegante y exquisita o agresiva y desgarrada, del *flou* al feísmo cutre, de toda comunicación, el predominio de la valoración sobre la información, el expansivo consumo simbólico que sobresignifica de manera sorprendente y seductora a todo producto y creación, la semiotización de los

valores como pautas y estereotipos de conducta...» (27). Pues bien, en buena medida todos estos rasgos condicionan tanto la creación artística como la producción publicitaria.

Así la publicidad se hace *Pop* ante un público mayoritariamente juvenil, los productos del hogar se revisten de atractivo insospechado en las fuentes del Surrealismo. La pintura metafísica de G. de Chirico y el Futurismo dan cuerpo y seña a los productos de electrónica y a los equipos de alta fidelidad. Pero un mismo producto cambia de estética y de lenguaje según el segmento de público objetivo al que quiera dirigirse, la estación del año o la misma competencia. Los *collages* valen para lo natural sea cosmético o gastronómico. El Dadá y el Neo-Dadá encajan perfectamente con los productos de complementos, bisutería y zapatería. El Hiperrealismo, de la mano de la macrofotografía y microfotografía normalmente digitalizadas, nos hacen sentir virtualmente emociones múltiples y en primerísimo plano. El *comic* aporta frescura y atrevimiento ante un mercado excesivamente saturado. ¡Ah! Y todo obviamente con un especial toque de *glamour*, de espectacularidad, de erotismo, de impacto visual... Baste recordar un dato tan elocuente como sospechoso: cada unidad de producción en publicidad, sea una fotografía, una escena cinematográfica, un *gags*, un efecto especial, una prueba de color... lo que sea, cuesta diez veces más que en cualquier otro entorno o medio creativo.

La publicidad es la auténtica heredera y mantenedora de lo que queda de las vanguardias, convirtiéndose de hecho en uno de los factores determinantes de la construcción de la modernidad y, a la vez, en uno de los rasgos más identificadores de la sociedad postmoderna, que ya no cree en la idea de progreso, que ha perdido su entusiasmo por las innovaciones y transformaciones radicales y arriesgadas, el quebrantamiento de la experiencia directa y personal como fuente de conocimiento y criterio ético y estético, así como la confusión intencionada tanto individual como colectivamente de todos los paradigmas imaginables.

«Descontrolados, alegóricos, esquizoides..., los planteamientos postmodernos no integran secuencias coherentes. Esta pérdida de

(27) GONZÁLEZ MARTÍN, J. A.: *Idem*, pág. 440.

perspectiva global dificulta la comprensión holista de la realidad, aunque densifica nuestra experiencia cotidiana, creándose una hiperrealidad estética y publicitaria difícil de localizar y vivir fuera de los mismos medios y mensajes» (28).

La gente dice no creer en la publicidad, pero de hecho actúa como si creyese en ella. La publicidad retoriza de manera especialmente simbólica y estetizante el consumo, como un proceso no tanto de satisfacción de necesidades, cuanto de aceptación, identificación e interiorización de los grandes mecanismos de reproducción social.

En definitiva, a través de la publicidad, como reproducción mitológica, ideológica y estética, la sociedad exige y consume su propia imagen.

De todo lo dicho con anterioridad vemos que las fronteras entre el arte y la publicidad se han ido diluyendo a lo largo del siglo que acabamos. La deuda es mutua, las posibilidades inseparables. A lo mejor la publicidad es una hija bastarda del arte, que se ha tomado un largo tiempo para reivindicar su legitimidad a fuerza de eficacia y presencia. A buen seguro que sin la publicidad el arte, con sus petulancias y mistificaciones, aún seguiría encerrado en sus museos y galerías al alcance de reducidas minorías tan cultas como aburridas.

Arte y/o Publicidad. ¿Cuál es la cuestión?

OTRAS REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARTHES, R.: *Retórica de la imagen en La Semiología*. De Comunicaciones (1982) Barcelona.

— *Mitologías*. Siglo XXI (1980), Madrid.

BAUDRILLARD, Jean: *Cultura y simulacro*. Kairós (1984), Barcelona.

DE MICHELI, M.: *Las vanguardias artísticas del siglo XX*. Alianza (1989), Madrid.

GALLO, M.: *L'affiche. Miroir de l'histoire. Miroir de la vie*. R. Laffont (1973), París.

GONZÁLEZ MARTÍN, J. A.: «Publicidad, modernidad y postmodernidad». *Tèlos*, núm. 8 (págs. 78-89), Madrid.

(28) GONZÁLEZ MARTÍN, J. A.: *Ídem*, pág. 407.

- «Publicidad y consumo simbólico.» *Infancia y Aprendizaje*, núm. 35-36 (págs. 99-108), 1986, Madrid.
- FERRIER, J.L. (Dir.): *El arte del siglo XX*. (2 vols.) Salvat (1990), Barcelona.
- FOSTER, H. (Compil.): *La postmodernidad*. Kairós (1985), Barcelona.
- HOFFMANN, W.: *Los fundamentos del arte moderno. Una introducción a sus formas simbólicas*. Península (1992), Madrid.
- MAFFESOLI, M.: «¡Exhíbete, objeto!» *Revista de Occidente*, núm. 92 (págs. 17-22) (1989), Madrid.
- MARCHAN FIZ, S.: *Del arte objetual al arte del concepto* (1960-74). Akal (1988), Madrid.
- OUVRARD, N. (Coord.): *Art & Pub*. Centre G. Pompidou (1991), París.
- PENINO, G.: *Semiótica de la Publicidad*. Gustavo Gili (1976), Barcelona.
- SCHAPIRO, M.: *El arte moderno*. Alianza (1988) Madrid.
- SPARKE, P., y otros: *Diseño. Historia en imágenes*. H. Blume (1987), Madrid.
- VATIMO, G.: *El fin de la modernidad*. Gedisa (1986), Barcelona.

Exposiciones y público en el siglo XIX en España

Jesús Gutiérrez Burón
Profesor titular. Universidad Complutense

En toda creación artística intervienen tres factores esenciales: el artista o creador, la obra de arte en sí misma como realización u objeto artístico y el público próximo-directo o futuro al que va destinada la obra. De estos tres factores tradicionalmente sólo se ha prestado atención a los dos primeros. Ahora, en cambio, cada vez está adquiriendo más relevancia el último, el público, que se ha convertido en un elemento decisivo, tanto más cuanto que el arte ha pasado a ser un fenómeno de masas. Ya lo veía muy claro MUKAROVSKY cuando en 1936 escribía: «El sentido de cada creación bella depende tanto de aquel que la percibe como de aquel que la ha creado. E incluso es más bien el observador quien presta mil significados a un objeto bello, lo convierte en maravilloso para nosotros y le hace entrar en contacto con la época, de manera que aquél llega a ser parte esencial de nuestras vidas» (1).

La obra de arte ya no se considera como algo cerrado, acabado, sino como algo transformable en virtud de su propia génesis —la obra abierta que Umberto ECO estima característica del arte contemporáneo— y en función del público para el que se elabora, pues como dice el mismo autor en *El nombre de la Rosa*, su difundidísima creación literaria: «El bien de un libro consiste en ser leído. Un libro está hecho de signos que hablan de otros signos que, a su vez, hablan de las cosas. Sin unos ojos que lo lean, un libro contiene signos que no producen conceptos. Y por lo tanto, es mudo» (2).

(1) MUKAROVSKY: *Escritos de arte y estética*, Barcelona, Gustavo Gili. 1977, pág. 86.

(2) ECO, U.: *El nombre de la rosa*, Barcelona, Lumen, 1983, pág. 482. Dos años más tarde insiste en esta misma idea al apostillar que «se escribe pensando en un lector así como el pintor pinta pensando en el que mira el cuadro». *Apostillas al nombre de la rosa*, (pág. 53).

Este papel trascendental del público está relacionado con el proceso de transformación de la sociedad iniciado con la Ilustración y desarrollado a lo largo del siglo XIX. La aparición del nuevo individuo, el *ciudadano*, en lugar del antiguo súbdito, determina la existencia de un nuevo y más numeroso público para el que el disfrute del arte ya no es una simple actividad estética, sino algo consustancial con su propia existencia. El arte deviene en *fenómeno de masas*, uno de los valores más sólidos de la Humanidad, hasta convertirse poco a poco en sustituto de la religión.

La obra de arte adquiere, pues, una serie de implicaciones sociales que acarrearán un cambio decisivo en su valoración, que ya no puede atenerse únicamente a criterios estéticos o técnicos, sino que debe atender también a los factores o circunstancias del momento que atañen por igual a los creadores y a los posibles disfrutadores. Sólo así se puede alcanzar la valoración integral del arte, que se convierte en documento inestimable para el estudio de cada época. Por ello, también, la obra de arte ha de ser juzgada por los criterios y normas del momento de su creación y no por los de la posteridad. De esta forma se acabará, además, con los juicios de valor sobre el pasado artístico, que llevan a apreciaciones subjetivas de las distintas épocas o estilos y, lo que es menos riguroso todavía, a continuos y sonados vaivenes en esas pretendidas escalas jerárquicas, que repercuten directamente sobre su cotización, con la consiguiente alteración del mercado artístico.

El siglo XIX ofrece una magnífica oportunidad para aplicar esta nueva fórmula de acercamiento al arte, porque las numerosas críticas, reseñas y noticias artísticas de todo tipo que proporcionan prensa y catálogos del momento, además de ofrecer un amplísimo repertorio de artistas y obras con datos muy contrastados, permiten seguir la transformación del gusto de los clientes y su papel en el proceso de creación artística en virtud de los cambios trascendentales habidos en la relación artista-público al emerger la figura del *cliente* en sustitución del *mecenas* tradicional.

La situación derivada de este cambio tan significativo, en el caso concreto del arte español, era denunciada ya por Amador de los Ríos, quien en 1856, al hacer balance de la primera Exposición Nacional y constatar la desaparición del tradicional sistema de mecenazgo —*la Corona, la Iglesia y la nobleza*—, base de anteriores glorias, se pregun-

taba: «¿Cuál de estas tres fuentes del estímulo artístico existe? Las órdenes religiosas han desaparecido... La nobleza yace en lastimosa postulación... El trono es ya una sombra de lo que fue en época... Y cuando este triple cambio se ha producido en nuestros días, ¿será posible decir que alumbra y cobija hoy a las artes el sol de otras edades?... ¿Será lícito asegurar que alcancen en España la protección que las fomenta y enaltece?» (3).

El panorama era verdaderamente desalentador porque la Corona, si bien sus miembros van a seguir comprando obras a título particular, no podía aspirar a ejercer el papel desempeñado en otras épocas, entre otras razones porque había perdido el poder absoluto que antes detentara, pasando a ser una institución más en el organigrama general del Estado, sin competencias en este campo —estaban encomendadas al Ministerio de Fomento— y, lo que es más decisivo, sin los recursos económicos precisos para este menester.

La Iglesia, por su parte, se encontraba en una situación aún más penosa, porque, como consecuencia de la *desamortización*, no contaba ya con los recursos que otrora le habían permitido un fructífero mecenazgo en el campo artístico. La ayuda estatal que recibía en compensación, señalada por el Concordato, no bastaba para atender adecuadamente a estos menesteres como expone Galdós por boca de uno de los personajes más conspicuos de su novela *Angel Guerra*, D. Francisco Mancebo, beneficiado auxiliar, precisamente, de la Contaduría de la Obra y Fábrica de la Catedral Primada de Toledo, quien en diálogo con el protagonista se lamenta en estos términos: «Dígame usted a mí, que conocí la Obra y Fábrica con cuarenta y pico mil ducados de renta, y ahora... nos vemos y nos deseamos para atender al culto con los cien mil y pico reales indecentes que dedica el Gobierno a la Catedral Primada. Yo me acuerdo de aquella contaduría en que se guardaba el dinero a espuestas, y había temporadas en que el receptor tenía que tomar tres o cuatro ayudantes sólo para contar. La Mitra cobraba entonces de sus bienes cinco milloncos, que se gastaban en obras, en fundaciones, en fomentar las artes y los oficios. Con esto y con las rentas de la Obra y Fábrica, que del pueblo salían y al pueblo tornaban, Toledo era el comedero universal.

(3) AMADOR DE LOS RÍOS, J.: «Exposición de Bellas Artes». *Revista Peninsular*. Madrid. T. I., núm. XII, 1856.

Comían el pintor y el estofador, comían albañiles y arquitectos, el tallista y el cerrajero; comíamos, en fin, todos los que llevamos sotana, pues en la Catedral había dotación para treinta y seis mil misas de año a año, y siguiendo la escala de alto abajo, comía toda la grey de Dios. Pero nos desamortizaron..., y ¡zapa! Ahora no come nadie» (4).

Mientras, la nobleza estaba inmersa en un proceso de decadencia y ruina moral que presagiaba incluso su desaparición, como se desprende de la premonición que hace el mismo Galdós en *La Familia de León Roch*, una de las novelas en que mejor recrea este problema, al afirmar que «no hay país ninguno entre los históricos que esté más próximo a quedarse sin aristocracia. A esto contribuye por un lado el negocio haciéndonos a todos plebeyos y, por otro, el Gobierno haciéndonos a todos nobles» (5).

La desaparición del mecenazgo impone otro sistema de relación entre el artista y el público, el *mercado artístico*, con lo que el arte también entra plenamente en la *relación comercial*, característica del mundo moderno, con el *dinero* como nuevo elemento regulador, según reconoce abiertamente el crítico Manuel CAÑETE al apuntar en su crónica de la *Exposición de la Academia* de 1845, que «dos son los móviles que estimulan al artista en su difícil carrera: el amor a las artes, que le hace ambicionar la gloria de distinguirse, o la precisión de atender a sus necesidades, que le obliga a trabajar con ahínco por adquirir dinero» (6).

El comercio artístico genera un nuevo sistema de relaciones entre el artista y el público, ahora *cliente*, que no se puede cubrir con las fórmulas antiguas, por lo que se imponen nuevas formas concretadas en una nueva institución, *las galerías*, y una nueva profesión, *los marchantes*. Aquéllas tardaron mucho en regularizarse en España, si bien ya en 1853 se acusaba su falta por un comentario de *La Ilustración*, ante los rumores de la próxima apertura de una sala de exposiciones permanente en Madrid, acogéndola favorablemente como medio

(4) PÉREZ GALDÓS, B.: *Angel Guerra* (1891), Madrid, Hernando, 1979, págs. 272-273.

(5) PÉREZ GALDÓS, B.: *La familia de León Roch* (1879), Madrid, Alianza, 1981, pág. 55.

(6) CAÑETE, M.: «Exposición pública de la Academia Nacional de San Fernando», *El Español*, Madrid, año I, núm 20, 13-X-1845.

para «llenar el vacío que se advierte en esta clase de industria; tal es el de proporcionar a la capital de la monarquía un modo seguro, cómodo y aún económico, de satisfacer cumplidamente los deseos de los aficionados a las bellas artes» (7).

Pese a estos deseos, la primera galería estable, con una cierta entidad, todavía se haría esperar muchos años, concretamente hasta el 13-III-1877, en que se abre la Sala París, de Barcelona. Sala aún en activo, que jugará un papel determinante en el desarrollo del arte catalán, convirtiéndose en un lugar común de la vida artística barcelonesa, hasta el punto de aparecer en una novela tan significativa como *La fiebre del oro* (1892), de Narcís OLLER. Precisamente alcanza uno de sus momentos culminantes en 1892, cuando la exposición del cuadro *Boria aval*, de F. Galofre, convocó a ¡60.000 personas en tan sólo 15 días!

Los marchantes, por su parte, tampoco van a alcanzar el papel desempeñado en otros países, por no gozar de las simpatías ni del público ni de los propios artistas. El parecer de éstos queda claro en la *Memoria* de MARTÍN RICO, que al constatar su falta en España se hace esta pregunta «¿Es un bien? ¿Es un mal?, para responder: No lo sé: lo que sí sé es que en España faltan absolutamente, y que es un mal. Sin duda nuestro carácter no se presta; el pintor que vende un cuadro a mil, si sabe que el marchante lo ha vendido a dos mil, lo primero que piensa es que ha sido explotado, que le roban, en una palabra, sin pensar que esto es un negocio como otro cualquiera, y que no van a ocuparse de vender nuestras obras para darnos gusto» (8).

La opinión del público, decisiva por ser los destinatarios del arte y, lo que es más importante, los posibles clientes, también era claramente contraria a los marchantes por considerar nociva su influencia sobre los artistas, entendiendo que secuestraban su creatividad en aras de la pura rentabilidad económica, como denuncia, no sin razón, el crítico ALCÁNTARA: «Hace bastantes años escribe en 1890, aludiendo a Goupil, aunque sin mencionarlo cuando comenzó entre las gentes adineradas de las grandes capitales la moda de comprar pinturas, entró José Jiménez Aranda en la vertiginosa vida de la producción cuasi-insensata

(7) *La Ilustración*, Madrid, año V, núm. 240, 1-X.1853, pág. 400.

(8) RICO, M.: *Recuerdos de mi vida*, Madrid, Imp. Ibérica. S/A; pág. 60

que decora la existencia del artista. El marchante ve una obra de un pintor desconocido, la encuentra vendible y le paga una cantidad superior a los sueños del artista, que desde aquel día es un esclavo del trabajo si tiene habilidad para que sus obras agraden siempre... A un cuadro sucede otro, y otro, y ciento, y mil, ya no hay para el pintor otro ideal que el del marchante que convierte en dinero su trabajo» (9).

ALCÁNTARA, quizá sin quererlo, estaba aludiendo a una situación que con el paso del tiempo se agudizaría aún más, la *profesionalización del artista*, e incluso, a veces, su *funcionarización*, ya que muchos de ellos parece que sólo trabajan para los marchantes y directores de galerías, para los museos y las grandes ferias o exposiciones, para los críticos, los agentes de las grandes empresas financieras que han decidido invertir, cuando no lavar sus actividades, con la creación de fundaciones culturales que en buena medida controlan ahora la actividad artística. Se produce así un desarraigo del artista, un alejamiento de sus clientes, que explica el alegato que, ya en 1887, un defensor de la pintura social como Pompeo Gener echaba contra los marchantes tildándoles de «tratantes de cuadros al servicio de los *rastaquouères*, es decir, advenedizos y vividores» (10).

Ante la desaparición de los antiguos mecenas y la casi nula actividad de marchantes y galerías, la situación del arte en España no sólo no podía ser boyante sino que prácticamente no existía, como se desprende de las preguntas que I. de Salas Quiroga se plantea a propósito de la exposición de la Academia en 1837: «¿Qué puede ser de la pintura de un país en donde no se encargan cuadros, en donde no se venden cuadros, y en donde no se entiende nada de cuadros? ¿Qué es un país en donde, empezando por las personas más condecoradas y pudientes, y acabando por las que más decantan gusto y protección, todas, todas, estiman más unas monedas de oro que un magnífico cuadro? ¿Qué es un país en que los mejores y más afamados pintores tienen que dedicarse a hacer retratos, que son tan sólo juzgados por el parecido?»

Esta falta de actividad artística era propiciada en parte por un sentimiento muy arraigado en España, que todavía no ha desapareci-

(9) ALCÁNTARA, F.: «La Exposición Nacional de Bellas Artes. D. José Jiménez Aranda.» *El Globo*, Madrid, 14-V-1890.

(10) GENER, P.: «Entre Paréntesis. El Arte en París y el Salón de este año. Disgregaciones crítico-optimistas», *El Liberal*, Madrid, 7-V-1887.

do; la *desconfianza* que rodea al mundo del arte, un mundo en el que, según opinión muy generalizada, imperan el camelo y la falsificación. Algo a lo que alude directamente MALPICA cuando al analizar la situación del arte en 1874 afirma: «se cree vulgarmente que quien desciende por la peligrosa pendiente de la afición al arte, incurre en el vicio de ridícula prodigalidad, o transige con la impostura y prepara al incauto alguna celada mercantil» (11).

Sensación que, paradójicamente, contrasta con el elevado concepto que se tenía del arte, como se encarga de resaltar y hasta de hacer oficial el ya citado Amador de los Ríos al sostener en su discurso de ingreso en la Academia de San Fernando que «doctrina es vuestra —se refiere a los Académicos— como lo es también de consumados críticos, que los monumentos de las artes y de las letras llevan impresas viva y profundamente el sello especial de las civilizaciones que las producen. Sus sentimientos, sus creencias, sus costumbres, su estado social y político, sus deseos y esperanzas en el vario y contradictorio sentido de la vida, todo se halla revelado con sorprendente ingenuidad en las creaciones del arte, ora escriban el arquitecto y el estatuario en inmensas moles de piedra la historia de los pueblos que ya no existen, ora confíen el pintor y el poeta a frágiles tablas e inestables cantares los prodigiosos triunfos de sus héroes, la pacífica gloria de sus sabios, la justicia o la omnipotencia de los monarcas».

Esta situación paradójica del arte en España sólo se podía remediar adecuando sus estructuras y funcionamiento a las nuevas condiciones impuestas por el mercado, *las exposiciones públicas*, como indica CAÑETE en el artículo antes mencionado: «Existe un medio que puede abreviar este largo y tortuoso camino, y hasta presentar, si se quiere, a la fortuna ocasión de que tropiece y le favorezca. Este medio es la *pública exposición*. A su influjo los artistas pueden llegar en poco tiempo a ser conocidos de muchas personas, apreciados en lo que valgan y buscados de aquellos a quienes sus obras agraden».

No se equivoca CAÑETE en su proposición, ya que las exposiciones públicas facilitan el contacto directo entre el artista y el público, algo imprescindible al desaparecer el sistema de mecenazgo y trans-

(11) MALPICA, E.: *Breves reflexiones sobre el arte de la pintura*, Madrid, Imp. Nicolás González, 1874, pág. 3.

formarse el público en cliente. Estos certámenes estimulan además la profesionalidad de los artistas al promover la competitividad al mismo tiempo que favorecen la intervención del público en el desarrollo del arte, pues con sus gustos, sus críticas y, sobre todo, con sus adquisiciones puede condicionar el proceder de los artistas, alcanzando así el papel determinante que tiene en el arte moderno.

Pese a las exhortaciones de CAÑETE el sistema de exposiciones públicas no se constituirá en España hasta 1853, teniendo lugar el primer certamen en 1856, después de que la falta de actividad artística augurara la muerte por inanición del arte español, ausente en la Exposición Internacional de Bellas Artes de Bruselas de 1851. Esta ausencia, interpretada como un baldón, provoca una campaña en favor de la reactivación artística capitaneada por José GALOFRE con repetidos artículos en la prensa, culminando con una *exposición* al Congreso de Diputados en 1853. GALOFRE comienza por señalar la paradójica situación del arte en España —uno de los países que más gastaba en la formación de los artistas y que, en cambio, menos frutos producía—, para pedir a continuación la reforma de la administración artística, empezando por la propia Academia de San Fernando, y terminar proclamando que sólo existe un remedio para salvar esa situación: ORGANIZAR UN BUEN NÚMERO DE EXPOSICIONES ANUALES PARA QUE LAS OBRAS TENGAN SALIDA, Y EL PÚBLICO ESPAÑOL PARTICIPE DEL SENTIMIENTO Y AMOR A LAS ARTES QUE TANTA GLORIA LE DIERON EN OTROS TIEMPOS, Y LOS ARTISTAS, ELLOS MISMOS Y POR SU PROPIO INGENIO, VAYAN SALIENDO A MEDIDA DE LO QUE PIDA LA SOCIEDAD (12).

Los resultados no se hicieron esperar, como se desprende de la relación de exposiciones celebradas en la segunda mitad del siglo XIX, 17; del número de expositores, 5.837; de las obras presentadas, 11.419; de las medallas concedidas, 591, más 699 menciones, de las obras adquiridas por el Estado, 603, y de las críticas aparecidas en la prensa contemporánea, 1.800. Pero las cifras pueden ser igualmente

(12) GALOFRE, J.: *Respuesta a la contestación que le ha dirigido D. Federico de Madrazo con motivo de la exposición que presentó en las Cortes Constituyentes sobre el estudio de las Nobles Artes en España*, Madrid, Rivadeneira, 1855, pág. 21. (En mayúsculas en el original.)

engañosas, ya que la actividad artística se regulaba sólo por estos certámenes oficiales, limitando considerablemente la iniciativa de los artistas y, por tanto, el desarrollo del arte.

Claramente lo entiende así Enrique MÉLIDA en 1866 cuando en su apunte biográfico del pintor Víctor Manzano, desaparecido prematuramente, precisa que «La vida del pintor en España, en los tiempos que alcanzamos, se cuenta de Exposición en Exposición o, mejor dicho, de campaña en campaña... Donde se encargan pocos cuadros, donde casi sólo se vende lo que se expone si merece premio, se comprende bien que las Exposiciones y el éxito que en ellas puedan tener las obras sean preocupación constante, fija, tenaz del artista que sólo en las mismas puede cifrar su porvenir»(13).

La situación no cambia mucho con el transcurrir del siglo, pues en 1895 Rodrigo SORIANO, en un artículo dedicado a Santiago Rusiñol, lamentaba la falta en España de iniciativa particular en el campo artístico ante la inexistencia de sociedades como *Les XX*, *Les Independents*, *La Libre Esthétique*, o de galerías como la de Durand Ruel, por lo que sostiene que, salvo en Barcelona, es imposible pensar «en la supresión del Estado en la vida del arte, la proclamación del anarquismo y el derrumbamiento de las fortalezas en que se defienden los últimos restos del podrido arte oficial»(14).

Las exposiciones públicas rigieron en buena medida el desarrollo del arte español, dando paso a lo que se puede llamar *arte o gusto oficial*. En ellas el público jugaba un papel fundamental como destinatario último de las obras presentadas, lo que era invocado para pedir la inhibición del jurado en la admisión de las obras porque «creemos que en cuestión semejante —argumentaba un crítico en 1865— el público es el mejor juez y el que acierta en todos los casos. Permitir que se expongan obras de arte no prejuzga nada; no se hace más que proteger a los artistas para que, bajo el amparo del Gobierno, se sometan al fallo inapelable de la opinión. Esto justifica que se admitan todos los cuadros mientras no se opongan al decoro que exigen a la vez el arte y las costumbres» (15).

(13) MÉLIDA, E.: «Vida y obra de Víctor Madrazo», *El Arte en España*, Madrid, T. V, 1866, pág. 127.

(14) SORIANO, R.: «Arte, Libertad y Tiranía (A Santiago Rusiñol)», *La Ilustración Ibérica*, Barcelona, núm. 640, 6-IV-1895, pág. 222.

(15) E. N.: «La Exposición de Bellas Artes», *La Patria*, Madrid, 18-I-1865.

Lo mismo ocurría con la concesión de los premios, aprovechando la condición del público como último y supremo juez para disentir de los fallos del Jurado oficial si éstos no respondían al sentimiento general. Así sucede en 1860, cuando tras negar por dos veces el Jurado el premio de honor a Gisbert por *La muerte de Los Comuneros* —la votación resultó empatada, decantándose en contra del premio los pintores del jurado salvo el paisajista Haes—, la opinión pública reaccionó unánimemente contra el fallo oficial, tributándole al pintor un clamoroso homenaje público como culminación de una campaña de desagravio dirigida por *La América*. Campaña que llega hasta el propio Congreso de los Diputados que, tras una encendida intervención de Salustiano de Olózaga, acuerda la adquisición del cuadro por 80.000 reales, triplicando el precio que se pagaba por las primeras medallas.

El peso del sentimiento y de la opinión del aficionado lógicamente eran más acentuadas en el caso de las artes que en el de las ciencias técnicas, como se encarga de señalar VELLISCA con motivo de la Exposición Nacional de 1862: «Ante una de esas máquinas monstruosas —escribe en *Las Novedades*— engendro disforme de la industria inglesa, aglomeración confusa de válvulas, ruedas, muelles, émbolos, tornillos, enmudece el público, y sólo se atreve a emitir su juicio el hombre especial, saturado de álgebra y encanecido en los abismos del cálculo infinitesimal. Pero ante una obra de arte, ante un gran cuadro, una gran comedia, una gran composición musical, el público, ese extraño conjunto de sabios y necios, pobres y ricos, ancianos y jóvenes, es el juez soberano, y cuando la crítica magistral y pedantesca del pintor, del literato, del compositor, pretende combatir su fallo, la posteridad viene en último término a decidir que el que estaba en el error era el hombre especial imbuido en los preceptos de una escuela intransigente, o dominado por una preocupación doctrinaria» (16).

Esta actitud, añadida a la actuación del Congreso amparando la opinión sentimental del pueblo por encima de la especializada del jurado, tiene una clara lectura: *la afirmación de la soberanía popular* o, lo que es lo mismo, el voto universal, y una notable repercusión artística al primar el criterio subjetivo, el sentimiento, por encima del jui-

(16) VELLISCA: «Exposición de Bellas Artes», *Las Novedades*, Madrid, 9-XI-1862.

cio y las observaciones técnicas de los profesionales. Este planteamiento podría explicar el hecho de que los críticos de las Exposiciones Nacionales en su mayoría sean críticos ocasionales que invocan la primacía del sentimiento para justificar su trabajo, sus comentarios —«la belleza se siente y no se define», argumentará D. Pedro Antonio DE ALARCÓN al inicio de sus Impresiones sobre el certamen de 1856 en *La Discusión*—, y, lo que es más significativo, que se ocupen prioritariamente de la pintura y sólo secundariamente de la escultura, mientras que la crítica de la arquitectura se dejaba en manos de especialistas. Por ello, algunos periódicos hablan sólo de la *Exposición de Pinturas*, constatando claramente su primacía sobre las demás artes.

Pero, dentro de la misma pintura, la importancia que alcanza el sentimiento, es decir, el peso del público con sus opiniones y preferencias, es también decisiva para explicar el triunfo de unos géneros, en especial la *pintura de historia*, y el ocaso de otros, cual la *pintura religiosa*. Así lo entiende BERUETE en el primer caso al recurrir a la identificación entre el gusto del momento y el género histórico para explicar su indiscutible primacía en la segunda mitad del siglo XIX: «Ellos —aduce en su discurso de ingreso en la Academia refiriéndose a los pintores— produjeron según el gusto del público, y para éste nada había entonces que más le pudiera interesar que el género histórico... todos los otros géneros pasaron a segundo término; los jueces de los certámenes les concedieron casi exclusivamente los primeros honores; la crítica les dedicó preferentemente su atención, y el público, en su entusiasmo, llegó a denominar a los pintores de carácter artístico pintores de Historia, con exclusión de los que, por su mala ventura, se dedicaban por entonces a otros géneros. Pocas veces se había visto en la historia de la Pintura un momento en que cuadros y público se hayan identificado de manera más completa» (17).

En el segundo caso, la decadencia de la pintura religiosa también está relacionada directamente con el gusto del público, con la situación del momento, pues una cosa era pintar para *devotos* y otra muy distinta hacerlo para *aficionados* o *diletantes*, como se encarga de precisar Luis Alfonso al trazar en 1890 el panorama del arte español en el siglo XIX, achacando el declinar del género religioso al hecho de que «a to-

(17) BERUETE, A.: *El cuadro como documento histórico* (Dibujo de ingreso en la Academia de San Fernando), Madrid, Imp. de Blas, 1922, págs. 33-34.

dos ha faltado lo esencial, aún poseyéndolo todo, hasta el genio: les ha faltado la fe. Así, una candorosa Virgen de Fray Angélico, o un Ecce Homo escuálido de Morales, dicen más (como que dicen “creo”) que las composiciones más famosas y con más suma de talento y de saber pintadas por los más eximios artistas de doscientos años acá. Honrarán las obras de éstos un museo: merecen un altar, sólo aquellos» (18). La apostilla la había puesto FERNANFLOR en 1887 cuando al terciar en la controversia despertada por un cuadro de Sorolla hoy desaparecido, *Entierro de Cristo*, afirmaba que no era un acto de fe, sino un tema histórico, ya que, puntualiza, su autor, «creyendo hacer un cuadro ha hecho un país, cosa más fácil aunque sea difícil siempre. Ha pintado no el entierro de Cristo, sino la hora en que le enterraron» (19).

En definitiva, se puede afirmar que tras los cambios acaecidos en el siglo XIX se impone una nueva relación entre el artista y el público, que repercute directamente en el desarrollo del arte, tal como indicaba ALCÁNTARA en el artículo ya citado: «Los altos precios alcanzados por nuestra pintura en los mercados extranjeros, gracias a estos dos artistas —se refiere a Rosales y Fortuny— fueron tal vez el principal motivo de que más servilmente se les imitara... Fortuny fue en adelante en pintura el ideal de los ricos... El ideal del Estado, por serlo del elemento oficial fue Rosales... la mayoría, la gran masa han sido desdichadísimos imitadores, han hecho de la pintura un vil comercio, para ellos sólo ha existido un ideal, la venta...»

Estas ventas tenían periódicamente una ocasión excepcional con las *Exposiciones Nacionales*. Precisamente en la última del siglo XIX, la de 1899, se corroboraba el juicio de ALCÁNTARA al lograr el precio más alto *Las aventuras del vizcaíno*, de Moreno Carbonero, 35.000 pesetas, y *Comiendo en la barca*, de Sorolla, 30.000 pesetas. Por su parte, la primera del siglo XX, la de 1901, al confirmar el triunfo oficial de Sorolla mientras pasaba completamente inadvertida *Estudio de mujer*, hoy *Mujer en azul*, del jovencísimo Picasso, que abandona Madrid sin esperar al fallo del jurado para encaminarse a París, marcaba el inmediato futuro del arte español.

(18) ALFONSO, L.: «El Arte al final del siglo», *La Ilustración Española y Americana*, Madrid, núm. XXXI, 22-VIII-1890.

(19) FERNANFLOR: «Exposición de Bellas Artes», *La Ilustración Española y Americana*, Madrid, 30-V-1887, pág. 363.

El impacto de los nuevos medios en las formas de producción artística

Ismael Casal Timón
Historiador de Arte

«(...) la técnica sola no ha permitido jamás a un artista, quienquiera que fuese, realizar una obra comunicable. El artista pertenece a la sociedad en la que vive.»

(PIERRE FRANCASTEL)

1. INTRODUCCIÓN A LA SOCIOLOGÍA DEL ARTE

Nos encontramos ante el análisis de una problemática relativamente reciente, ya que hasta los años 50 sólo se había hablado de lo que Arnold HAUSER había denominado como «Historia Social del Arte». Es aproximadamente en esos momentos cuando los especialistas comienzan a utilizar una nueva terminología, naciendo así una nueva disciplina, «la Sociología del Arte». Su finalidad sería la de estudiar las condiciones en las que se crea la obra de arte y sus relaciones con el ambiente en que es creada, es decir, se examina tanto el momento histórico como el entorno social en el que trabaja el artista.

Podemos decir que con el paso del tiempo dicho término se ha puesto de moda, y hoy en día se utiliza incluso para conocer las necesidades de la sociedad en la que vivimos.

Nos encontramos rodeados de todo tipo de objetos naturales, y es precisamente la obra de arte la que engloba las cualidades generales de todos esos objetos. El artista se convierte por tanto en un mero traductor de todo lo que le rodea. Primero observa, para más tarde plasmar, mediante un lenguaje artístico y una técnica más o menos depurada, la visión que él tiene de su entorno social.



Por tanto, cuando intentamos descifrar lo que un artista determinado ha pretendido plasmar en un lienzo o en una escultura, debemos tener muy en cuenta el ambiente o la etapa histórica en la que se encontraba cuando realizaba su trabajo. El análisis riguroso de esos condicionantes es absolutamente necesario para llegar a un pleno entendimiento de su obra.

Esta idea es importante si tenemos en cuenta que para la sociología del arte todos estamos capacitados para comprender una obra y para, inmediatamente después, integrarla dentro de nuestra experiencia personal (sin olvidar que algunos individuos pueden tener mayor o menor dificultad para ello, dependiendo de innumerables razones). Lo cierto es que no se trata de un proceso automático y en ningún caso sencillo, ni siquiera para aquellas personas que gozan de mayor experiencia. Para la asimilación de una obra concreta y para que quede retenida en nuestra memoria para siempre, o para que sea identificada por nosotros, es necesario observarla con detenimiento, varias veces, documentarnos si es posible sobre ella, relacionarla con otra u otras obras de la época, conocer el movimiento o el estilo donde debemos situarla, interesarnos por el autor, su vida y su proyección, o que sea habitualmente difundida por los medios de comunicación y reproducida hasta la saciedad, etc. Esa es la razón por la que prácticamente todos somos capaces de identificar «el Guernica» de Picasso y sin embargo olvidamos un lienzo cualquiera de los que vimos ayer colgado en casa de un familiar, o en una pequeña exposición, y que posiblemente no volvamos a ver jamás.

No debemos olvidar que el artista es un creador que vive en un presente concreto. Su obra se encuentra repleta de signos que en el momento de ser plasmados gozan de absoluta actualidad, y por tanto desconoce cómo o de qué manera afectará el paso del tiempo a su obra, o cómo será entendida la misma por corrientes o movimientos artísticos venideros. Todo esto es debido a que el arte no es una ciencia adivinatoria, ni el artista es un brujo con capacidad para prever los cambios continuos que están aún por llegar. En algunos casos, esos signos pueden adelantarse al momento y gozar de cierto carácter de anticipación, pero nunca la obra en su conjunto.

Esta idea queda fielmente reflejada en las palabras del pintor Henri Matisse: «... cada obra es un conjunto de signos, inventados

durante la ejecución y dictados por las necesidades del contexto. Desligados de la composición para la que fueron creados, estos signos no tienen sentido alguno... El signo tiene vida propia en el momento en que yo lo empleo y para el objeto del cual debe participar.»

Por otro lado, podemos afirmar que este proceso de creación es similar para todos los artistas. Todos se encuentran ante las mismas adversidades. Según van trabajando la materia, van creando aquel objeto, aquella figura o aquel elemento arquitectónico que pretendían realizar. El camino a seguir es el mismo para un desconocido cantero que hoy restaura las gárgolas de una pequeña iglesia en Palencia, que el seguido por Donatello en la realización de su «David».

Además, la sociología del arte parte de la base de que las obras no son mas o menos importantes dependiendo del momento histórico en que fueron creadas. Pueden tener el mismo valor aquellas realizadas hace tres mil años, que las más próximas a nosotros en el tiempo. Lo que es fundamental es el conocimiento de ese pasado, de esa antigüedad, de esos modelos que tanto significado tuvieron para sus creadores y de la influencia que a lo largo de siglos han tenido sobre otros artistas. Sin esa información nos es imposible llegar a un estudio riguroso de las obras de arte y de la Historia de las mismas.

A través de los siglos hemos podido comprobar además que el arte debe ser considerado como uno de los lenguajes más importantes de la sociedad (junto al verbal y al matemático) y, por tanto, es y será uno de los instrumentos de propaganda más notables sobre las grandes masas. Cuando Emile Durkheim fundó la «sociología», la definió como «el conjunto de creencias y de sentimientos comunes a la mayoría de los miembros de una misma sociedad», para enunciar posteriormente que «cuánto más primitivas eran las sociedades tanto más se parecían sus individuos entre sí». La influencia por tanto de determinadas corrientes artísticas, los distintos gustos oficiales, o las normas a cumplir por el resto de la sociedad a lo largo de la Historia, son una realidad. Un círculo estrecho de iniciados han marcado durante los distintos momentos de la Historia las pautas y el camino a seguir por las grandes masas. Sin embargo, la relación entre las obras y aquellos que las contemplan ha ido cambiando con el paso del tiempo, como veremos a continuación, ya que no siempre ha existido el concepto de «público» tal y cómo hoy lo conocemos.

El arte es una forma de expresión, de ideas, de conceptos, de sentimientos, y lo hace a través de la materia y de la forma. Por ello, el artifice de este proceso, el artista, observa algunos aspectos de cuanto le rodea (Naturaleza, sociedad, etc.) y lo humaniza. El resultado es la obra de arte y su destino es el de ser observado por el espectador. Por tanto, el arte surge como un producto social. Entre la obra y dicho espectador se establece una relación, una comunicación inmediata, que acaba en un enriquecimiento cultural del segundo. Sin embargo, y como veremos posteriormente, la proyección social del arte ha ido cambiando a lo largo de la Historia. Prácticamente, siempre ha sido patrimonio de una minoría, aunque hoy contamos con más facilidades para su reproducción. Tradicionalmente ha sido concebido como un producto individual, destinado a minorías cultas, refinadas y pudientes, pero ahora aspira a ser contemplado y a desencadenar emociones sobre el mayor número de personas posible. Lo que es evidente es que el artista no puede dar la espalda a la sociedad en la que vive. Podrá ser todo lo diferente que quiera con respecto al resto de artistas y ese ambiente que le rodea, pero no podrá mantenerse al margen de esa realidad social que le envuelve.

Desde siempre hemos tenido la sensación de que el arte vulgar estaba directamente relacionado con las masas, mientras que el arte original y de calidad lo estaba con una minoría privilegiada. Hoy se aborda esta problemática con el fin de capacitar a dichas masas para que tengan acceso a esos productos de creación artística realmente valiosos. Para que el arte tenga la máxima receptibilidad posible, debemos echar mano de todas las tácticas pedagógicas que se encuentran a nuestro alcance.

Por otro lado, cabe mencionar la importancia que supone la «libertad» para el artista. El arte debe ser útil y producirse en libertad porque las barreras, ya sean políticas, estéticas, etc., acaban por estrangular el proceso creativo. RODRÍGUEZ-AGUILERA lo expresa de forma clara: «La libertad y el individualismo que presiden la creación artística desde hace aproximadamente cien años, han dado más fórmulas de realización plástica que los veinte siglos anteriores». Además hoy vemos cómo muchos artistas buscan a través de sus obras y de un arte comprometido la justicia social. Intentan que sus obras actúen como instrumento para la transformación de la sociedad y que no sean productos sin apenas consecuencias en su entorno. Esto se debe,

sobre todo, a que el arte actual ya no busca la belleza y la perfección como fines primordiales; hoy busca esencialmente la expresión, la comunicación. Es evidente que nos encontramos ante una corriente totalmente diferente a la seguida por el arte tradicional, porque el hombre actual y el mundo actual también son distintos.

«Se vive en sociedad y se depende de ella, pero el artista, con su obra, puede hacer mucho para la marcha hacia adelante de dicha sociedad.»

(C. RODRÍGUEZ-AGUILERA)

2. ARTE Y SOCIEDAD. BREVE HISTORIA DE UNA EVOLUCIÓN

El arte tal y como hoy lo conocemos, no aparece hasta el siglo XV, en la Italia del Renacimiento. No hay que olvidar que unas pinturas rupestres o una catedral románica no se realizaban por motivos plenamente artísticos, sino como manifestación de una fe, etc. No debemos olvidar cómo ha cambiado el uso social del arte a lo largo de la Historia. Antes no existía un público para el arte, ni prácticamente para nada. Ese es un fenómeno que surge hacia el siglo XVIII y evoluciona hasta lo que es hoy en día. En los primeros momentos, el arte no iba destinado a colectividades, sino que su disfrute quedaba limitado a unos pocos individuos.

Como es evidente, una escultura o una pintura no podían ser fragmentadas para ser compartidas por una colectividad. Ante la imposibilidad de dividir estos originales, va surgiendo la idea de exponer en público, de crear los primeros museos, siempre en el ámbito «urbano». Debemos tener en cuenta que en dichos momentos las normas que regían la ciudad eran las dictadas por el Antiguo Régimen. Las muchedumbres sólo se encontraban en el mercado, en las procesiones, en los desfiles militares, y poco más. Cualquier otra congregación podía ser considerada como motín y podía ser disuelta.

Las primeras «exposiciones artísticas» surgen tras la fundación de las «academias» en la Italia del siglo XVI. Sin embargo, nada tenían

que ver con las actuales. Las primeras exposiciones surgen en torno a la figura de un santo, y eran privadas, muy diferentes a las reuniones gremiales a las que acudían artesanos, y que carecían de carácter humanista. Estas primeras exposiciones están ligadas al ámbito académico y surgen por la donación de obras por parte de sus miembros. De esta forma aparece el denominado «gusto nacional» en la Academia Francesa. Va aumentando el número de obras, pero se va perdiendo libertad en todos los aspectos. Se reglamenta la enseñanza de los artistas mediante un título, y el Estado se convierte en el principal cliente. Ningún artista puede escapar de este férreo control institucional, porque la entrada en la Academia se convierte en el único camino de promoción y en la única posibilidad para exponer. El Estado pasa a controlar toda la administración de las artes.

Es hacia 1699 cuando la Academia Francesa decide trasladar sus exposiciones al «Salón del Louvre». Surge así la revolucionaria idea del «salón». Además, se abren por primera vez las puertas a la sociedad en general, libremente. También ha evolucionado el concepto de «público» en los últimos siglos. Hoy día es tan sólo un conjunto de personas reunidas en un lugar concreto para asistir a un acto más o menos solemne. Sin embargo, para la mentalidad de la época resultaba casi escandalosa la presencia conjunta de ambos sexos y todo tipo de clases sociales bajo un mismo techo. Años más tarde, en 1737, la exposición en el salón adquiere carácter bienal. Surge así la renovación del arte, la presentación de novedades.

En estos momentos asistimos también al nacimiento del «cliente» contemporáneo, más cercano al que hoy podemos encontrarnos. La adquisición de obras de arte o el encargo de las mismas había sido una actividad casi exclusiva de aquellos estamentos que desde siempre habían detentado el poder: la Monarquía, las grandes familias nobles, la Iglesia, etc. Sin embargo, en estos momentos se amplía el horizonte comercial. Se suma a esta actividad la de una nueva burguesía, aún incipiente, y de carácter urbano, con medios económicos que le permiten la adquisición de piezas. Nos encontramos ante el consumo anónimo del arte. Antes el cliente controlaba casi todo, desde el tema de la obra a las medidas del lienzo, desde los colores a emplear hasta el número de figuras que debían aparecer, ya que se trabajaba por encargo. Al apenas existir un mercado del arte, se entablaba una relación personal ente cliente y artista, y además su número era muy re-

ducido. Ante esta situación, en el siglo XVII apenas un centenar de artistas podían vivir exclusivamente de su trabajo, y muy pocos de ellos lo hacían de forma desahogada.

En este preciso momento asistimos al nacimiento del mercado del arte. Aparece, por ejemplo, la figura del «intermediario», y sobre todo el artista va a ir ganando en libertades. Consigue vivir sin el apoyo de una corte o un cliente, elige su lugar de residencia (principalmente se traslada a Roma, donde termina su formación) y se establece en talleres, en los que trabaja y enseña su oficio a varios discípulos o aprendices, etc. Se llega a un total desplazamiento de la clientela del Antiguo Régimen.

«Hasta ahora el temor a la opinión pública no me ha hecho retroceder un solo paso. (...) Como hago pintura para hacerla bien, soy generoso y, por lo tanto, gano poco.»

(INGRES)

3. DEMOCRATIZACIÓN DEL ARTE

El primer intento de democratización del arte se produce hacia la segunda mitad del siglo XVIII. Sus consecuencias pueden resultarnos familiares: las grandes colas, el tiempo de espera para entrar a las exposiciones o museos, etc. Nos encontramos ante el «uso público publicitado del arte». Incluso la contemplación de la obra de arte va a experimentar cambios. Ante la aparición del mercado, del público, de la nueva clientela, van a surgir nuevos conceptos, como el del «éxito».

Los antecedentes los encontramos en el siglo XVII: la distinción entre el buen gusto y el gusto popular de una burguesía aficionada al arte, con gustos mediocres, pero que podía pujar por las obras (el pueblo seguía sin tener acceso a estas manifestaciones).

La burguesía cambia su estilo de vida. Si antiguamente los monarcas hacían prácticamente todo en público, en el siglo XVIII se pone de moda la «intimidad». En Francia aparece el apartamento: vivienda burguesa dotada de sala de estar, de vestuario, de cuarto de baño, etc., y sobre todo, de jardín (cortina ante los vecinos y extraños). Esta no-

vedad también llega al mundo del arte. Aparecen gran número de «subgéneros», prácticamente uno para cada estancia. Cambia la relación de la sociedad ante el arte y la forma de hacer uso de él.

En tiempos de la Revolución Francesa van a aparecer los antecedentes más cercanos a la actual «crítica del arte». Se va a criticar la dictadura de las normas academicistas, que no hacen sino coartar la libertad creativa del artista. Incluso se aboga por la supresión de las academias y sus férreos controles. Hay incluso artistas que toman parte directamente en este conflicto, como es el caso del francés Luis David.

Con la Revolución de 1830 y la subida al trono de Luis Felipe de Orleáns en Francia, se impone el modelo burgués y el libre mercado del arte. Comienza a cambiar la valoración social de los artistas y éstos empiezan poco a poco a ganar prestigio, aspecto realmente novedoso que origina su multiplicación.

El acercamiento del arte a la sociedad comienza a ser una realidad en esta época. Nos encontramos ante el primer intento de democratización del mismo. La sociedad va a experimentar cambios que van a posibilitar dicho acercamiento, plantándose las bases de la actual relación entre arte y espectador, entre arte y sociedad.

En primer lugar se intenta que la cultura llegue por igual a todos los ciudadanos. Se acometen reformas educativas, se instituye la enseñanza obligatoria, se crean las escuelas públicas, y comienza una campaña de alfabetización del pueblo. Lo que con anterioridad era patrimonio de una privilegiada minoría, se convierte ahora en una actividad pública y masiva. Como consecuencia el público aumenta, un público además más preparado, y también lo hace el éxito y fama de los artistas. El consumo anónimo de su obra hace que crezcan sus beneficios, lo que le otorga una mayor independencia a todos los niveles. Pero también aumenta el número de aspirantes a entrar en esta profesión. Se trata de un proceso lento, pero que no ha dejado de evolucionar hasta nuestros días.

Sin embargo, cuando un pintor realiza una obra concreta, ¿cómo se puede democratizar?, ¿cómo podemos hacer que llegue a cualquier individuo que desee contemplarla? En el caso de la obra escrita, la solución es sencilla, ya que sólo debemos ampliar la tirada del libro en cuestión. Algo parecido sucede con técnicas como la del grabado, que

permiten reproducir hasta la saciedad una determinada imagen. Pero en el caso de la obra de arte original, ¿qué podemos hacer?

En primer lugar se crea un ámbito para la contemplación colectiva, apareciendo «el Museo Nacional». Este se encuentra ligado a la nueva burguesía y por tanto a la idea nacionalista del Estado. Los sucesivos museos serán nacionales y en ellos se tratará de reunir las obras características del «gusto nacional». También de esta forma se intenta demostrar la grandeza de una nación. El caso de Francia y el Louvre es evidente.

Finalmente, se crea «el Salón». Este está más ligado a la idea de mercado y a las exposiciones públicas. Cuando hay más de un cliente interesado en la adquisición de una obra, su precio aumenta. Con el paso de los años hemos asistido con sorpresa a escandalosas subastas, a la mitificación de la profesión, a un mercado en continuo crecimiento, a la multiplicación del número de artistas, o a la acreditación social de los mismos, hasta llegar a lo que actualmente todos conocemos. El número de salones crece, ya que en realidad son el único lugar donde el artista puede dar a conocer su trabajo, donde sus obras pueden ser valoradas, vistas y compradas.

Lentamente asistimos a una transformación del panorama artístico hasta llegar a lo que es hoy en día. Va cambiando el concepto social del arte y del artista, se multiplica el número de lugares donde podemos contemplarlo: galerías privadas, grandes exposiciones de ámbito estatal, ferias internacionales, etc. Año tras año vemos cómo se desarrolla el mercado del arte, aunque inexplicablemente siempre adolece de estar inmerso en la más profunda de las crisis; aparecen novedosas iniciativas que pretenden hacer más asequible la adquisición de obras, se mueven desorbitadas cantidades de dinero en torno a este mundo, asistimos al enriquecimiento de todo tipo de intermediarios, etc. Poco a poco van apareciendo nuevos movimientos culturales y artísticos. Desde el nacimiento de las vanguardias, el arte figurativo va siendo desplazado por nuevas concepciones más abstractas, etc. Ante dichas obras, el público en general es incapaz de captar su sentido, ni siquiera sus elementos espaciales, y acaba perdiéndose en conjeturas ante el más pequeño objeto extraído de la misma, que no conoce previamente. Pierre FRANCASTEL apunta acertadamente al respecto: «No se ve sino lo que se conoce».

Ante este panorama hay quien se pregunta: ¿es esto verdaderamente arte?, ¿qué es arte y qué no lo es?, ¿es tal obra una farsa porque no la entiendo?, ¿es todo esto simplemente un negocio?; o quien no ha oído tras asistir a una exposición de arte moderno aquello de... ¡esto soy capaz de hacerlo yo!, ¡esto lo hace hasta un niño!...

«La gente dice que no entiende el cubismo. Yo no entiendo el chino, pero eso no quiere decir que no exista el idioma chino.»

(PABLO PICASSO)

4. NUEVOS MEDIOS DE PRODUCCIÓN ARTÍSTICA. SU IMPACTO SOCIAL

En este final de siglo en que vivimos, la relación entre arte y sociedad es muy distinta a la del siglo pasado, etapa en la que se pusieron las primeras piedras en el intento de democratizarlo y acercarlo al público en general, como ya hemos visto. En las últimas décadas hemos asistido a muchas transformaciones en el mundo del arte: el desarrollo de su mercado, exposiciones multitudinarias, arte marginal, arte independiente o alternativo, arte pobre, nuevos modos de expresión artística, etc.

Podemos decir que en menos de cien años todo este mundo ha cambiado tanto como en todos los siglos anteriores. Tradicionalmente las artes se dividían en mayores y menores. En las primeras se incluían la arquitectura, la pintura y la escultura, mientras que dentro de las segundas se agrupaban aquellas otras que gozaban de menor prestigio y que en ocasiones eran asociadas al trabajo del artesano y a la decoración: las artes suntuarias, la orfebrería, los tapices, el grabado, la porcelana, etc. Durante siglos esta división permaneció inalterada en todos los sentidos. Por el contrario, si hay una palabra que pueda resumir el arte de hoy en día es el de «apertura». Se intentan derribar las barreras que tradicionalmente acotaban la producción artística y que determinaban lo que era arte y lo que no lo era. Hoy se intenta huir de esas normas y gustos más o menos impuestos, se rechaza ese hermetismo, esa dictadura formal academicista, el gusto nacional, el arte li-

gado al Estado o impuesto desde el mismo, etc., y se intentan satisfacer las necesidades de todo tipo de público y el propio afán creador del artista. Se da rienda suelta a todo tipo de iniciativas y experiencias relacionadas con el arte, y aún más, todo es susceptible de serlo. Esta es precisamente una de las mayores problemáticas del siglo XX dentro de este mundo artístico. Pierre FRANCASTEL no tiene ninguna duda al respecto cuando afirma: «(...) la actual Sociología del Arte descansa sobre la idea de que cualquiera de nosotros es capaz de comprender e interpretar inmediatamente —incluso producir— cualquier obra de arte».

Partiendo de esta base, tan válida es una pintura al óleo de Rubens, como un mural de Haring hecho sobre la pared de una estación de metro de nueva York cuatro siglos después, o como un sencillo dibujo a lápiz hecho por Picasso sobre la servilleta de papel de un desconocido restaurante. Además, hemos visto cómo a lo largo de este siglo cualquier formato, material o soporte ha sido digno de ser utilizado por el artista para plasmar sus ideas, para crear: «(...) raramente clavo la tela en un bastidor antes de pintarla. Prefiero aplicarla sobre la pared o extenderla en el suelo. Entonces me siento más cerca de la pintura, en cierto sentido formando parte de ella, porque puedo pasearme a su alrededor, trabajar por los cuatro lados y entrar literalmente dentro... Cada vez me alejo más de los instrumentos típicos del pintor, como el caballete, paleta y pinceles. Prefiero palos, cuchillos, la pintura fluida que dejo caer a chorro y una pasta espesa hecha con arena, vidrio machacado y otras materias habitualmente extrañas a la pintura». (Jackson Pollock, hacia 1944.)

Es impensable el poner estas palabras en boca de cualquier otro pintor de la antigüedad o tan sólo un siglo antes. Podemos incluso imaginarnos la reacción del público de su época o la de algunos críticos.

Tradicionalmente, las técnicas pictóricas, escultóricas y arquitectónicas apenas han sufrido transformaciones, y lo mismo podemos decir de los materiales empleados en cualquiera de ellas. Sin embargo, el panorama de los últimos cien años es totalmente distinto. Me imagino la sensación que pudo tener cualquier persona que observase durante la Exposición Universal de París en 1889 la torre Eiffel, sus 305 metros de altura y el uso casi exclusivo de fundición de hierro, acostumbrado a otras dimensiones y a las edificaciones de madera, piedra o ladrillo de su barriada. La sensación debió ser doble, como nos indican

las crónicas de la época; por un lado sorpresa, por otro rechazo (no olvidemos que hubo campañas para que la torre fuese desmontada a la finalización del evento). ¿Pero es acaso esa sensación distinta a la que podemos experimentar hoy en día cuando observamos un objeto tan representativo de la moderna cultura de masas y de la sociedad de consumo como es una botella de Coca-Cola, en la vitrina de un museo? Esa misma dicotomía se ha ido repitiendo continuamente desde el comienzo de la historia del arte y creo que no acabará nunca.

Contemporáneamente, asistimos a una revolución científica y tecnológica en todos los campos, y que por supuesto no ha pasado de largo por el mundo de las artes, sino todo lo contrario. La aparición de nuevas tecnologías y nuevos materiales van a transformar, en primer lugar, el mundo de la arquitectura, la escultura y la pintura, para más tarde dar lugar a nuevas formas de expresión (algunas forman parte de nuestra vida cotidiana y hace unos años nos eran totalmente desconocidas).

FOTOGRAFÍA Y VÍDEO-ARTE. LA NUEVA IMAGEN

Quizá el primer invento en importancia, y también el primero en aparecer cronológicamente, fue el de la fotografía y el proceso negativo-positivo. Este último descubrimiento permitió uno de los avances más característicos de la época: la propia aparición de la imagen como instrumento de comunicación y de expresión artística. Con la aparición de la técnica fotográfica se produce una doble circunstancia: por un lado se libera a la pintura de la estricta reproducción de la naturaleza exterior, mientras que por otro surge un nuevo campo para la producción artística. Al igual que ocurre con el pincel o con la espátula, el objetivo fotográfico debe ser guiado por el hombre. Aunque lo mecánico es considerablemente mayor en este proceso creativo que en las demás artes tradicionales, no se trata de un proceso exento de aportación cultural. Se obtienen realidades insólitas, visiones diferentes, que provocan emociones propias de una verdadera obra de arte. Aparece la fotografía como testimonio de la realidad social de la época. Se elaboran reportajes diversos, se fotografían paisajes y países desconocidos en Occidente, fotos de familia, etc., y poco a poco va desplazando a géneros pictóricos, como en el caso del retra-

to. Por primera vez era posible obtener imágenes tan reales como la propia realidad. Su desarrollo posterior dará lugar a incalculables posibilidades.

De la imagen estática se pasará al movimiento (el cine, el cinematógrafo), efecto o circunstancia que se había intentado representar por las vanguardias con diferente éxito. De la imagen en blanco y negro se pasará al color, y así sucesivamente, hasta llegar a nuestros días, en los que la aparición del ordenador ha revolucionado el mundo de la imagen. Las posibilidades futuras son ilimitadas, al igual que lo son sus conexiones con el mundo artístico.

Nadie podía pensar hace varias décadas en nuevas formas de creación artística, como el vídeo-arte, ni en que nuestros museos pudieran acoger este tipo de experiencias, ni en que sus creadores gozaran de cierto prestigio o popularidad (Bill Viola, Bruce Nauman), etc. En el caso concreto del vídeo-arte, éste permite al artista, por su capacidad, generar imágenes simultáneas. En este campo de experimentación se juega con imágenes en movimiento, con sonidos, tratando de envolver al espectador en una experiencia física que despierte todos sus sentimientos y sensaciones. No se trata sólo de activar su pensamiento, sino todo su cuerpo, a través de videoinstalaciones más o menos complejas.

Aquí podríamos encontrar conexiones con otras manifestaciones de arte conceptual, como es el caso de los *happenings*, en los que los espectadores pueden ser invitados a participar, acontecimientos-espectáculos que intentan causar impacto en su público.

GRAFFITI, ARTE URBANO

Autores como Tapies hablan de la necesidad de una inyección de arte popular en determinados momentos en los que se produce un exceso de «culteranismo» en el mundo artístico. Dentro de estas manifestaciones populistas, el propio Tapies incluye tendencias que van desde el arte *naïf*, hasta el arte pobre, pasando por los propios *graffitis* callejeros. «... hay toda una línea de búsqueda de neutralidad y de pureza que siempre he creído sumamente interesante; la sabiduría ha estado siempre más cerca de la pobreza de espíritu que de las solemnidades intelectuales».

Lo cierto es que la técnica del *graffiti* va íntimamente ligada al mundo de la ciudad moderna, al concepto de urbano. Mientras que un lienzo o una escultura pueden ser contempladas por el público, que de forma intencionada asiste a un museo o a una galería de arte, el *graffiti* puede ser contemplado por un público potencialmente más numeroso. Se encuentra en plena calle, en aquellos lugares por los que habitualmente paseamos, porque cualquier muro o pared puede hacer la función de lienzo, de soporte. Mientras que un artista cualquiera debe pasar por una auténtica odisea antes de ver sus obras colgadas de la pared de una galería, el autor de *graffitis* se evita toda esa burocracia, todas esas formalidades, todos esos impedimentos que no le permiten entrar en ese círculo cerrado de exposiciones más o menos organizadas, creadas prácticamente con un único fin mercantil.

Ahora bien, ¿es todo *graffiti* una obra de arte? Sin duda no. No es lo mismo escribir con un aerosol o *spray* tu nombre repetidas veces, sobre cualquier tipo de superficie (fenómeno heredado de las bandas delictivas que desde hace años operan en las grandes urbes norteamericanas, pioneras en esta actividad, y cuyo único fin es el de reivindicar la supuesta propiedad de tal o cual sector de la ciudad), que realizar una obra intencionadamente creativa, planificada o improvisada, pero siguiendo las técnicas del mural, tan utilizadas a lo largo de la historia por artistas como Joan Miró, Diego Rivera o Siqueiros. En nuestro lenguaje diario, a la primera la calificaríamos como «pintada». Sus consecuencias las sufrimos todos.

No debemos olvidar además, que nos encontramos ante una manifestación hoy día ligada a lo «marginal», «alternativo» o «independiente», completamente al margen de lo «oficial». En los años setenta surge en Estados Unidos toda esta cultura del *graffiti*. Su finalidad era la de crear obras en plena calle para que pudieran ser percibidas y consumidas por un amplio público que no participaba usualmente del arte. Concretamente es Nueva York el principal centro de irradiación de todas estas tendencias.

Mientras que por una parte las corrientes neoexpresionistas conquistaban las galerías y museos, por otra se imponía progresivamente a la atención internacional el movimiento creativo de los pintores de *graffiti*, unos chicos de los barrios pobres que pintaban y escribían con *sprays* en las paredes de los edificios y en los vagones del Metro. Poco

a poco consiguen exponer en lugares ajenos a los circuitos oficiales, jóvenes artistas comprometidos en una labor de denuncia social y política que constituyen el frente de la contracultura juvenil, que se expresa también a través de la música: «(...) un día, yendo en metro, vi un panel negro vacío destinado a transmitir un mensaje publicitario. En seguida comprendí que ese era el espacio más idóneo para dibujar. Subí a la calle, busqué una papelería, compré una caja de tizas blancas, volví al Metro e hice un dibujo en aquel panel. Era perfecto: un suave papel negro sobre el que se dibujaba con mucha facilidad con la tiza... El otro aspecto importante era que todo el procedimiento se transformaba en una *performance*. (Keith Haring, 1980.)

Nos encontramos ante una nueva forma creativa. Surge con la sociedad de masas y el creciente apogeo de las ciudades, con el aumento de los problemas sociales y el enorme desarrollo de la industria y el comercio, y con la revolución de los medios de comunicación. Sus autores recurren a lenguajes fácilmente identificables y entendibles, en ocasiones similares al del «cómic», al de la «caricatura», etc. En otras ocasiones son fieles herederos de los grandes cartelistas cinematográficos, crean falsos espacios o arquitecturas simuladas sobre grandes paredes y fachadas de edificios, e incluso combinan la imagen con el texto escrito y con símbolos de la sociedad de consumo, como ya hicieran algunos artistas de vanguardia en sus *collages* o artistas posteriores vinculados al *pop art*. ¿Quién no ha sentido asombro o perplejidad ante los famosos murales que decoran enormes fachadas en ciudades como Los Angeles, ante esa gigantesca representación de «la Venus de Boticelli» con patines, o los retratos de un centenar de actores famosos sentados en las butacas de un cine imaginario, observando a todo aquel paseante que se detiene a contemplarlos, etc.?

Pero, desgraciadamente, a nosotros nos ha llegado la vertiente menos artística de este fenómeno (y la no artística). Cuando observamos una pared repleta de nombres propios o apodos, realizados con rotuladores o aerosoles, no estamos contemplando arte, porque la finalidad con la que fueron realizados no era artística. Sus autores no estaban dando rienda suelta a una idea creativa, concreta o meditada, etcétera, del mismo modo que no estamos haciendo arte cada vez que firmamos una factura o grabamos nuestro nombre sobre el banco de un parque. La diferencia entre estas «pintadas» y el trabajo de los artistas marginales se encuentra claramente resumida en las anteriores

palabras de Haring. Lo suyo, sin duda, era arte. Debemos analizar la intención con la que se realiza el *graffiti*, la finalidad que busca su autor (si existiese), determinar si en realidad se trata de un proceso creativo o no, y si detrás de la obra se esconde ese carácter de independencia y de dar a conocer a la gente de la calle, al ciudadano de a pie, una nueva forma de expresión totalmente al margen del mercado del arte, etc.

Sin duda la importancia de este fenómeno artístico, social, urbano y moderno, radica en la naturaleza del público hacia el que va destinado, el lugar y formato sobre el que se realiza, y ese aspecto marginal (*underground*) o antioficial que le caracteriza.

«El arte vive a través de la imaginación de la gente que lo disfruta. Sin esta relación no hay arte. (...) He asumido el papel de creador de imágenes del siglo XX y me enfrento día tras día con las responsabilidades y las implicaciones que esto conlleva. Tengo cada vez más claro que el arte no es una actividad elitista reservada a unos pocos que saben apreciarla, sino que está abierta a todos. Este es el objetivo de mi trabajo.»

(KEITH HARING, 1984)

BIBLIOGRAFÍA

- ADORNO, Theodor: *Crítica cultural y sociedad*. Ed. Ariel, Barcelona, 1969.
- AGUILERA CERUI, Vicente: *La aventura creadora*. Ed. Península, Barcelona, 1970.
- AGUILERA CERNI, Vicente: *El arte impugnado*. Ed. Cuadernos para el Diálogo, Madrid, 1969.
- FRANCASTEL, Pierre: *Sociología del arte*. Alianza Editorial, Madrid, 1975.
- HAUSER, A.: *Historia social de la literatura y el arte*. Ed. Guadarrama, Madrid, 1974.
- RODRÍGUEZ-AGUILERA, Cesáreo: *Crónica de Arte Contemporáneo*. Ed. Ariel, Barcelona, 1971.
- VV.AA.: *Arte abstracto y arte figurativo*. Ed. Salvat. Biblioteca Salvat de Grandes Temas, Barcelona, 1973.

La violencia en el arte de vanguardia: figuraciones del conflicto

Eduardo Pérez Soler
Historiador y crítico de Arte

I. EL ARTE COMO FORMA DE COMBATE

En uno de los párrafos más célebres del *Segundo manifiesto del surrealismo*, de 1930, André BRETON escribía:

«[...] Precisamente de la efervescencia desesperanzadora de aquellas representaciones vacías de significado nace y se nutre el deseo de superar la insuficiente, la absurda distinción entre lo bello y lo feo, lo verdadero y lo falso, el bien y el mal. Y como sea que del grado de resistencia que esta idea superior encuentre depende el avance más o menos seguro del espíritu hacia un mundo que, al fin, resulte habitable, es comprensible que el surrealismo no tema adoptar el dogma de la rebelión absoluta, de la insumisión total, del sabotaje en toda regla, y que tenga sus esperanzas puestas únicamente en la violencia. El acto surrealista más puro consistió en bajar a la calle, revólver en mano, y disparar al azar, mientras a uno le dejen, contra la multitud. Quien no haya tenido, por lo menos una vez, el deseo de acabar de esta manera con el despreciable sistema de envilecimiento y cretinización imperante, merece un sitio entre la multitud, merece tener el vientre a tiro de revolver. [...]» (1).

En este fragmento de su manifiesto, el principal ideólogo del movimiento surrealista abogaba por un nuevo tipo de sensibilidad capaz de trastocar la experiencia de nuestro mundo cotidiano. BRETON proponía destruir los patrones sobre los que se edifican nuestros valores de belleza, de moralidad y de verdad, para sustituirlos por unos radi-

(1) BRETON, André: «Segundo manifiesto del surrealismo», en *Manifestos del surrealismo*, Barcelona, Labor, 1992, pág. 164.

calmente distintos. Él abría la posibilidad de dar lugar a una realidad que fuese diferente por completo a la realidad empobrecida y alienante que ha sido consecuencia de la racionalización de la vida moderna. Como todos sabemos, esta nueva experiencia de lo real estaba sustentada en la manifestación de las fuerzas que permanecían reprimidas en nuestro subconsciente y tenía mucho que ver con estados oníricos y de irracionalidad. Esta realidad que planteaba BRETON era difícilmente imaginable, pues había permanecido guarecida largo tiempo en nuestro inconsciente, pero el surrealismo abría las puertas de su construcción.

Sin embargo, esta nueva experiencia del mundo real que el proyecto surrealista proponía —y que suponía una subversión de todas las reglas que rigen la cultura vigente— no podía ser conseguida si no era recurriendo a la violencia. En la medida que BRETON defendía un cambio absoluto en nuestra manera de entender la realidad, en la medida en que abogada por una transformación total de nuestra sensibilidad, la sustitución de los viejos valores por otros distintos debía ser necesariamente traumática. El surrealismo representaba una revuelta del espíritu que estaba más allá de cualquier condicionante de nuestra moralidad y que, por tanto, no se dejaba coartar por las normas que regulan la convivencia social, a la hora de imponer sus dogmas.

«[...] El surrealismo es el rayo invisible de algún día nos permitirá superar a nuestros adversarios [...]» (2), afirmaba André BRETON en el primero de sus Manifiestos del surrealismo, de 1924. Frases como ésta nos revelan el carácter beligerante que distinguió muchas de las manifestaciones surrealistas. Ciertamente, una gran mayoría de los artistas y poetas ligados al citado movimiento de vanguardia entendieron su actividad creativa como una disputa, como un verdadero combate. El grupo surrealista planteó su búsqueda de una sensibilidad renovada como una batalla. Se trataba de una guerra contra todos los valores caducos que representaban esa vieja manera de experimentar la realidad que el surrealismo pretendía superar. Y para ganar dicha guerra no se descartaba el uso de la violencia; ya bien cobrase ésta formas como la del rayo que de una manera metafórica electrizaría al enemigo, o la del tiro de revólver que reventaría las vísceras del rival.

(2) BRETON, André: «Manifiesto del surrealismo», en *ibid. em.*, pág. 70.

Años antes de la publicación de los manifiestos surrealistas un poeta bien distinto, el italiano Filippo Tommaso MARINETTI, publicaba sus manifiestos del futurismo. El primero de ellos, que vio la luz el 20 de febrero de 1909, ensalzaba con un lenguaje exaltado y panfletario las virtudes de la modernidad; era un texto tan pródigo en alabanzas al progreso tecnológico como plagado de vituperios a todos los elementos que nos remitían a la tradición y al pasado. El *Primer manifiesto futurista* era un canto entusiasta a la velocidad, a la máquina, a la juventud y a todo lo que tuviese que ver con los avances en el terreno de la técnica. Para los futuristas, la implantación de una cultura tecnocientífica era la garantía de un porvenir prometedor para el género humano.

Ahora bien, pese a su carácter iconoclasta y su exaltada modernidad, el futurismo no estaba desprovisto de un acusado sentimiento nacionalista y de un belicismo despiadado. En realidad, el sueño tecnológico de los poetas y artistas futuristas tenía mucho que ver la fe depositada en la construcción de un Estado italiano floreciente. El desarrollo técnico y científico podía entenderse, al fin y al cabo, como el instrumento indispensable para echar adelante una poderosa industria militar. Los arrebatos futuristas, con todo lo que tenían de transgresor y de irreverente, no podían ocultar un acentuado totalitarismo. La modernidad de este grupo de vanguardia era incomprensible sin una voluntad de dominio, sin la necesidad de imponer la fuerza propia sobre el más débil. El proyecto estético del futurismo no podía entenderse de otra manera: el arte y la poesía estaban al servicio de un proyecto político que negaba todo derecho a la diversidad y que no admitía otra razón que su propio poder. Así, la creación artística debía de ser en esencia violenta, como violentas eran las formas políticas que pretendía defender. En este sentido escribía MARINETTI:

«[...] Ya no hay belleza más que en la lucha ni obras maestras que no tengan un carácter agresivo. La poesía debe ser un violento asalto contra las fuerzas desconocidas para hacerlas rendirse ante el hombre.»

Y era esta delirante exaltación del poderío del hombre, abrazado a un proyecto de instrumentalización tecnológica al servicio de un Estado bélico, lo que llevaría al poeta italiano a afirmar más adelante:

«[...] Queremos glorificar la guerra —la única higiene del mundo—, el militarismo, el patriotismo, la acción destructiva de los anarquistas, las hermosas ideas que matan y el desprecio a la mujer» (3).

Vemos así que el papel del arte, tal como lo perfilaba el futurismo, quedaba reducido al de un mero instrumento de un proyecto bélico de corte totalitario.

El arte moderno, tal como se hace patente a partir de textos como los de BRETON y MARINETTI, ensalzó muy a menudo la violencia. En cualquier caso, los ejemplos que aquí hemos citado están entre los más conocidos, pero no son los únicos. Estos son tan sólo una pequeña muestra de la retórica beligerante que muchas veces emplearon los diferentes grupos de vanguardia y de la fascinación que mostraron a menudo por situaciones y fenómenos violentos. De hecho, la belicosidad constituyó un elemento medular en el pensamiento de gran parte de los movimientos artísticos modernos.

Es bien sabido que uno de los rasgos que mejor caracterizaron el vanguardismo fue una fascinación radical por lo novedoso y una actitud de desconfianza —cuando no de desprecio absoluto— hacia la tradición y el tiempo pretérito. Un buen número de artistas y poetas a partir del siglo XIX y, sobre todo, durante las primeras décadas del siglo XX, perfilaron un tipo de creación experimentalista, cuyas premisas ponían en entredicho las obras del pasado. Se trataba de edificar un arte nuevo, que no tuviese nada que ver con todo lo que se había realizado anteriormente. De hecho, el elemento que definió con mayor nitidez muchos movimientos artísticos modernos fue el hecho de erigirse como una reacción a las tendencias inmediatamente anteriores a ellos: así, por ejemplo, el realismo fue una reacción a los excesos sentimentales y literarios del romanticismo; los distintos grupos expresionistas reaccionaron contra el supuesto objetivismo de la pintura impresionista y de sus seguidores, como Seurat, etc.

La creación artística durante gran parte de los dos últimos siglos estuvo guiada por la voluntad de instaurar la novedad como valor pri-

(3) MARINETTI, Filippo Tomasso: «Primer Manifiesto futurista», en *Manifiestos y textos futuristas*, Barcelona, Ediciones del Cotal, 1978, pág. 130 ambas citas.

mordial, de delinear unos trabajos que mejorasen todo lo que había sido realizado anteriormente. A grandes rasgos, es posible afirmar que los artistas modernos, guiados por su ánimo de renunciar al pasado, intentaron con obstinación colocarse por delante de sus contemporáneos, pretendieron ser más innovadores que sus colegas y aproximarse lo más posible a lo que hipotéticamente sería la creación futura; en suma, ellos intentaron situarse en una posición de vanguardia.

Hay que decir que esta búsqueda de lo novedoso no estaba despojada de un carácter traumático. La instauración de lo nuevo por parte de los artistas modernos no se significaba como una reformulación sutil de los patrones heredados de la tradición; en realidad, representaba una ruptura, un corte radical, respecto a ella. La vanguardia, lejos de promover cambios graduales en la producción artística —ya bien fuesen éstos formales o conceptuales— de la tradición que se recibía en herencia, se oponía a ella por completo. Y esta actitud se hizo aún más acentuada durante las primeras décadas del siglo XX con la eclosión de las llamadas «vanguardias históricas». Frente a una postura que tendía a reorientar los presupuestos del arte del pasado, sin subvertir su esencia, los artistas más radicales de estos últimos dos siglos intentaron renunciar de plano a los logros de los creadores europeos del pasado —específicamente de aquellos que pertenecían a la tradición artística surgida del Renacimiento— y buscaron fundar un arte afirmado puramente en lo nuevo. Esta posición implicada por fuerza violentar la tradición y negarla por completo: ya no se trataba de reformular los valores de lo que había existido previamente; lo que se buscaba era destruirlos por completo, para comenzar una nueva tradición, que estuviese libre de las ataduras del pasado.

El arte vanguardista, ya desde sus orígenes —y en la medida en que era un arte esencialmente rupturista—, estuvo asociado a una actitud beligerante y agresiva. En este sentido, resulta significativo que el propio término «vanguardia», que se comenzó a utilizar durante el siglo XIX para definir la actividad de aquellos creadores que buscaban perfilar un arte novedoso, fuese una palabra que se tomó prestada del vocabulario militar (4). Por regla general, los ar-

(4) Para ser más precisos, el término «vanguardia» fue utilizado para definir una actividad radical o avanzada llevada a cabo tanto en el terreno del arte como en actividades

tistas modernos se agruparon en movimientos que pretendían adquirir un carácter revolucionario. Algunos grupos artísticos —como podría ser el caso del impresionismo o del cubismo— se propusieron simplemente renovar los patrones plásticos imperantes en su época. Pero algunos otros, como el surrealismo, por ejemplo, se trazaron objetivos harto más ambiciosos: pretendieron impulsar una revolución completa en nuestra sensibilidad. Ciertos movimientos creativos intentaron cambiar por completo el arte, otros buscaron transformar radicalmente nuestras vidas. Y es precisamente en lo revolucionario de tales ímpetus donde se encuentra la raíz de la violencia vanguardista.

El pensador y poeta mexicano Octavio PAZ ha puesto de relieve algunos de los rasgos que mejor caracterizaron el vanguardismo europeo: «[...] el ánimo revolucionario, los manifiestos, la primicia de la noción de grupo militante y, en fin, ese espíritu combatiente que hizo de la vanguardia europea un homólogo de las sectas religiosas y de los partidos revolucionarios [...]» (5). Los grupos artísticos modernos, como los movimientos revolucionarios de los que se sirvieron de modelo, asumieron posiciones dogmáticas, se valieron de manifiestos y proclamas para defender sus ideas y sus puntos de vista y realizaron «purgas» de forma periódica para silenciar a los disidentes. Pero lo que es más importante, es que todos estos grupos exigieron a sus militantes una disciplina y una combatividad revolucionarias para llevar a cabo sus propósitos. Cabe recalcar que esta actitud tenía su referente en la acción política, era esencialmente violenta; pues el terror y la violencia se concibieron como elementos necesarios para emprender los cambios en la noción de arte que los diferentes grupos artísticos modernos promovieron. Así, la violencia revolucionaria de los grupos políticos de la modernidad, cuya finalidad era el lograr cambios radicales en nuestra organización social, tuvo su correspondencia en la violencia artística de los grupos de vanguardia.

extraartísticas. Fue utilizado por primera vez, en 1825, por el pensador socialista utópico francés Henri de Saint-Simon para designar a un grupo de artistas, científicos e industriales que aparecían como la élite de un nuevo orden. Así pues, aplicada en este sentido, la palabra «vanguardia» tuvo en sus orígenes un sentido más laxo que el que se ha utilizado durante el siglo XX para calificar una actitud estética. Véase NOCHLIN, Linda: *The Politics of Vision*, Londres, Thames & Hudson, 1991, págs. 1 a 17.

(5) PAZ, Octavio: «Rupturas y restauraciones», *El Paseante* (Madrid), núm. 23-25, 1995, pág. 22.

Así las cosas, resulta que nos encontramos con dos clases de ruptura que se manifiestan de forma simultánea en la modernidad: la política y la estética.

Es un hecho que los artistas de vanguardia promovieron la violencia como espectáculo. Ellos la teatralizaron a menudo y le otorgaron un carácter estético. Tanto el futurismo como el dadaísmo, el surrealismo y otros movimientos de principios de siglo, gustaron de la provocación. Todos estos grupos se identificaron con las veladas escandalosas, con una retórica incendiaria —que muchas veces recurrió al insulto— y con unos espectáculos que abofeteaban el gusto del público. Los montajes iconoclastas de los diferentes grupos artísticos modernos estuvieron asociados a una combatividad y una agresividad escenificadas que muchas veces desembocaron en una violencia física efectiva. La vanguardia elevó la provocación y el *shock* a categorías estéticas. Frente a la contemplación serena y recogida que había caracterizado la recepción del producto artístico tradicional, la creación vanguardista introdujo un nuevo tipo de experiencia más convulsiva e irracional en la que la pulsión emocional comenzó a jugar un papel importante.

Cuesta trabajo pensar en los espectáculos de la vanguardia sin asociarlos a un elemento violento y transgresor. Las manifestaciones de los grupos artísticos modernos más radicales estuvieron asociadas necesariamente al escándalo. Esto es lo que sucedía en las veladas futuristas en la segunda década del siglo, en la que los discursos de los miembros del grupo tenían lugar entre los silbidos, gritos y puñetazos del público. Pasaba también en las acciones dadaístas, como la de Jacques Vaché, quien se presentó vestido de oficial inglés y apuntando a los espectadores de *Les mamelles de Tirésias*, de APOLLINAIRE, en junio de 1917, o como las de Arthur Cravan, el sobrino de Oscar WILDE, quien irrumpió borracho con una maleta llena de ropa sucia a una conferencia de Marcel Duchamp, y acto seguido comenzó a desnudarse, para indignación de los presentes, que formaban parte de un público refinado e intelectual. Estas actitudes provocadoras se reprodujeron también entre los surrealistas. Son célebres, por ejemplo, las escandalosas protestas que protagonizaron los miembros del grupo de BRETON en 1926 durante la representación en París de los Ballets rusos de Serge de Diaghilev y que provocaron la intervención de la policía. Dicha acción pretendía denunciar la supuesta sumisión de Max

Ernst y Joan Miró —quienes habían realizado los decorados del espectáculo— a los valores de la aristocracia internacional.

II. EL ARTE COMO EXPRESIÓN DE LA VIOLENCIA DE LAS RELACIONES SOCIALES

Tal como se ha visto, la vanguardia, por su propia dinámica, puede entenderse como un fenómeno artístico esencialmente violento. Dado su carácter revolucionario, intentó clausurar la tradición creativa anterior a ella; y para lograr sus propósitos empleó unas estrategias que, lejos de toda voluntad conciliadora, pusieron en evidencia una inclinación al dominio y a la imposición del poder propio sobre el rival. Ahora bien, cabría indagar en los fundamentos que dieron origen a esta actitud en el vanguardismo. Uno podría interrogarse acerca de las motivaciones que movieron a los artistas y poetas de los distintos grupos de vanguardia a asumir posturas francamente beligerantes y agresivas.

Quizá, para iluminar esta cuestión, podríamos remitirnos a «Para una crítica de la violencia», un texto de juventud de Walter BENJAMIN, el pensador alemán, que a la postre sería un reputado exegeta del vanguardismo y un intérprete refinado del movimiento surrealista. Su texto, escrito en 1921, nos puede servir de herramienta para comprender los fundamentos de la violencia en los movimientos artísticos modernos.

En su ensayo, BENJAMIN caracterizó la violencia como el elemento a partir del cual se funda el derecho. Si se siguen las tesis del pensador alemán, es posible afirmar que todo acuerdo social, toda norma que regula la convivencia entre los hombres, ha debido surgir necesariamente de la imposición del poder de una de las partes acordantes. La existencia de un contrato social implica por necesidad la preponderancia de los criterios de alguno de quienes participan de dicho contrato. Esto significa que las relaciones sociales, lejos de estar fundadas en la equidad, se asientan en una relación de disimetría: siempre habrá en todo vínculo de derecho un participante que poseerá un poder mayor que los restantes y que, por este motivo, será capaz de imponer su voluntad. Y es precisamente en este hecho donde queda asentada la violencia esencial de las relaciones sociales. Sobre esto escribió BENJAMIN:

«[...] debe precisarse que de un contrato de derecho no se deduce jamás una resolución de conflictos sin recurso alguno a la violencia. En realidad, tal contrato conduce en última instancia, y por más que sus firmantes lo hayan alcanzado haciendo gala de voluntad pacífica, a una violencia posible. Porque el contrato concede a cualquiera de sus partes el derecho de recurrir a algún tipo de violencia en contra de la otra en caso de que sea responsable de infracción a sus disposiciones. Y eso no es todo: el origen de todo contrato, no sólo su posible conclusión, nos remite a la violencia. Aunque su violencia fundadora no tiene por qué estar inmediatamente presente en el momento de su formulación, está representada en él bajo forma del poder que lo garantiza y que es su origen violento, y ello sin excluir la posibilidad de que ese mismo poder se incluya por su fuerza como parte legal del contrato. [...]» (6).

Así pues, siempre ciñendonos a las reflexiones de BENJAMIN, podemos afirmar que la violencia como manifestación del poder de unos sobre otros se hará patente en toda relación social de derecho. La violencia interviene en toda transacción social, ya bien sea como violencia fundadora —la exhibición de una fuerza que ha permitido que la norma acordada sea precisamente una y no otra— o como violencia conservadora del derecho, en la medida en que todo acuerdo contempla la posibilidad de ejercer algún tipo de violencia sobre la parte que en un momento dado pueda transgredirlo. La violencia se hace patente aun cuando las condiciones para llevar a cabo un acuerdo son más favorables, esto es, cuando se da una relación de máxima equidad entre las partes. En este caso nos encontramos con una violencia latente, que queda oculta tras el equilibrio de poder que se hace manifiesto entre quienes suscriben el contrato. Así lo asienta Walter BENJAMIN: «[...] desde la perspectiva de la violencia que sólo el derecho puede garantizar, no existe igualdad. En el mejor de los casos hay violencias igualmente grandes» (7). Queda claro que en situaciones como ésta, el acuerdo entre las partes viene condicionado por la incapacidad de imponer la fuerza propia sobre la de los oponentes.

Muchas actitudes vanguardistas partieron del supuesto de que las relaciones sociales eran un fenómeno esencialmente violento, muy en

(6) BENJAMIN, Walter: «Para una crítica de la violencia», en *Para una crítica de la violencia y otros ensayos*, Madrid, Taurus, 1991, pág. 33.

(7) *Ibid. em.*, pág. 40.

la línea de las reflexiones del Walter BENJAMIN joven. Varias corrientes artísticas modernas creyeron en el carácter fundacional de la violencia como fuente del derecho humano. Por este motivo, no tuvieron empacho en otorgar un carácter beligerante a sus manifestaciones: como si quisiesen mostrar sin hipocresía y sin ambages que las relaciones sociales —y, por supuesto, las relaciones sociales modernas—, aun cuando pudiesen aparentar una absoluta *civilidad* y una armonía completa, siempre guardan en sí un reverso de irracionalidad y de barbarie. Así, en un mundo fundamentado en una convivencia esencialmente violenta, el vanguardismo asumió la beligerancia y la lucha como una forma de dominio. En este sentido, afirma Eduardo SUBIRATS: «La destrucción vanguardista expresó siempre la virtud ejemplar de un principio originario constituyente de poder» (8).

Los distintos movimientos de vanguardia entendieron su actividad como un combate permanente. Si partimos del supuesto de que nuestra cultura está marcada por unas relaciones sociales y de derecho que se caracterizan por una fragilidad constante y por la tensión, parece necesario emplear la fuerza de forma continuada para imponer los criterios propios, para hacer que prevalezcan las ideas que son de patrimonio de uno. Inmersos en esta lógica, las artistas de vanguardia entendieron que la armonía social y el consenso sólo podían manifestarse de una manera ilusoria, y por esta razón actuaron como si fuese necesario recurrir a una violencia constante para llevar a cabo cualquier transformación revolucionaria. Ellos se desenvolvieron como si la única posibilidad de hacer viable un proyecto estético en una cultura marcada por el conflicto —ya cobrase éste la forma de conflicto ideológico, de clases, étnico, etc.— pasase por establecer una hegemonía feroz y continuada de las ideas propias sobre las de los otros. Así pues, el vanguardismo situó su proyecto de rebelión estética y vital en un horizonte de combate permanente: Únicamente una incansable vitalidad y una voluntad inquebrantable podían hacer practicales los afanes vanguardistas (9).

(8) SUBIRATS, Eduardo: *Linterna mágica*, Madrid, Siruela, 1997, pág. 23.

(9) Huelga decir que en esta actitud de la vanguardia resuenan los ecos del pensamiento de autores como Georges SOREL y NIETZSCHE. Se ha señalado en innumerables ocasiones la influencia determinante que pensadores como ellos tuvieron en los dogmas de muchos grupos vanguardistas. De la misma manera, la visión de la cultura como una realidad inestable y en conflicto constante se encuentra en el pensamiento marxiano y, en general, en una buena parte de las orientaciones del pensamiento socia-

Ahora bien, hay que decir que toda la violencia de la vanguardia estaba dirigida hacia una finalidad; ella gozaba de un sentido. No se trataba de un gasto lujoso, desperdiciado irracionalmente. Si los artistas de los diferentes movimientos artísticos modernos mostraron muy a menudo una combatividad incansable era porque ella estaba dirigida hacia unos objetivos específicos. Tal como ya se ha comentado más arriba, la creación de vanguardia se propuso transformar nuestra sensibilidad, dinamitando la tradición y elevando lo novedoso a valor principal. Pero ésta no era la finalidad última de las aspiraciones vanguardistas. En realidad, los grupos artísticos de vanguardia tenían unos objetivos más ambiciosos. Lo que ellos pretendían, en el fondo, era conseguir la emancipación de todo el género humano. La idea no era tan novedosa. De hecho, la vanguardia se situaba en la línea de la tradición romántica que defendió la capacidad del arte para mejorar las condiciones de existencia de los hombres, que creyó en la estetización de la realidad como una estrategia para dignificar la vida humana. Los artistas de vanguardia soñaron con unas utopías artísticas que, en última instancia, eran verdaderas utopías sociales. Su proyecto pasó por establecer unos patrones tanto estéticos como políticos que transformasen radicalmente las condiciones de existencia de todos los hombres. La destructividad del vanguardismo tenía como objeto barrer con todos los restos de una cultura que se consideraba opresiva y alienante para edificar un orden social completamente nuevo. Destruir el pasado, alcanzar «un grado cero de la historia» (10), para dar lugar a una moral, una civilización y un arte nuevos, se convirtió en la meta principal de la creación moderna más radical. Sólo esta concepción de la vanguardia, encuadrada dentro de un mito escatológico que prefiguraba una reconciliación del hombre con la realidad y con la historia en un época futura, hace comprensibles frases como la de Tristan TZARA cuando afirmaba: «[...] Luego de la matanza nos queda la esperanza de una Humanidad pacificada. [...]» (11). Únicamente bajo la perspectiva de la construcción de una nueva cultura, edificada sobre las ruinas de la anterior, puede explicarse la destructividad obsesiva y el nihilismo que caracterizó una buena parte del arte y el pensamiento de vanguardia.

lista, los cuales, como bien se sabe, también influyeron de una manera notable en el vanguardismo.

(10) SUBIRATS, Eduardo: *Op. cit.*, pág. 25.

(11) TZARA, Tristan: *Siete manifiestos dada*, Barcelona, Tusquets, 1986, pág. 14.

Las aspiraciones de favorecer un orden social nuevo, universalita y homogéneo llevaron a los artistas de vanguardia a mantener una estrecha colaboración con los diferentes movimientos políticos de la modernidad. Muchas veces se dio una afectiva convergencia entre la vanguardia estética y la vanguardia política. El arte moderno estuvo muy a menudo al servicio de los proyectos de reedificación de lo social que reemprendieron tanto la socialdemocracia como las distintas formas de totalitarismo. Así, por ejemplo, la convicción en la emancipación futura de todos los hombres como consecuencia de una transformación revolucionaria de la cultura, fue el factor que llevó a los constructivistas rusos a asumir una actitud de activismo durante los primeros años del Estado bolchevique, o lo que orilló a no pocos artistas expresionistas, dadistas y surrealistas a relacionarse —aunque, eso sí, de una manera muchas veces conflictiva— con diferentes grupos de la izquierda europea. En fin, fue la ilusión de una realidad ordenada por los avances técnicos y científicos puestos al servicio de una Humanidad guerrera lo que supuso la adhesión del futurismo italiano al proyecto político de Mussolini y lo que llevó a dicho movimiento artístico a elaborar toda una serie de proclamas, de manifiestos y de propuestas literarias y artísticas que terminaron por dar consistencia a la imaginería del fascismo europeo. Fueron muchas las estrategias que el vanguardismo asumió para incidir de forma efectiva sobre la realidad, de la misma manera que fueron diversos los proyectos políticos a los que los artistas modernos mostraron su adhesión y profesaron simpatía. Lo que es cierto, en última instancia, es que el arte de vanguardia sería incomprensible si no se le relacionase con un proyecto de transformación global de la sociedad.

III. EL ARTE COMO INSTRUMENTO POLÍTICO Y COMO PROPAGANDA

En *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* —el que es, sin duda, su escrito más conocido— Walter BENJAMIN clamaba por la politización del arte. Dicho trabajo, publicado en 1936, cuatro años antes de la muerte trágica de su autor, pretendía definir las condiciones de la producción artística en un momento en el que Europa estaba sumida en un clima de absoluto belicismo, en una época en la que las relaciones de derecho entre los distintos Estados

estaban marcadas por la violencia más manifiesta. BENJAMIN buscaba oponer su idea de una creación artística entendida en clave política a la «estetización» de las formas de actuación políticas propias de los regímenes fascistas modernos. De acuerdo con el pensador alemán, los Estados totalitarios de la Europa occidental habían hecho de sus proyectos bélicos una verdadera experiencia artística. Desde los elogios exaltados y entusiastas que los futuristas hicieron de las aventuras militares colonialistas de Italia en la década de los diez —y en los que la guerra era elevada a una dimensión de verdadero fenómeno poético—, hasta los proyectos arquitectónicos y de escultura pública de carácter impositivo y monumental realizados durante los años treinta, pasando por la apropiación propangandística de los nuevos medios de comunicación, como el cine o la radio, el fascismo se había empeñado en transformar la experiencia de la vida en un espectáculo de masas. Escribía BENJAMIN: «*Fiat ars, pereat mundus*, dice el fascismo, y espera de la guerra, tal y como lo confiesa MARINETTI, la satisfacción artística de la percepción sensorial modificada por la técnica.

Resulta patente que esto es la realización acabada del arte *pour l'art*. La Humanidad que antaño, en HOMERO, era un objeto de espectáculo para los dioses olímpicos, se ha convertido ahora en un espectáculo de sí misma. Su autoalienación ha alcanzado un grado que le permite vivir su propia destrucción como un goce estético de primer orden. [...]» (12).

El fascismo procuró dar a sus proyectos políticos —los cuales estaban cimentados en los avances tecnológicos y en una productividad orientada en la guerra— el carácter de una verdadera «obra de arte total»: las marchas militares y guerreras, que pretendían sublimar el contenido trágico de las confrontaciones armadas y convertirlas en un objeto de deleite estético; los torneos deportivos, que terminaron por adquirir el valor de certificado de la supuesta superioridad de una *raza* sobre las otras; e, incluso, las propias representaciones escultóricas y pictóricas de la figura humana, que estaban dirigidas a configurar una belleza corporal que estuviese en plena consonancia con las exigencias del combate bélico —tal y como sucede en las esculturas de artistas alemanes como Arno Bre-

(12) BENJAMIN, Walter: «La obra de arte en la época de su reproductividad técnica, en *Discursos interrumpidos*, I, Madrid, Taurus, 1989, pág. 57.

ker—, (13) nos informan acerca de esta búsqueda de una realidad *panestetizada* al servicio de una política bélica.

Walter BENJAMIN reclamaba un arte politizado para oponerlo precisamente a este tipo de «estetización de la realidad». Y fue quizá la Exposición Universal de París de 1937 uno de los momentos en los que se ha perfilado con mayor nitidez la idea de un arte puesto al servicio de la propaganda política. La muestra francesa, que tenía como objetivo original significarse como un «gran grito de confianza al conjunto de la Humanidad» (14), al tiempo que intentaba realizar un balance de la evolución de la producción científica y artística, terminó por significarse como un medio de exaltación de los sistemas políticos de las naciones representadas y como un punto de confrontación simbólica de los distintos Estados, fuesen del signo que fuesen.

Si algo cabe destacar de la Exposición del 37 fue la capacidad que adquirieron las diferentes propuestas arquitectónicas y artísticas para ofrecer signos demodelores de agresión y resistencia. En este sentido, los pabellones italiano, soviético y alemán —estos dos últimos encarrados violentamente en la orilla derecha del Sena, ofreciendo así una imagen inquietante de la beligerancia más o menos encubierta que presidía las relaciones entre los diferentes países— estuvieron orientados a celebrar los avances materiales y sociales de los países que representaban, de la misma manera que buscaban cimentar un discurso mítico que legitimase la naturaleza de sus regímenes políticos. Tanto la arquitectura de los recintos de estos países, como todos los productos creativos en ellos cobraron la forma de signos de ostentación y de certificados de legitimación ideológica, más allá de cualquier exaltación del saber humano.

Muy distinto era el pabellón que el Gobierno de la República Española concibió para la Exposición de París. No era éste un muestra-

(13) Este ideal de un cuerpo adaptado a las condiciones de la guerra estaba en plena consonancia con la noción de humanidad que algunos líderes nazis, como el propio Hitler, exaltaban: «Se está forjando una nueva época, pero quienes lo hacen no son los hombres de letras sino los guerreros». HITLER, Adolf: *Discurso de inauguración de la Haus der Deutschen Kunst en Munich*, 1937, citado en ELLIOT, David: «La batalla per l'art», en el catálogo de la exposición *Art i poder. L'Europa del dictadors, 1930-1945*, Barcelona, Diputació de Barcelona y Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, 1996, pág. 32.

(14) LABBÉ, Edmond: «Introduction», en *Le Livre d'Or officiel de L'Exposition internationale des Arts et des Techniques*, París, 1937, pág. 24.

rio de las ambiciones de poder de un Estado en expansión económica y militar. Todo lo contrario, era el espacio simbólico que intentaba revelar la realidad de un país que vivía una cruenta guerra interna y cuyo Gobierno legítimo recibía más apoyo efectivo de la intelectualidad de izquierdas y de la sociedad civil que de otras naciones. En cualquier caso, las autoridades españolas no desaprovecharon la oportunidad que les brindaba la Exposición Universal para impulsar un espacio propangandístico y reclamar el apoyo internacional para la República. Para ello, se edificó un espacio que, lejos de la grandilocuencia de otros pabellones nacionales, buscaba significarse con sencillez como un aparador de los logros culturales y artísticos del país. Cobijado por una edificación de corte nacionalista y de proporciones relativamente modestas, proyectada por Josep Lluís Sert, el pabellón de la República Española intentaba configurar un recorrido documental que combinaba las artes populares y tradicionales con propuestas vanguardistas de creadores como Picasso, Calder, Miró o Julio González.

Si no se toma en consideración la *Fuente de mercurio* de Alexander Calder —una obra de una pureza abstracta conmovedora y cuyo mercurio en flujo permanente puede considerarse una de las metáforas más fascinantes que se han elaborado acerca de la modernidad— podemos concluir que las obras del pabellón más consistentes en términos simbólicos eran dos que estaban vinculadas estrechamente a la representación de la violencia y que estaban marcadas por un contenido político explícito: el *Guernica*, de Picasso, y el *Payés catalán en revuelta*, de Joan Miró. A diferencia de lo que sucedía con la gran mayoría de los trabajos de los pabellones de los Estados de corte totalitario, que hacían patente un ostentoso afán de dominio, estos dos trabajos estaban orientados a dar una expresión figurativa a la voluntad de resistencia.

En el caso de la monumental obra de Picasso, el artista había recuperado un sinnúmero de claves formales vanguardistas con las que había experimentado durante décadas para expresar la idea de una Humanidad sufriente, trágicamente sometida a la irracionalidad de las normas que rigen las relaciones de derecho entre los hombres. Más allá de la anécdota histórica —el bombardeo indiscriminado de la población vasca de Guernica por parte de la aviación alemana—, la obra del pintor malagueño aparece como un intento de expresar con

un lenguaje plástico eminentemente moderno la brutalidad que aflora tras la supuesta civilidad de nuestra cultura moderna.

El Payés catalán en revuelta, por su parte, tenía una orientación distinta. Este trabajo de Joan Miró, ahora perdido, pretendía otorgar al hombre sufriente una capacidad de respuesta. Frente a la pasividad de las figuras de Picasso, el campesino con la mano alzada blandiendo una hoz del pintor catalán aparece como un signo de resistencia y de fortaleza frente a una realidad convulsa. El trabajo de Miró nos sitúa de nueva cuenta en un espacio de disputa, en el que el arte se torna la expresión violenta de la lucha por la hegemonía política. Es el arte politizado que aparece como respuesta a la imaginería del fascismo, en un momento en el que se luchaba en Europa por imponer distintos modelos de dominación, alguno de los cuales se creía que regiría el destino de toda la Humanidad.

El arte como fenómeno social

Carlos Giner de Grado

Doctor en Filosofía

Doctor en Periodismo

Las definiciones que a lo largo de los siglos se han venido dando de la idea de arte han estado moduladas según las funciones que cumplía. Si en nuestros días la adquisición de un cuadro por un particular se hace como una inversión que otorga prestigio social al comprador, en tiempos pasados las composiciones artísticas, tanto en pintura y escultura como en música y arquitectura, tenían la categoría de ritos mágicos, expresiones de mitos o leyendas, instrumentos de indoctrinación religiosa y formas de exaltación de los héroes. Un mármol cuidadosamente modelado, las figuras de unos seres humanos o el ritmo de una sinfonía tenían como finalidad primordial educar a las masas, reforzar las creencias y suscitar tales emociones que consiguiesen el efecto de enaltecer el poder de ciertas instituciones, el dominio de unas clases sociales sobre otras o el encumbramiento de los líderes patrios.

Todo el arte religioso de la Edad Media y de comienzos de la Moderna, hasta que en el siglo XVIII la sociedad comienza a secularizarse, estaba concebido como una catequesis y tenía como finalidad preferente la creación de un clima propicio para que los fieles venerasen a Dios, a la Virgen y a los santos, que en muchas ocasiones se convertían en auténticos ídolos, a los que se adoraba físicamente y se inmortalaban sacrificios.

Han sido los críticos de arte posteriores los que han calificado de obras maestras a esas maravillas medievales. Como en cualquier otro hecho social, también en el arte, se dan unas funciones manifiestas, es decir, las consecuencias queridas por los actores sociales al realizarlas, y otras funciones latentes, que no han estado previstas en sus orígenes, ni tan siquiera vislumbradas por ellos. Consecuentemente, lo que

en una época de la Historia podía tener como objetivo reforzar la identidad peculiar de un grupo humano, con el paso del tiempo ha podido perder esas connotaciones sociológicas y quedarse convertida puramente en una obra artística. De ahí que sea muy explicable que el cuadro de un santo o un retablo, cuando están colocados en un templo, estimulan a hacer oraciones u ofrendas, mientras que si están instalados en un museo, al visitante no se le pasa por la cabeza rezar ante ellos o encenderles una vela.

Son, por tanto, las coordenadas culturales, inscritas en un espacio y tiempo concretos, las que realmente llenan de contenido simbólico el contorno de unas imágenes o los relieves de una madera. Los romanos del siglo XVII sabían distinguir inequívocamente si un torso desnudo representaba a Apolo o a David, al igual que un indio comprendía que los personajes que se escondían detrás de unos rostros estilizados tenían por nombre Krishna y Rada. Cuando se desconoce la conexión existente entre el símbolo material y lo simbolizado, no se puede interpretar correctamente su auténtico significado.

LA RELACIÓN ENTRE EL OBJETO Y EL SUJETO

Por muy trascendental que se considere una obra de arte, siempre será preciso que se establezca una relación entre el objeto representado y el sujeto que la contempla. La distinción mantenida desde la más remota antigüedad sobre el concepto de belleza, que unos prefieren atribuir a elementos puramente objetivos mientras que otros subrayan más el factor subjetivo, demuestra a las claras que el contenido esencial de una obra se diversifica en función de la interpretación personal, bien en el momento de su creación o mera imitación, bien en el de su percepción.

De acuerdo con la definición de arte dada por Santo Tomás de Aquino, en su conocida proposición *Pulcrum est quod visum placet* —lo bello es lo que produce placer una vez contemplado—, evidencia que esa satisfacción sólo se alcanza por la audición, la visión, el contacto o el conocimiento de la obra artística. Sin embargo, la peculiaridad del placer que se siente al admirar una representación estética, se diferencia de otras clases de placer, como el que proviene de satisfacer ciertas necesidades primarias. Nos encontramos así ante una

actividad propia y exclusiva de los seres humanos, no compartida por los animales, que será más rica y profunda cuanto el individuo esté más cultivado y más preparado para gozar de ese género especial de satisfacciones.

FACTOR DE DESARROLLO PERSONAL

El disfrute estético será siempre el resultado de una relación de lo bello con el yo. De todas las funciones que puede ejercer una obra de arte, ninguna es superior a la de su contribución al desarrollo y maduración de la personalidad humana y a la potenciación de sus facultades. Ningún otro tipo de conocimiento logra una síntesis tan perfecta de las aspiraciones del ser humano como las imágenes y los conceptos, las sensaciones y las emociones que produce una obra armónica, cargada de belleza. Esta apertura del espíritu hacia horizontes ilimitados y casi infinitos, superiores al quehacer cotidiano, dotan al arte de una capacidad educativa integral que no poseen las ciencias físicas o naturales.

Quien aspire a una maduración completa del yo, deberá superar la esfera de lo meramente instintivo y adentrarse en los espacios misteriosos de la belleza, situándose más allá del mundo real. De esa forma, su espíritu se introducirá en el mundo sin fronteras de lo poético y lo fantástico, en un ejercicio de afirmación de su libertad y de su autonomía. Gracias a este refinamiento de los cinco sentidos y de la propia sensibilidad, los objetos externos, las personas con que convivimos y la propia Naturaleza adquieren un relieve y una luminosidad especial, impregnando los espíritus de felicidad y bienestar.

Queda así definida la belleza, tal y como sostenía Kant, como una finalidad sin fin, algo que encierra dentro de sí una meta última, que no está subordinada a otra cosa sino a la complacencia y la fruición. Y esto, tanto si produce un sentimiento placentero, que suele ir acompañado de una conciencia de limitación, como en lo sublime, donde una emoción positiva aparece acompañada de una sensación de estupefacción y sobrecogimiento, como sucede en el espectáculo de una tormenta y en la vivencia de un drama pasional. Las tendencias connaturales al hombre, en constante búsqueda de una plenitud, se vehiculan materialmente cuando se visualiza o se escucha algo tan

sorprendente, que el propio sujeto se siente embargado y lleno de algo próximo a la felicidad.

UN PROCESO DE COMUNICACIÓN

La configuración formal de una obra artística depende de las ideas o sentimientos que expresa, del momento histórico en que fue producida y del contexto social que originó esa representación. Por muy apartado del mundo real que pueda sentirse el creador, aparentemente recluso en su estudio, lo cierto es que su individualidad se encuentra inmersa en un complejo tejido social, que consciente o inconscientemente quedará reflejado en su actividad.

El mensaje que se emite, no sólo encierra un contenido ideológico envuelto bajo el ropaje de la forma artística, sino que cada uno de los elementos constitutivos del mismo, los objetos representados, los materiales utilizados y las técnicas empleadas, dependen del ambiente en el que se han engendrado. ¿Hubiera pintado Pablo Picasso su «Guernica» si no hubiera estallado en España la guerra civil de 1936? ¿Hubiera compuesto Johann Strauss su vals «El bello Danubio Azul» si no hubiera vivido en la Viena imperial del siglo XIX? ¿Qué novela hubiera escrito Miguel de Cervantes si hubiera nacido en este siglo?

Al igual que los intelectuales, el artista pretende superar la frivolidad y la monotonía de la vida cotidiana, para convertirla en algo atractivo y fascinante. Puede que esté movido por un impulso de protesta o puede mantenerse dentro de los límites de una aceptación sumisa al orden establecido. Pero siempre estará situado dentro de un entramado social, del que el artista emerge como intérprete original y exclusivo. Por más que el artista aspire a escaparse del presente, éste se le impone y, de alguna manera, alimenta su fuente de inspiración y nutre el contenido de su obra. Su genialidad innovadora no crea nunca de la nada absoluta, sino que modela una materia ya configurada y va dirigida a un destinatario enraizado en unos usos sociales. Para que esa expresión adquiera la categoría de obra de arte, se precisa que otras personas la contemplen y la valoren como tal, de acuerdo con sus gustos personales o colectivos. Bien es verdad que lo que en un cierto momento puede ser rechazado, al poco tiempo se puede convertir en un prodigio. Pero siempre tendrá que existir un jurado, en

el sentido amplio del término, que emita un veredicto condenatorio o aprobatorio.

EL MARCO ECONÓMICO

El valor que se le asigna a una producción bella hace que ésta quede sometida a los dictámenes de la economía. En tiempos pretéritos los mecenas civiles o eclesiásticos tenían a los artistas a su exclusivo servicio, como pintores de corte o maestros de capilla, hasta el extremo de ejercer un monopolio sobre la propiedad de sus creaciones. Aunque en la época moderna se haya ampliado enormemente el mercado del arte, cuya demanda no ha quedado reducida a los príncipes y magnates, sino que está abierta al público en general, sin embargo cualquier obra artística entra en el mercado como una mercancía singular, sometida a la libre competencia, con una oferta relativamente escasa y una demanda muy oscilante, que deberán fijar el precio del producto.

Debido a que se han construido infinidad de museos y galerías especializadas, han proliferado los premios y concursos, se han multiplicado todo género de exposiciones y los medios de comunicación de masas prestan especial atención a estos temas, en todos los estratos de la sociedad se desea adquirir reproducciones artísticas y discos musicales para instalarlas o escucharlos en sus casas. Fruto de estas modernas tendencias es la extensión del fenómeno del coleccionismo, donde se mezcla el puro placer estético con intereses claramente financieros o de adquisición de un mejor *status* social.

Un papel decisivo en la apreciación de las obras artísticas está desempeñado por los críticos de arte, que son quienes orientan las aficiones del público, influyen en el mercado, establecen la frontera entre lo elitista y lo popular y terminan estableciendo la originalidad o vulgaridad de una producción, de una escuela o de toda una civilización. Al margen de que los críticos puedan ser víctimas de manipulaciones ocultas o de descaradas corrupciones, sus juicios condicionan las actitudes de los agentes sociales y de la opinión pública.

Ya he señalado que lo que en tiempos pasados constituía un oligopolio de la minoría ilustrada, hoy está considerado como un patri-

monio de la Humanidad. Al haberse ampliado el campo de los interesados por todas las formas de expresión artística, nos encontramos ante un fenómeno de cultura de masas, lo que obliga a hacer un análisis detenido y pormenorizado de las aficiones que muestran los componentes de esa población, según el estrato social al que pertenecen, el nivel educativo, su capacidad económica y sinfín de variables que modulan la relación entre la obra de arte y sus admiradores o detractores.

En nuestros días, toda producción artística que no esté apoyada en una campaña de publicidad o sustentada en una operación de *marketing* comercial, está abocada al fracaso. Ejemplo claro lo encontramos en el séptimo arte, que necesita de cuantiosas inversiones en su lanzamiento si quiere convertirse en una película taquillera. La abrumadora comercialización del cine ha transformado la vieja máquina de sueños en un artículo más de consumo, al que tienen acceso todos los grupos sociales, sin discriminación de lenguas ni de culturas.

ELEMENTO SOCIALIZADOR

Esta universalización de la imagen visual ha convertido al séptimo arte primordialmente, pero también a la música y a la literatura, en acontecimientos sociales, de los que no se puede prescindir. No es una exageración afirmar que el cine y la televisión son los instrumentos que cuentan hoy día con mayor capacidad para conformar las creencias, las actitudes, los comportamientos y los valores de una sociedad. El peso específico que la política, la religión y la educación reglada tenían hace treinta años, ha sido suplantado por el protagonismo de actores y actrices, presentadores de televisión y cantantes, sean individuales o en grupos, cuyo prestigio y cuya remuneración económica sólo tiene parangón con los futbolistas. Prueba fehaciente del contagio cultural que ejercen son los debates que se entablan entre partidarios y adversarios de uno u otro bando. Para satisfacción de unos y disgusto de otros, el efecto nivelador que han conseguido implantar estas modernas formas de arte hace que se pueda pronosticar casi con exactitud lo que en una fecha y hora determinada vaya a estar viviendo un tanto por ciento fijo de la población.

EL SISTEMA POLÍTICO

Conocedores los políticos del dominio que practican los artistas sobre las conciencias y su potencialidad efectiva para controlar los movimientos de las masas, siempre han estado muy alertas a todas las manifestaciones artísticas, en la seguridad de que ésta es una de las mejores formas de mantener un sistema político, una organización del Estado, el sometimiento de unas clases y, en definitiva, el establecimiento de un tipo de poder. No ya en regímenes totalitarios de signo fascista o comunista, sino que en las democracias representativas los gobiernos disponen de la facultad de conceder o negar licencias a una obra de arte, premiar o ignorar a sus autores, hacer declaraciones públicas sobre la validez de una obra de arte, cuando no caen en el despropósito de perseguir a los que no comulgan con sus ideas.

Con la misión de inculcar a todos los ciudadanos en una ideología uniforme, se constituyen en la Alemania nazi y en la URSS de Stalin gabinetes de propaganda, dotados de todos los adelantos técnicos, cuya finalidad era la de mantener a todos los ciudadanos sumisos y desterrar a los discrepantes. Después de la Revolución rusa de 1917, aparece el grupo de los productivistas, que defienden la necesidad de un arte funcional al servicio del proletariado. La maqueta del Monumento a la Tercera Internacional, diseñado por Vladimir Tatlin, con una altura de 400 metros, que debía levantarse en la Plaza de Moscú, representaba en toda su grandeza los ideales del comunismo ruso, pero que, al igual que su boceto, nunca llegaron a materializarse.

Como contrapunto, al otro lado del Atlántico encontramos la escuela de los muralistas mejicanos, compuesta principalmente por el triunvirato de Rivera, Orozco y Siqueiros, que se muestran como auténticos revolucionarios contra la opresión del pueblo y de los obreros, al interpretar el momento histórico de su época como una prolongación de las gestas de sus antepasados. Se proponían con sus murales que el pueblo mejicano tomase conciencia de la situación a que les estaban sometiendo los líderes pseudo, revolucionarios del P.R.I. Sus pinturas tenían la misma finalidad educativa que las escenas del Juicio Final esculpidas en los pórticos de las catedrales medievales.

Conviene recordar que numerosas obras de arte producidas en España durante el franquismo fueron un acto de rebelión contra la

dictadura de una férrea censura que pretendía arrancar a los artistas sus derechos de libertad. En paralelo con la novela y la poesía social de la posguerra, el teatro de Buero Vallejo y las pinturas de Genovés y Guinovart se convierten en manifiestos de denuncia política, a los que se adhieren estudiantes y obreros inconformistas.

En resumen, la autonomía de que pretendidamente hace gala el artista en el momento de plasmar su inspiración se encuentra de tal modo moldeada por sus convicciones sociales, que llegan a convertirse en portaestandartes de una doctrina o una ideología, que aglutinan en torno a sí a muchos simpatizantes que participan de las ideas del autor, sea novelista o teatral, pintor o director de cine. Las tensiones y los conflictos latentes en una sociedad se canalizan a través de representaciones cargadas de contenido dialéctico, que expresan materialmente las frustraciones o la marginación que padecen ciertos grupos olvidados por los poderosos.

LA MANIPULACIÓN DE LA BELLEZA

Esta inserción de la obra artística en un contexto social, dentro de una estructura económica y enmarcada en un régimen político, hace que pueda ser utilizada por unos o por otros para objetivos muy diferentes de los que se propuso el autor al crearla. Lo que en su génesis original pretendía un efecto puramente estético de idealización de la realidad, para producir unas experiencias placenteras en el sujeto espectador o contemplador, puede fácilmente ser desviado a otros derroteros, para convertirse en un sofisticado instrumento de propaganda política o en un producto más de consumo.

Sin caer en el extremo de defender la idea formalista de «el arte por el arte», habrá que descubrir los elementos espúreos que hayan podido contaminar una obra plástica, musical o literaria, desvirtuando su mensaje referencial y sirviendo a los intereses bastardos de una minoría mercantil, partidista o sectaria. Ya dijimos al comienzo que, según el correr de los tiempos, se ha enfocado el concepto de la naturaleza del arte desde ópticas bien dispares: un estímulo de los sentidos externos e internos, un medio de comunicación social, una forma de enseñanza religiosa, un elemento conformador de los valores morales y las creencias de una sociedad, etc.

De ahí que para analizar en todas sus dimensiones una expresión artística, habrá que tener en cuenta los efectos reales que produce en la audiencia, sean éstos fundamentalmente sensoriales, cognoscitivos, morales, culturales o religiosos. Porque, además del placer espiritual que comporta la acumulación de conocimientos y sensaciones, de esos mismos se pueden derivar consecuencias de todo orden en las costumbres y tradiciones de un pueblo.

VIEJOS Y NUEVOS INQUISIDORES

Estas tergiversaciones intencionadas obligan a estar muy alertas ante cualquier desviacionismo y desarrollar un sentido crítico, capaz de descubrir las pretensiones ocultas que estén enmascaradas en un trabajo que a primera vista se presenta como maravilloso. En tiempos no muy lejanos todo un ejército de burócratas, cuidadosamente seleccionado por los gobernantes, tachaban burdamente de antiespañolas, anticatólicas o simplemente de «marxistas y judeomasónicas» una poesía que cantaba la libertad o la escena de una película inocentemente amorosa.

Valorar si una obra estética es ortodoxa o heterodoxa, promotora de las esencias patrias o atentatoria de la seguridad nacional, conformista o revolucionaria, depende inequívocamente del cuadro de valores que cada uno haya interiorizado y del grado de cerrazón o tolerancia que prevalezca en cada persona. Lo que resulta inaceptable, porque ofende la dignidad humana, es que unos censores, al servicio de una ideología particular, por excelsa que sea, establezcan arbitrariamente lo que deben oír, ver o leer los demás.

Para impedir que ciertas formas de arte pierdan su verdadero sentido y sirvan de anestesia del cerebro humano, será preciso un ejercicio de discernimiento crítico para así poder discernir el trigo de la cizaña. Habrá que categorizar como obra de arte aquéllas representaciones que fomenten las libertades públicas y el enriquecimiento personal, mientras que habrá que condenar como infames las que dejen adormecida y encadenada la conciencia personal. No sólo deben ser los profesionales de la crítica los que sometan a juicio las obras de arte y a sus autores, sino que todos y cada uno de los ciudadanos deben ejercer esta función.

LA EDUCACIÓN ESTÉTICA

Partiendo de la base de que el arte no es algo absolutamente independiente, sino que esta inmerso en la realidad social en la que se encarna, y con el fin de impedir que se utilice como un factor alienador de la personalidad, toda sociedad civilizada debe contar con numerosos canales que promuevan una relación más densa con todos y cada uno de los momentos estéticos que surjan en su seno. Lo que equivale a decir que una comunidad cultural avanzada deberá fomentar todo tipo de iniciativas y programas que tengan como objetivo la educación estética de sus miembros.

Esta formación del sentido estético no puede quedar reducida al aprendizaje de una asignatura conocida con el título de «Historia del Arte». Siendo ésta imprescindible, y sin entrar ahora a discutir sus métodos de enseñanza, que desde el punto de vista pedagógico han mejorado notablemente en estos años, es preciso crear un clima cultural que facilite y favorezca todo género de experiencias estéticas, especialmente en una nación dotada de un variadísimo patrimonio artístico, como es España.

Este proceso de educación de la sensibilidad, sin la que los seres humanos no alcanzarán la plenitud de su desarrollo personal, implica la recuperación de la libertad de pensamiento individual, atrapado y absorbido hoy en día por informaciones insustanciales o sensacionalistas. Sustituir esos hábitos pasivamente consumistas, que sólo logran una evasión pasajera, por actividades realmente creativas, por modestas que sean, supone una verdadera metamorfosis psicológica. Pero ciertamente el ejercicio de la creatividad, que se aviva y estimula poniéndose en contacto con las obras de arte, desencadenará una dinámica de nuevos lazos de convivencia más enriquecedora, porque la capacidad de comunicarse mejor con otros está en relación directa con un cultivo integral de las facultades de cada uno de los miembros de una sociedad.

La crisis del arte: modernidad y posmodernidad

Salomé Ramírez

Cuenta Estrella DE DIEGO (1) que fue en 1956 cuando finalizó el siglo XIX. ¿Cuál es la extraña circunstancia que haría variar en cincuenta y seis años la muerte del anterior siglo? Desde luego, tiene que haber sido alguna importante razón, porque no hay hechos más invariables que las mismas fechas. Seguidamente, en este mismo escrito, se nos relata detenidamente el trágico suceso del accidente de Jackson Pollock, una de las últimas muertes heroicas que presencié la modernidad. No sólo moderna era su muerte, sino también la circunstancia que la causó: la advertencia de la crítica sobre su posible falta de originalidad.

Se percata también, en su afán por asociar fechas, de que fue precisamente en 1956, el «año en que aparece el collage de Hamilton, donde se muestran los hogares modernos, tan atractivos» (2), tan fríos. Entonces diríamos: el arte del siglo XIX, tan trágico, dio paso al frío siglo XX... ¿Qué ha producido esta metamorfosis?

Dicen algunos pensadores que la modernidad ha muerto y con ella la vanguardia; que «las grandes narraciones» (3) en las que creíamos se han escindido y, por tanto, hemos entrado en un nuevo periodo: la posmodernidad. Pero, ¿cuáles son las causas que nos hacen hablar de un nuevo periodo llamado posmodernidad? ¿Qué ha ocurrido con la modernidad, con la vanguardia?

(1) «La historia que nos cuentan, la historia que contamos», en *El Paseante*, núm. 23-25, 1996, pág. 143.

(2) *Ibid.*, pág. 144.

(3) LYOTARD, J. F.: *La condición posmoderna*, Barcelona, Planeta, 1993, pág. 9.

1. CONDICIONES DE DESARROLLO DE LA VANGUARDIA

La posibilidad de que la vanguardia surgiera se debe exclusivamente al desarrollo del proyecto Ilustrado, en definitiva al proyecto moderno. Fue un esfuerzo «por desarrollar la ciencia objetiva, la moralidad y la ley universal, y el arte autónomo» (4). Y era justamente esta supremacía de la razón la vía para conseguir «el progreso moral, la justicia de las instituciones e incluso la felicidad de los seres humanos» (5). Cimentada en el progreso, en la superación de lo anterior, la Razón suponía lograr encontrar esa felicidad anhelada. Ser moderno implicaba rechazar lo antiguo, exaltar lo nuevo, lo nunca visto. La negación del pasado suponía una progresión continua hacia el futuro y, por tanto, una exaltación de lo actual, el intento de crear un futuro mítico. La realización del proyecto tendría como condición mantener un carácter universal. Debía dar al arte la autonomía suficiente para poder operar, liberando así el proceso creativo. Quizá por esta razón también «el proyecto moderno concede al arte un papel muy importante: por un lado, mostrar lo que no puede ser dicho, ofrecer a nuestra percepción lo que el lenguaje racional, discursivo, argumentativo, deja necesariamente fuera; por otro, proponer modelos de vida que no asuman la unilateralidad de lo cotidiano y, así, impulsar la transformación de lo cotidiano. El arte de vanguardia, el arte producido en los primeros treinta años antes de nuestro siglo tiene, en este punto, un papel muy importante: terminar con la distancia entre el arte y la vida (...)» (6).

Pero la radicalización de la idea de modernidad ya vino dada de la mano de BAUDELAIRE. A través del giro ejercido con la mirada hacia la ciudad, éste dio al arte moderno una nueva naturaleza. La ciudad era su inspiración, su mundo, su necesidad. BAUDELAIRE fue así el primero en concebir la metrópolis —y a la masa anónima a ella unida— como un nuevo objeto artístico para el pintor o para cualquier creación artística, ya que la ciudad permitía otro tipo de expe-

(4) HABERMAS, J.: «Modernidad *versus* postmodernidad», en Picó, J. (ed.): *Modernidad y postmodernidad*, Madrid, Alianza, 1988, pág. 95.

(5) *Ibid.*

(6) BOZAL, V.: «Modernos y posmodernos», Madrid, *Historia del arte*, Historia 16, 1993, págs. 11-12.

riencia: la de la vida moderna. El instante, la fugacidad de la presentación de los hechos en la vida urbana permitían una nueva inspiración. La captación del instante por el artista era precisamente la captación del presente y, por tanto, de lo actual, de lo novedoso. BAUDELAIRE, tal y como lo describió BENJAMIN en el *Passagen Werk*, es el «escritor que dio voz a la *nueva* naturaleza, moda del industrialismo urbano» (7). Una nueva belleza no eterna, ya que «todas contienen, como todos lo fenómenos posibles, algo de eterno y algo de transitorio, de absoluto y de particular. La belleza absoluta y eterna no existe...» (8). La experiencia de la ciudad no permite la posibilidad de la antigua noción de belleza. Las nuevas fantasmagorías en torno a ella no lo hacían posible. El nuevo artista se encarna así en la figura del *flâneur*. El poeta se presenta «en el *flâneur* en las dos funciones de espectador y espectáculo respecto a la masa de transeúntes» (9). De ahí se explica la importancia de la figura de BAUDELAIRE, puesto que su radicalización de la modernidad supuso el giro final, los cimientos de la vanguardia posterior. La instantaneidad, el carácter efímero y el carácter heroico propios de la creación artística moderna propiciaron entonces las bases necesarias para el desarrollo de los puntos clave de la modernidad. La vanguardia no es por tanto sino la culminación del carácter radical de la obra de BAUDELAIRE, la realización de las máximas de la modernidad que anteriormente ya habían sido postuladas por el autor de *El pintor de la vida moderna*.

(7) BUCK-MORSS, S.: *Dialéctica de la mirada*, Madrid, Visor, 1995, págs. 199-200.

(8) BAUDELAIRE, Ch.: «Salón de 1846», en *Salón y otros escritos sobre arte*, Madrid, Visor, 1996. Aunque tal y como afirma Guillermo SOLANA en la introducción de dicho libro, la idea de una belleza no eterna ya había sido fomentada anteriormente, hay que constatar el importante giro que hace BAUDELAIRE al romper con una idea de belleza romántica y dar una nueva naturaleza a la creación artística: «la ciudad». Puede que sus ideas estéticas no variasen mucho desde 1846, pero esto no es razón suficiente para no hacer constancia de la importancia del autor de *Las flores del mal*. Puede que en éste permanezca algo del carácter épico del Romanticismo (que no por ello deja de ser moderno), pero la exaltación por lo *actual* y por lo fugaz debe de ser considerado de suma importancia para comprender los fenómenos de vanguardia posteriores. Ciertamente es que los elementos del *dandismo* baudelaireano ya se encuentran en «los protagonistas jóvenes y (los) de la vida trágica de BALZAC y DUMAS» (pág. 28), pero no debemos reducir sólo a esto la imagen del *dandy* y no mostrar cómo éste modificó por completo la imagen del artista. Debemos por último tener en cuenta que BAUDELAIRE cambió y amplió el concepto de moderno, pero que por su propia condición (de «moderno») este concepto debería ser superado.

(9) PIZZA, A. Introducción a BAUDELAIRE, Ch.: *El pintor de la vida moderna*, Murcia, Colegio de Arquitectura, 1995, pág. 13.

En la vanguardia hay un doble principio: el de la negación o destrucción y el de la invocación a la nueva cultura y la tecnología. Por un lado, tenía que tener un cierto carácter nihilista con respecto a la creación artística, pero a la vez debía siempre convertirse en un nuevo paradigma cultural: original, nuevo, diferente, sin lugar para la repetición. La vanguardia asumió como principio estético y estilístico una concepción derivada de la racionalidad científico-técnica o económica y la elevó a principio universal. Todo ello desembocaba en una concepción del arte como algo absoluto, capaz de irrumpir de manera desafiante en la sociedad: la lucha del arte autónomo y el arte comprometido (10). Y por ello, la vanguardia mantuvo ante todo una actitud de compromiso, ya que sus artistas, como diría LUKÁCS, eran experimentadores que permanentemente desafiaban al dogma y por supuesto a todo el arte burgués (11).

2. LA RUPTURA DEL CONCEPTO DE ORIGINAL

La obra de arte debía ser, por tanto, ante todo, original. Como obra única, no posibilitaba la pérdida de su valor aurático; buscaba ser creada con el propósito de ser contemplada, perteneciendo también a un espacio y tiempo únicos. De este modo, el discurso de la vanguardia (aparte de los rasgos ya comentados anteriormente) tiene, ante todo, como principal característica definitoria, la originalidad, ya que ésta, evidentemente, conlleva directamente la idea de la *novedad*. La idea de originalidad en la vanguardia «se concibe como un origen literal, como un comienzo desde cero» (12). Una nueva obra debe tener un carácter lo suficientemente original como para terminar con lo anterior. Siempre existe un inicio de algo diferente y el final de un producto de un pasado anterior, independiente a la técnica artística. No es suficientemente original utilizar diferentes técnicas ar-

(10) Véase JAUSS, H.: *Las transformaciones de lo moderno. Estudios sobre las etapas de la modernidad estética*, Madrid, Visor, 1995. Especialmente: «El arte como anti-naturaliza. El cambio estético después de 1789».

(11) BUCK-MORSS, S.: *El origen de la dialéctica negativa*, México, Siglo XXI, 1981, pág. 81.

(12) KRAUSS, R.: *El origen de la vanguardia y otros mitos modernos*, Madrid, Alianza, 1995, pág. 171.

tísticas. Es decir: «La originalidad se convierte en una metáfora organicista referida no tanto a la invención formal como a *las fuentes de la vida*» (13).

Rosalind KRAUSS, en su artículo «La originalidad de las vanguardias» (14), apunta también al problema de la *repetición* a partir de un original. Ésta afirma que la principal obsesión de la vanguardia era crear una «patente», y era ésta la que podía ser catalogada de original. A partir de este momento la «patente» se repite, pero sigue manteniendo su carácter de original y, por tanto, no puede ser acusado de copia. Y aquí entramos en la problemática en torno a la copia, el original, la reproducción y la repetición, cuestiones claves para entender la diferencia fundamental que posibilita la comprensión entre la modernidad y la posmodernidad.

En este terreno, se nos hace imprescindible recurrir a la figura de Walter BENJAMIN, en concreto, en relación a un texto que escribió en 1936 y que forma parte de las obras claves para entender nuestra contemporaneidad artística: *La obra de arte en la época de la reproductividad técnica* (15). En esta obra, BENJAMIN aborda diversos temas: la reproducción mecánica, la pérdida del «aura», el acceso del arte por parte de las masas y el problema del concepto de *shock* (16).

A través de la obra de BENJAMIN y Rosalind KRAUSS, intentaremos desentrañar brevemente todas estas cuestiones que atañen a la problemática del arte contemporáneo, para luego posteriormente estudiar qué condiciones sociales son las que generan esta situación.

En primer lugar, BENJAMIN piensa que la posibilidad de reproducción mecánica elimina la idea del original por dos motivos: el primero y básico sería la pérdida del valor de objeto original en cuanto tal, puesto que al ser susceptible de reproducirse mecánicamente desaparece inmediatamente la idea de original como obra única. La ausencia de original elimina uno de los principios de la vanguardia y, además, éste conlleva asimismo la eliminación de concepto de copia.

(13) *Ibid.* (Las cursivas son nuestras).

(14) *Ibid.*

(15) «The Work of Art in an Age of Mechanical Reproduction», en *Iluminations* (Hannah Arendt ed.), New York, Harvester, 1968.

(16) Véase también BENJAMIN, W.: *Poesía y capitalismo*, Madrid, Taurus, 1982.

«Aun la reproducción más perfecta de una obra de arte carece de un elemento: su presencia en el tiempo y en el espacio, su existencia singular en el lugar en que acontece. La existencia singular de la obra de arte determina la historia a la que está sometida durante el tiempo de su existencia» (17).

La persistencia en la idea del original diferenciado de sus copias permite que ese valor «aurático» permanezca en la obra, pero no en el caso de la reproductividad, porque la idea de copia ha desaparecido al igual que la de original y con ellos la de autenticidad:

«La autenticidad de una cosa es todo aquello que es comunicable desde su origen, recorriendo desde su duración sustantiva hasta el testimonio ante la historia que ha experimentado (...) Y lo que verdaderamente se arriesga cuando el testimonio histórico resulta afectado es la preeminencia del objeto» (18).

El artista, por tanto, no establece (con la reproducción mecánica de la obra de arte) una dialéctica entre original/copia: «...la obra de arte reproducida se convierte en obra de arte destinada a la reproducibilidad. Por ejemplo, de un negativo fotográfico se pueden hacer un número cualquiera de copias; preguntar por la copia auténtica no tiene sentido...» (19). Así pues, pueden existir primeras copias que, como afirma Rosalind KRAUSS, nos parezcan estar más cerca del momento de la creación de dicha obra, pero no existe ninguna duda de que debemos contar con la imposibilidad de la existencia de un original. A diferencia del ejemplo anterior, entre un original y su copia sólo cabe la posibilidad de una repetición de un modelo, de un patrón. La reproductividad no da la posibilidad de crear copias, puesto que no existen originales, mientras que el artista de vanguardia, como creador de una «patente», está en su derecho de autorrepetirse, sin que por ello pierda su atributo de originalidad. La negación del original y la reproducción mecánica atentan directamente sobre el

(17) BENJAMIN, W.: «The Work of Art in an Age of Mechanical Reproduction», *op. cit.*, pág. 220

(18) *Ibid.*, pág. 221.

(19) *Ibid.*, pág. 217.

«aura» benjaminiana. Se pierde el valor «cultural» de la obra de arte, su espiritualidad, su unicidad en el tiempo y en el espacio, generándose así una experiencia de fragmentación (20). En este punto, «la autenticidad pierde su sentido como idea a medida que nos aproximamos a aquellos medios que son inherentemente múltiples» (21). La ausencia del original deviene «simulacro». Como tal entendemos:

«(...) suplantación de lo real por los signos de lo real, es decir, de una operación de discusión de todo proceso real sobre su doble operativo...» (22).

Esta «suplantación de lo real» elimina por completo el concepto de *originalidad*, de *novedad* y, por tanto, el carácter *transgresor* que debe tener la vanguardia como fenómeno cultural de la modernidad (23). JAMESON, por su parte, entiende por simulacro «copia idéntica» mientras dice: «de la que jamás ha existido un original (...) La cultura del simulacro nace en una sociedad donde el valor de cambio se ha generalizado hasta el punto de que desaparece el recuerdo del valor de uso, una sociedad donde, como ha observado Guy Debord en una frase extraordinaria, *la imagen se ha convertido en la forma final de la reificación de la mercancía (la sociedad del espectáculo)*» (24).

Según BENJAMIN, el hecho de que el arte se convirtiera en una mercancía más era el efecto necesariamente provocado por la reproducción técnica, ya que, a pesar de haberse acercado éste a las masas, se había perdido la capacidad transgresora y el «aura» que permitían la imposibilidad de ser considerado un objeto reificado. Pero las nue-

(20) Esta es una cuestión importante al observar las realizaciones artísticas posteriores a las vanguardias artísticas, ya sean por su interés benjaminiano en mantener el valor aurático de la obra de arte (como es el caso de Robert SMITHSON o el *land art*) o por el juego que la creación artística mantiene con respecto a la ausencia del original.

(21) KRAUSS, R., *op. cit.*, pág. 167.

(22) BAUDRILLARD, J.: *Cultura y simulacro*, Barcelona, Kairós, 1978, pág. 11.

(23) Para comprender la cuestión de la ausencia de original debemos recoger un magnífico ejemplo que recoge Rosalind KRAUSS. Es el caso de la artista Sherrie Levine: «Levine trabaja con fotos pirateadas... transgrediendo sus derechos de reproducción (...) La obra de Levine deconstruye explícitamente la noción moderna de origen, su esfuerzo no puede contemplarse como una extensión de la modernidad. Es, al igual que el discurso de la copia, posmoderno (...)» (*op. cit.*, pág. 182).

(24) JAMESON, F.: *Teoría de la posmodernidad*, Madrid, Trotta, 1996, pág. 39.

vas técnicas fomentaban su consumo y por tanto acababan finalmente por supeditarlos a las exigencias del mercado. Todo esto conllevaba una «estetización general de la vida» (25), imposible de producirse en una época donde los medios de comunicación, las campañas populares y otros diversos medios no participaran de la reproducción de dicho arte:

«La recepción en un estado de distracción, que crece notablemente en todos los campos del arte y es sintomática de los cambios profundos en la percepción, encuentra en la película el medio efectivo para ejercitarla. La película, con su efecto de choque, hace concesiones a este modo de percepción. La película hace que el valor de la admiración se pierda en el trasfondo al poner al público en la posición del crítico y también por el hecho de que en el cine dicha posición no requiere la atención. El público evalúa, pero distraídamente» (26).

La *percepción distraída* de BENJAMIN alude y constata lúcidamente esta pérdida de la capacidad que tiene el arte de producir *shock*, de sorprender. Esta capacidad es, sin duda, algo propio de las intenciones transgresoras de la vanguardia. La novedad debe siempre, por tanto, sorprender, causar sensación: *shock* (27). Y es obviamente la reproductividad técnica la que opera en sentido contrario y crea la posibilidad de la *percepción distraída*: un bombardeo de imágenes que hace perder la capacidad de mantener una percepción fija hacia las cosas, asemejándose así a la experiencia cotidiana. De este modo, las obras de arte tienden a «convertirse en objetos de consumo corriente, desatándose cada vez con menos nitidez sobre el fondo de la comunicación intensificada» y creando un «desgaste de símbolos demasiado a menudo transmitidos y multiplicados» (28). La pérdida de capacidad de *shock* es por tanto la eliminación de la distancia entre el arte y la

(25) . VATTIMO, G.: *El fin de la modernidad*, op. cit., pág. 52.

(26) BENJAMIN, W.: op. cit., pág. 242.

(27) Véase: BÜRGER, P.: *Teoría de la Vanguardia*, Barcelona, Península, 1985, pág. 115. BÜRGER también hace referencia a la pérdida de capacidad de *shock* en fenómenos artísticos como la neovanguardia. Tanto los *happenings* como otras actividades artísticas de mediados del siglo XX han perdido dicha capacidad que obras como la de Marcel Duchamp causaban.

(28) VATTIMO, G.: *La sociedad transparente*, Barcelona, Paidós, 1990, pág. 137.

cotidianeidad de su entorno, algo no sólo totalmente independiente a la relación del arte con la vida, sino también al poder crítico que una obra de arte debe tener. Este es precisamente el *shock* que suscitaba la vanguardia (29), capaz de activar la capacidad de crítica y negatividad necesaria. A través del *shock*, el arte moderno mantenía una postura de distanciamiento y, a su vez, de «lugar de conciliación y percepción» (30).

Pero tanto ADORNO como BENJAMIN en sus escritos se percatan en realidad de que «el origen de la crisis cultural radica precisamente en el fracaso de la obra de arte en adoptar una postura crítica de nuestra época» (31). Si el arte no mantiene dicha distancia, incapaz por tanto de percibir la realidad, y, a su vez, por medio de la reproductividad, transforma su esencia, eliminando cualquier posible capacidad crítica y negativa, corre el peligro de convertirse en mera mercancía, en un objeto reificado. Por ello, «rechazar la necesidad de un arte crítico también parece rechazar viejos conceptos, como la noción de *artista original* o de *obra maestra única*» (32). La vuelta a éstos se hace siempre y cuando vaya de acuerdo a las necesidades de mercado, volviéndose así de nuevo a la cuestión del arte como mercancía.

Desde luego, si algo caracterizaba a la vanguardia, en su más profunda esencia, era su carácter crítico. La vanguardia no se podía enfocar desde los caprichos de la moda. Debía ser fundamentalmente subversiva en sus planteamientos estéticos y nunca refugiarse en las prácticas del pasado, porque «el trabajo intelectual (...) era liberar la conciencia del velo de la ideología burguesa (...) ADORNO insistía en que el criterio para el arte no podía ser su efecto político en la audiencia» (33). El artista, por otro lado, siempre innovador (según opinión de ADORNO) ante su sociedad no podía permitirse ser un siervo de las masas; es más, debía mostrar una cierta distancia para poder mantener esa actitud crítica siempre exigida. Al igual que LUKÁCS, éste defendía

(29) «Al igual que la tecnología, el arte crea otro universo de pensamiento y práctica en contraste con el universo existente ya dentro de él en contraposición al universo técnico.» (MARCUSE, H.: *El hombre unidimensional*, Barcelona, Orbis, 1985, pág. 35.)

(30) VATTIMO, G.: *La sociedad transparente*, op. cit., pág. 135.

(31) FRIEDMAN, G.: *La filosofía política de la escuela de Frankfurt*, México, Fondo de Cultura Económica, 1986, pág. 147.

(32) FOSTER, H.: «Contra el pluralismo», *El Paseante*, núm. 23-25, pág. 83.

(33) BUCK-MORSS, op. cit., pág. 88.

la existencia de una élite y de un cierto compromiso. ADORNO justificó así su defensa hacia una élite cultural diferenciada del arte popular. Esta élite intelectual sería válida «si los problemas intelectuales (...) reflejaban los antagonismos de la estructura social» (34). Y era precisamente esto lo que permitía al arte no convertirse en una mercancía más, ya que, con su permanencia dentro de una élite, éste no se prostituía dentro del sistema de mercado. Para ello, la vanguardia debía continuamente experimentar con el fin de crear algo nuevo diferente y original, no variaciones de lo ya visto. No debía tampoco así mirar lo anterior, ni «refugiarse en la certidumbre de las prácticas del pasado» (35), puesto que esto suponía que la función principal del arte (la superación del pasado hacia una utopía de futuro) fracasaría, porque cualquier mirada al pasado o cualquier tentación nostálgica evitaría lógicamente cualquier compromiso de transformación del presente. Es esta negatividad intrínseca del arte lo que cae en crisis durante la posmodernidad.

3. LA LLEGADA DEL FRÍGIDO SIGLO XX Y LA POSMODERNIDAD

Clement GREENBERG siempre apostó por «la *univalencia* de la pintura al igual que Le Courbusier deseaba afirmar la identidad esencial de la arquitectura» (36). La vanguardia formaba parte de un proceso histórico cuyo fin suponía la completa anulación del plano pictórico: el alcance de una pureza (*purity*) (37) estética. Ésta garantizaba la independencia del arte de la vida y culminaría el proceso comenzado en el siglo anterior. Cualquier pintura que supusiese un *retroceso* sería un claro rechazo de la modernidad.

«...la tarea autocrítica se convirtió en una eliminación de los efectos de cada arte y de cualquier efecto que pudiera provenir de

(34) *Ibid.*, pág. 90.

(35) FOSTER, H., *op. cit.*, pág. 87.

(36) CONNOR, S.: *Cultura postmoderna*, Madrid, Akal, 1996, pág. 64.

(37) Véase: GREENBERG, C.: «Modernist Painting» en *Art and Literature*, 4 (primavera 1965). Y también *The Collect Essays and Criticism*, Chicago-Londres, 1993. En concreto: «Where is the Avant-Garde?».

otras disciplinas artísticas. Así, todo arte permanecería *puro* (*pure*), y en su *pureza* (*purity*) encontraría la garantía de su niveles de calidad así como de independencia. *Pureza* es autodefinición...» (38).

Aunque excesivamente formalista, GREENBERG piensa que la vuelta al plano pictórico o a cualquier expresión artística ya superada se debería considerar anti-moderna. Desde luego, aunque de modo algo simplista, como dice JENCKS, GREENBERG se percata de algunas de las principales actitudes dominantes en ciertas actividades artísticas dentro de nuestro siglo.

«... Si el tema del arte moderno, de acuerdo con la simplificación excesiva de Clement GREENBERG, es la perfección de su medio, el tema del arte post-moderno es el arte del pasado en el reconocimiento de su artificialidad. Este cliché nos permite contemplar la obra de WILKINS y otros historicistas sin calificarlas de cónicas: la presencia de citas, la artificialidad consciente, les confieren su carácter irónico. De este modo, entramos en el brillante mundo de garabatos de WILKINS, de *pointillisme à la* Seurat y *déjeuners à la* Manet, como si estuviéramos en un teatro de pantalla y escenarios pintados. Cada nivel en la realidad es una representación perfectamente plausible del presente, pero también alude a un mundo primitivo de pintura o mito...» (39).

Tanto la *ironía* como la utilización de recursos del pasado forman parte esencial de las nuevas creaciones artísticas. Todos los estilos en arte son posibles y viables. Por consiguiente, se ha perdido el sentido histórico y la idea de *superación* (40). La imposibilidad de

(38) GREENBERG, G.: «Modernist Painting», *op. cit.*, pág. 194.

(39) JENCKS, Ch.: «The Classical Sensibility», dentro de AA.VV.: *The Post Avant-Garde. Painting in the Eighties* (ed. Charles Jencks), London, Academy editions, 1987, en CONNOR, S., *op. cit.* pág. 69.

(40) Es precisamente este concepto de «*superación*» crítica (la *Aufhebung* hegeliana), de tanta importancia en el desarrollo de la cultura occidental (idea, por otra parte, vinculada a la «vuelta a los orígenes»), el que entra en crisis en el planteamiento *posmoderno* y lo caracteriza de manera esencial. El prefijo «pos» se sustraería así a todo intento moderno o vanguardista de recuperación de *lo propio*. De ahí, por ejemplo, que la posmodernidad mantenga una posición más positiva ante fenómenos como el *kitsch* o la estetización como extensión del dominio de los medios de comunicación de masas. Detrás de toda esta experiencia histórica, ampliamente tematizada por VATTIMO y LYOTARD, se encuentra el de-

creación de algo nuevo es causado por la incapacidad de olvido (41), puesto que, en la medida en que seamos incapaces de olvidar nuestro pasado, no necesitaremos crear algo diferente. Esta actitud es la que provoca que nuestra mirada gire hacia el pasado. No es de extrañar de este modo que Frederic JAMESON, en su obra *La lógica cultural del capitalismo tardío* (42), entienda que el modernismo es el «resultado de una modernización *incompleta*» y proponga que el posmodernismo aparezca «cuando el proceso ya no tiene aspectos y obstáculos arcaicos» (43). El artista contemporáneo ya no se ve en la necesidad de progresar, de *superar* los obstáculos; ni siquiera se ve en la necesidad de alcanzar lo diferente, lo *nuevo*, sino que sólo, como ya advirtiera NIETZSCHE, «se pasea por los jardines de la historia como por un guardarropa teatral, depósito de máscaras que puede ponerse y sacarse de manera más o menos arbitraria» (44) (tal y como JENCKS trata de ejemplificar con WILKINS y los numerosos estilos utilizados en sus obras). Esta incapacidad de olvido del pasado no permite por tanto la *superación* del presente. Éste sólo se *supera* con una mirada puesta hacia el futuro, hacia la vanguardia, la modernidad.

En nuestra actualidad, por el contrario, el arte se «nutre de ese exceso de historia» (45), vuelve su mirada irónica al pasado y es

sarrollo heideggeriano de las nociones de *Ueberwindung* y *Verwindung*. De ello se deduce que lo *posmoderno* no debe entenderse como algo «más moderno» o «ultramoderno», sino como una declinación, una desdramatizada pérdida de énfasis (una experiencia «no-apocalíptica» del tiempo, que diría también Umberto ECO), una actitud irónica, o, como dice VATTIMO, un *debilitamiento*. Esta actitud consistiría en una especie de «vuelta atrás» o cambio de sentido que contrastaría con la imagen lineal y continua del progreso moderno. De ahí la valoración posmoderna de las diferencias, las discontinuidades, los fragmentos, lo marginal, las minorías sexuales y políticas frente a toda tentación totalizadora del discurso. Esta «deshistorización» y fragmentación de la experiencia sin duda no está muy lejos de la influencia de los nuevos medios de comunicación, sobre todo la televisión. Pese a todo ello, *pos*-modernidad es un término tremendamente confundente y no precisamente claro a la hora de definir todas las posturas que, de algún modo, se despiden del planteamiento universalista moderno. Un tratamiento bastante general y accesible a esta cuestión posmodernidad-crepúsculo del arte puede ser el capítulo III de libro de G. VATTIMO *El fin de la modernidad*, op. cit., págs. 49-59.

(41) Véase, VATTIMO, G.: «El olvido imposible», en AA.VV.: *Usos del olvido*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1981.

(42) En *Teoría de la posmodernidad*, Madrid, Trotta, 1996.

(43) *Ibid.*, pág. 289.

(44) VATTIMO, G.: op. cit., pág. 80.

(45) *Ibid.*, pág. 84.

«alérgico a las prioridades y compromisos, por no decir a las responsabilidades, de los tipos de historia partisana» (46). La modernidad, por el contrario, miraba al pasado como un útil que pudiera dar modelos para mejorar el presente y, por tanto, alumbrar un futuro distinto.

«...en nuestros días la memoria se ha debilitado, y los grandes memorialistas son una especie prácticamente extinguida: a nosotros la memoria, cuando es una experiencia fuerte y capaz de atestiguar todavía la realidad del pasado, nos sirve tan sólo para aniquilar el tiempo y, con él, ese pasado» (47).

Cuando el pasado se mira de forma análoga a la mirada de BENJAMIN sobre la fantasmagoría del París de BAUDELAIRE y sus pasajes, la memoria, entonces, forma parte de una *experiencia fuerte*. Es decir, se mantiene una conciencia clara del concepto de historia y su uso está determinado por las necesidades del presente, principalmente a través de una labor depuradora y crítica. Pero la posmodernidad no rescata ya el pasado con dicha intención, sino que, eliminada la idea de futuro, tal y como fue entendida en la modernidad, se genera una simple recreación del pasado. El arte danza al son de éste y se aproxima quizá excesivamente al mundo de las mercancías (48). A este respecto, Hal FOSTER ha criticado esta «vuelta a la historia», ya que, según él, es «ahistórica por tres razones: se hace caso omiso del contexto histórico, se rechaza su continuidad y se resuelven falsamente en forma de pastiche los elementos conflictivos del arte y sus modos de producción» (49). El arte ha invertido los papeles: ahora intenta buscar la mirada de lo nuevo en lo viejo. Los estilos artísticos se funden, se mezclan, se recrean en experimentos realizados por la vanguardia. En definitiva, se trata de un arte *regresivo*,

(46) JAMESON, F.: *op. cit.*, pág. 291.

(47) *Ibid.*, pág. 286.

(48) VATTIMO también se hace eco de esta problemática en las sociedades tardomodernas: «El arte se ha despedido —forzosamente, además, porque esta despedida estuvo determinada por el cambio de las condiciones de existencia en la sociedad tardomoderna— de su forma «clásica» (...), se descubre cada vez más ligado a los mecanismos del mercado, a la vida cotidiana, y vemos desaparecer la distinción entre arte «elevado» y moda, creación del consenso social, *kitsch* tal vez» (VATTIMO, G.: *op. cit.*, págs. 84-85).

(49) «Contra el pluralismo», *op. cit.*, pág. 83

revivalista (50). Apenas existe ya una recuperación de realizaciones del pasado con una intencionalidad crítica o de negación como se había hecho hasta entonces en la experiencia vanguardista.

Esta falta de crítica y de aceptación de la historia anterior conlleva una actitud básicamente *irónica*, de descentramiento de los problemas básicos de la tradición, creando una «genealogía imaginaria», «un juego libre con el pasado» (51). Este juego provoca repeticiones, un uso de imágenes ya utilizadas totalmente descontextualizadas. Ejemplo de esta actitud posmoderna e irónica con la tradición es la obra de David Salle, quien repite constantemente en sus pinturas imágenes de diferentes estilos artísticos. Éstas «se superponen unas sobre otras, en ocasiones como si se tratara de proyecciones sobreimpresionadas, y el cuadro no termina de ser una unidad espacial, sino como una superficie sobre la que se pueden disponer imágenes sacadas de otra parte» (52). La imagen es arrebatada de su contexto histórico y trasladada al presente como simple motivo referencial, generando otro juego, donde la ironía es la gran protagonista. En realidad, se trata de simples citas de carácter anecdótico que poco tienen que ver con la posibilidad de alguna actitud crítica. Junto con la copia es ineludible hablar de la importancia de la repetición. Repetición como continua inserción de la misma imagen en el cuadro y como copia de imágenes del pasado que, por una parte, muestran diferencias con respecto a su original y que, por otra, implican el concepto benjaminiano de «otra vez siempre lo mismo.»

R. BARTHES hace mención de la repetición como el contenido propio de la obra de Warhol:

«Lo que estas repeticiones (o la repetición como procedimiento) ponen en juego no es tan sólo la destrucción del arte, sino también (son cosas que suelen ir juntas): la repetición da acceso a una temporalidad diferente (algo de lo que el ser humano se arrepiente), el sujeto warholiano elimina en sí mismo el patetismo del tiempo» (53).

(50) *Ibid.*

(51) JAMESON, F.: *op. cit.*, pág. 290.

(52) BOZAL, V.: *op. cit.*, pág. 17.

(53) BARTHES, R.: «El arte... esa cosa tan antigua», en *Lo obvio y lo obtuso*, Barcelona, Paidós, 1986, pág. 203

La obra de Warhol se basa en la copia de objetos de su cotidianidad y en la repetición seriada de éstos. Con esto, no sólo está atentando al concepto de originalidad, sino que también enfatiza esa carencia con su reproducción. Por otro lado, las mercancías mostradas forman parte tanto de su infancia como de su sociedad de consumo contemporánea. Por ello, Warhol muestra varias actitudes que le apartan de la condición de artista moderno: a) los objetos representados forman parte, en su mayoría, de los recuerdos de su niñez, lo que caracteriza su obra como profundamente *melancólica* (54); b) atenta continuamente contra el concepto de originalidad; y c) su carácter irónico carece por completo de un sentido crítico, con lo cual suprime las diferencias entre el arte popular y avanzado.

Es claro, entonces, que si la obra artística de Warhol gira en torno a estos tres principios, debemos plantearnos el carácter posmoderno de su obra. Las mercancías simplemente se *muestran* o *exponen*, y lo único posible de percibir es una des-simbolización del objeto. Si la lucha de la vanguardia era la no cosificación del arte, con Andy Warhol ésta contempla su derrota. Sí, su derrota, no sólo en la simple exposición de objetos reificados, sino también por la pérdida de esa distancia que debe mantener el arte avanzado sobre su propia cotidianidad. La cuestión es que Warhol no toma la sopa *Campbell*, ni las cajas de *Brillo* o las estrellas de cine e incluso ni siquiera la serie de retratos de Mao con la intención de generar una respuesta que haga replantear al espectador su propia realidad, sino que simplemente *expone* su propia inmediatez. Y es aquí donde se distancia radicalmente de figuras de la vanguardia como Grosz, cuya imagen expresionista del Berlín de los años treinta muestra algo muy distinto de la frígida ironía posmoderna de las obras warholianas.

F. JAMESON ejemplifica al respecto de manera muy acertada las diferencias existentes entre una obra como la del pintor norteamericano y *El grito*, de E. Munch:

«El cuadro de Edvard Munch *El grito* es, claro está, una expresión canónica de los grandes temas modernos de la aliena-

(54) No es de extrañar por tanto que la *melancolía* se destaque como un rasgo típicamente posmoderno. Para este rasgo en la obra de Warhol, véase el artículo de J. L. BREA «El profeta de la nueva melancolía», en *Sur Expres*, núm. 7, 1988, págs. 59- 63.

ción, la *anomia*, la soledad, la fragmentación social y el aislamiento, un emblema casi programático de lo que solía llamarse época de la angustia (...), que parece haber dominado gran parte de lo que denominamos modernismo, pero que también parece haber desaparecido del mundo postmoderno(...) conceptos como la angustia y la alienación, y las experiencias a que corresponden, como *El grito*, ya no son adecuados en el mundo de lo postmoderno» (55).

Y es que *el mundo de lo postmoderno* no necesita mantener esa conciencia de estar viviendo en una época de angustia; la estetización de su sociedad provoca una profunda desdramatización de ésta y, por tanto, de su cultura. En este proceso, el arte se apega tanto a la vida que no mantiene esa distancia crítica que tanto ADORNO como BENJAMIN reclamaban. Vida, entendida como la eliminación de esa línea divisoria entre el arte popular y el avanzado o elevado. Este acercamiento provoca nuevas condiciones de reproducción y goce artístico que se dan en la sociedad de los *mass-media* y modifican de modo sustancial la esencia, el *Wesen* del arte (56).

Por ello, las condiciones sociales y post-industriales han transformado no sólo los comportamientos habituales de la sociedad, sino también del arte en la tardomodernidad. La capacidad de negación del arte ante su realidad, la actitud crítica y su capacidad intrínseca hacia lo trágico se produce siempre y cuando se mantenga esa distancia. Ésta proviene de la idea kantiana de la superioridad que el hombre mantiene sobre la Naturaleza, al ser éste capaz de sobrepasarla y, en consecuencia, dominarla. Pero este mismo dominio se convierte en dominio sobre el hombre; el mecanicismo social supera al ser humano, se le impone, le subordina, le instrumentaliza. La capacidad de negación del arte respondía en la modernidad a la posibilidad de generar una determinada tensión. Esto acontecía «cuando el arte en su desarrollo de *antimundo* de valores posee una función redentora de la cotidianidad» (57). Esta capacidad de confrontación, de negación, hace que el arte se mantenga enfrentado a la sociedad de consumo. De este modo, las vanguardias con su actitud negativa ante su reali-

(55) JAMESON, F.: *op. cit.*, págs. 33-35.

(56) VATTIMO, G.: *La sociedad transparente*, *op. cit.*, pág. 134.

(57) RUANO, Y.: *Racionalidad y conciencia trágica. La modernidad según Max Weber*, Madrid, Trotta, 1996, pág. 131.

dad más próxima y con esa resistencia a una posible cosificación del arte, mantenían la distancia suficiente para que la obra de arte no se convirtiera en un simple valor de cambio. Sin embargo, en el mismo momento en que el arte «muta su esencia» (58) (*Wesen*) hacia esa separación que divide la esfera expresiva (en términos weberianos) y la cotidianeidad del mundo, se genera una «subordinación de los productos de la cultura racionalizada a estrictos fines económicos» (59).

Retomando la figura de Warhol, debemos decir que su actitud ante la cotidianeidad afirmó el agonizante mito moderno de la vanguardia y borró éste a través de una «conspiración con los negocios», convirtiendo el arte en un objeto de consumo más (60).

Y desde el mismo momento en que el arte está condicionado a las exigencias de mercado, convirtiéndose así en un mercancía más, aquellas necesidades que el arte moderno valoraba (originalidad, novedad...) dejan de realizarse, puesto que la dinámica del mercado ya era entonces superior en todo momento al arte.

4. HACIA LA PLURALIDAD DE FORMAS

«Uno de los elementos centrales en la conciencia de nuestro tiempo es la pérdida, el abandono de una ilusión, centrada en la renuncia a un principio general —que la traición moderna definió en términos de razón—, y que se constituyó en la garantía de un ideal de cultura cuya lógica era la conducción de la diversidad de los lenguajes y formas de la experiencia humana hacia un primer lenguaje fundamental, capaz de dar razón de la pluralidad contradictoria de lo real y su devenir en el tiempo» (61).

Continúa F. JARAUTA afirmando que la aparición de un hecho como el capitalismo ya no puede ser entendido desde una mera con-

(58) VATTIMO, G.: *La sociedad...* op. cit., pág. 134.

(59) RUANO, Y.: *op. cit.*, pág. 131.

(60) MORGAN, S.: *op. cit.*, págs. 41-42. La actitud de Warhol fue simplemente el último empujón que se necesitaba para llegar a esta situación. La crítica de arte que tanto defendía la pureza del arte moderno (y aquí nos referimos a Greenberg) promocionó y fomentó con sus escritos esta situación.

(61) JARAUTA, F.: *Otro marco para la creación*, Madrid, Ed. Complutense, 1996, pág. 30.

cepción económica, puesto que genera, por otro lado, la lógica de todas las formas de cultura. También fue el capitalismo el que creó las bases para la aparición de la llamada sociedad de la comunicación: los *mass-media*. Su desarrollo ha generado varias consecuencias importantes: a) una importante necesidad continua de imágenes que simulen «novedad», pero que forman parte del subconsciente colectivo; b) una estetización de la cultura; c) un intercambio de imágenes entre los niveles de cultura alto, bajo y medio (62), y d) el desmoronamiento de las grandes narraciones, surgiendo así las *diferencias: la diversidad de los lenguajes*.

El desarrollo de los *mass-media* provoca que todo, absolutamente todo, sea convertido en objeto de comunicación por necesidades de mercado. Por otra parte, son capaces de crear una realidad distinta: la realidad de los medios de comunicación, en definitiva, *simulacro*. Por otra parte, rompe la visión unitaria, causando la aparición de la sucesión de imágenes fragmentadas y la aparición de la *percepción distraída*. El mercado se alimenta constantemente y necesita de innumerables imágenes, permitiendo que un amplio número de subculturas, minorías,... «tomen la palabra» (63) y así acaba con cualquier utopía universalista (64). Por tanto, las necesidades de mercado y la ruptura de esa mirada unitaria da paso al *pluralismo*. Como pluralismo se debe entender la diversificación de narraciones que no tienen como principio algún tipo de lógica unitaria. Ésta no remite a ninguna forma artística específica, ya que es precisamente contraria a cualquier efecto totalizador. Sólo en una época como la posmodernidad puede ocurrir que todos los estilos artísticos sean posibles (por la condición ahistórica de ésta) y que éstos se encuentren al servicio de una inmensa multitud de razones. Al dejar de creer en el proyecto ilustrado que amparaba a todas las pequeñas narraciones, éstas han comenzado a protagonizar nuestro siglo. *Muestran o exponen* su existencia en nues-

(62) En referencia a los niveles de cultura, véase: ECO, U.: *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Tusquets, 1995, págs. 51-60.

(63) Fue Warhol uno de los primeros en destapar el discurso *gay* en su arte. Desde sus producciones cinematográficas hasta sus bocetos de desnudos masculinos que nunca se le permitió exponer en galerías. Sólo la diversidad de los lenguajes puede permitir una construcción del discurso *gay*. Hechos como el narrado se deben a la destrucción de las grandes metanarraciones. Sobre este tema véase: AA.VV.: *Pop Out* (de J. DOYLE), Duke University Press, Durham and London, 1996.

(64) VATTIMO, G.: *La sociedad transparente*, op. cit., págs. 77-82.

tro mundo. Así, con la validez de todos los estilos artísticos y discursos, corremos el riesgo de perder un sentido crítico hacia cualquier producción cultural. Este hecho se ve enfatizado además por la rápida asimilación de los medios de comunicación y la demanda de estos productos por parte del mercado.

5. LA VALIDEZ DEL TÉRMINO *VANGUARDIA* EN LA POSMODERNIDAD

La vanguardia forma parte de un hecho y unas condiciones concretas que por el momento resultan irrepetibles por varias razones. En primer lugar, el ideal de progreso carece de cualquier sentido y se ha eliminado cualquier carácter totalizante. Por otro lado, el arte ha erradicado por completo el concepto de originalidad (en el sentido en el que la vanguardia lo entendió) y otros elementos han ocupado su lugar: repetición, copia, reproducción, simulacro, fragmentación... Casi podría cualquiera aventurarse a decir que la mayoría de las actividades artísticas carecen de cualquier sentido político, pudiéndose exceptuar la defensa de algunas minorías. Pero, en este último supuesto, el artista suele hacer una simple constancia del hecho. Si éstos son los rasgos de nuestra tardomodernidad, se puede afirmar que la vanguardia bajo sus condiciones no puede surgir y de hecho no surge.

«...al deconstruir la nociones hermanas de origen y originalidad, la posmodernidad provoca un cisma con el dominio conceptual de la vanguardia, a la que contempla desde más allá del abismo que marca una división histórica. El período histórico que la vanguardia compartió con la modernidad ha terminado. Se trata de un hecho. No es un mero titular periodístico: una concepción del discurso ha determinado su clausura. Un complejo de prácticas culturales, entre ellas una crítica desmitificadora y un arte verdaderamente posmoderno, se han puesto en acción para invalidar las proposiciones básicas de la modernidad, para liquidarlas exponiendo su condición ficticia. Situados en una nueva perspectiva, miramos el origen de la modernidad y vemos cómo se disuelve en una replicación sin fin» (65).

(65) KRAUSS, R.: *op. cit.*, pág. 182.

El arte y las personas sin hogar

Carmen Cortés Pizarro
Especialista en Talleres
Monitora del Taller de Artesanías
del Centro de Acogida San Martín de Porres

INTRODUCCIÓN

Presentamos en este artículo una experiencia que forma parte del proyecto «Horizon II» de Integración Sociolaboral para colectivos desfavorecidos, que se está llevando a cabo en la Fundación San Martín de Porres de Madrid.

Esta experiencia se viene desarrollando en el Taller de Artesanías en el que se incluye un «programa sociocultural» con participación en fiestas del barrio y visitas de interés artístico y cultural.

A través de este programa y la metodología que se sigue en el Taller, intentamos acercar el proceso creativo y el mundo del arte a las personas más desfavorecidas.

El recorrido por estas actividades nos permite situar desde lo concreto y lo experimentado la reflexión sobre la relación del «arte y las personas sin hogar», objeto de este artículo.

EL TALLER: UNA VISION PEDAGÓGICA-EDUCATIVA

Lo primero que hay que decir del Taller de Artesanías es que no se identifica con un «taller de manualidades» o un «taller ocupacional» en el sentido más extendido de estos términos.

Cuando se habla de «manualidades» normalmente se asocia a un puro trabajo manual, sin mayores pretensiones, de aprendizaje de técnicas a través de las cuales se realizan objetos bastante estandarizados y la persona se integra poco en el proceso de creación.



En el caso del «taller ocupacional» las connotaciones son más claras: Tener ocupadas a las personas con unas determinadas finalidades, entre ellas la que normalmente se asocia a la terapéutica, y aunque cumplen una gran función, tienen cierto rechazo porque hay personas que se niegan a que los «tengan ocupados» o a aceptar que necesitan «este apoyo».

¿Por qué taller de expresión artística?

Porque dice mucho y no dice nada a la vez, cabe todo y cada uno tiene que buscar lo que le gusta, hacerse su hueco y comprometerse con él.

Todos somos creadores en potencia y la creatividad es, primordialmente, lo que nos permite unir los sentimientos con el pensamiento, es decir, lo emotivo con lo intelectual. Si a esto le unimos la ejecución, «las manos», estaremos potenciando un desarrollo integral de la persona.

En este espacio tienen cabida las artesanías (arte y oficio) que están estrechamente ligadas a la cultura popular, a los diferentes lenguajes expresivos del arte y a sus variadas manifestaciones de producción: Cerámica, tejidos, forja, etc. Tienen sus raíces en la vida cotidiana y forman parte de las características de una comunidad, de sus tradiciones, de sus recursos y de su patrimonio artístico.

Este planteamiento general que adoptamos para nuestro Taller es el que lo distingue de un taller puramente ocupacional, (aunque también cumple esa función), ya que las artesanías son unas técnicas que por su desarrollo tienen una forma peculiar de transmitirse. Se dice que «más que enseñarlas o aprenderlas, las artesanías hay que vivirlas y disfrutarlas», implicándose en sus procesos. Estas características sociales y vitales son las que pensamos que se ajustan de forma más directa al perfil de las personas acogidas en el Centro.

A través de las diferentes técnicas artesanales programadas en el Taller, los participantes van aprendiendo y asimilando actitudes y hábitos que favorecen su integración social: horarios, responsabilidad, constancia en el trabajo, tolerancia, al tiempo que reconocen y desarrollan sus capacidades afectivas y motrices, lo que les lleva a aumentar su autoestima, valorando su persona y su trabajo.

Se va generando así un proceso de interacción y comunicación grupal, esto les permite expresar sus sentimientos con menos inhibiciones y avanzar en su proceso creativo, tanto intelectual como de calidad de los trabajos.

EL TALLER DÍA A DÍA

El taller funciona los lunes, miércoles y viernes, de cinco a nueve, por las tarde, y participan en él una media de 10-12 personas, hombres en su totalidad. Las edades están comprendidas entre los 22 y 60 años y presentan una problemática muy amplia.

Dentro de las características más comunes se encuentran el desarraigo y el aislamiento social (falta de relaciones afectivas y familiares estables y su individualismo), de ahí que el Taller se plantee como uno de sus objetivos ser vehículo de comunicación, lugar de encuentro y transmisión de la cultura popular, más cercana a ellos.

No consideramos el trabajo, por tanto, como algo puramente sistemático y técnico, sino más bien relacional y de creación de vínculos, con un marcado carácter lúdico y creativo, adecuado al ritmo y características personales de cada uno. Queremos que el Taller sea un espacio propio que van llenando con su presencia y su trabajo, en el que pueden ser ayudados y ayudar a sus compañeros y en el que cada uno es parte importante de su propio aprendizaje. Donde se fomenta el nivel de compromiso afectivo y social frente a la tarea, tanto en actitudes individuales como colectivas.

Conseguir la recuperación de hábitos y la autoestima personal a través de un trabajo creativo suena a tópico, pero la experiencia de cuatro años nos va demostrando que es posible siempre que se dé un clima adecuado en el Taller, una permanencia estable y, por supuesto, una asistencia voluntaria y responsable.

La llegada

Desde el primer día los recién llegados se incorporan a la actividad, «se aprende haciendo». Llegan al Taller azorados e incómodos ante una situación totalmente nueva para ellos. Están inmersos en sus

múltiples problemas y no le ven mucho sentido a este trabajo: «tenerse que poner a hacer un cesto, trabajar la madera o a pintar seda...».

Al principio lo viven como una pérdida de tiempo y algunos manifiestan que se hacen «chorradas».

Por otra parte entra en juego ese pudor o miedo a no saber hacerlo bien a sentirse como en el «colegio». Son momentos de tensión, de resistencia al compromiso, a la debilidad (porque algunos trabajos los ven «poco varoniles»), y cuando por fin dicen «yo no he hecho esto nunca, pero vamos a intentarlo», son las palabras mágicas que sellan el acuerdo.

Posteriormente cada objeto que sale de sus manos supone para ellos un gran esfuerzo, satisfacción y muchas horas de compartir y arropar problemas, y poco a poco van recuperando su capacidad de percepción, de imaginación y de creatividad.

Estas situaciones y vivencias difícilmente se podrán dar en un trabajo mecánico y rutinario (trabajo en cadena), que en mi opinión fomentan más aún el individualismo y la dificultad de comunicación.

Es evidente la falta de recursos económicos de estas personas y es tema de debate con ellos, la eterna controversia entre lo artístico-creativo y lo productivo y lo difícil que es conjugar los dos aspectos.

Un trabajo organizado

A la hora de poner en marcha el Taller no nos planteamos tanto qué enseñar, sino cómo y para qué. No se trata del hecho de realizar un tapiz o reciclar papel, sino la necesidad de una permanente actividad de experimentación, planificación y coordinación por parte de la monitora con el equipo técnico. Esto requiere un esfuerzo de observación en todo el proceso y ser pacientes para obtener resultados.

La metodología que se sigue en el Taller tiene las siguientes características:

Activa y participativa, individualizada, basada en las experiencias y conocimientos previos de los participantes, centrada en la persona

y orientada a la acción. Y asimismo abierta al grupo, al albergue, al barrio, a otros albergues y colectivos.

Cada actividad está planteada como «grupo de trabajo», con un coordinador elegido entre ellos (casi siempre suele ser el que posee mayor experiencia), y que conjuntamente se responsabilizan del mantenimiento de materiales y herramientas, intercambiando ayuda y teniendo autonomía en propuestas personales y ritmo de trabajo.

Cada persona se integra en el grupo que más le interesa y al finalizar la etapa puede ir rotando por otros grupos. Esta forma de trabajo es más participativa y autónoma, adquiriendo mayores responsabilidades y tomando iniciativas en la realización de los productos.

En el desarrollo de las actividades y durante el proceso de aprendizaje se tienen en cuenta la motivación, la realización del trabajo y el producto terminado (calidad, originalidad, etc.), dando tanta importancia a su implicación en el proceso como al resultado final.

Al mismo tiempo, los aprendizajes están estructurados en tres niveles.

- 1) Conocimiento del manejo de herramientas y materiales, así como de técnicas básicas.
- 2) Profundización.
- 3) Experimentación con nuevas técnicas y materiales.

En cada etapa del trabajo se programan dos reuniones: En la primera se presentan los objetivos, organización, normas, programación de trabajos y actividades complementarias (salidas culturales). En la segunda se evalúan: Taller, personas y programa y se recogen sugerencias para la etapa siguiente.

Del cesto al papel

Casi todas las actividades están basadas en procesos naturales y relacionados con el entorno. A través de las distintas formas de artesanías aprenden a conocerlas y valorarlas, el manejo de sus materiales y herramientas y sus técnicas básicas.

Trabajo en madera

Se realizan objetos sencillos de pequeñas dimensiones (por falta de espacio), de rápida terminación, que no requieran unos conocimientos demasiado profesionalizados y en los que se utiliza herramienta de fácil manejo.



Ejemplos: Cajas, plumieres, atriles, costureros, espejos, tarjeteros, revisteros, etc.

Últimamente se están haciendo «reposa-pies», piezas de artesanía popular, así como decoración de la madera.

Pintura y estampación textil

Introducción y prácticas sobre el color, rueda cromática, gamas; se estudian los pigmentos, materiales y soportes.

Los tintes naturales.

Aprendizaje de diversas técnicas: Sistemas de atados y anudados, estarcidos y estampados en algodón, pintura en seda natural, batik, etc.

Ejemplos: Cuadros, pañuelos, corbatas, camisetas, bolsas aromáticas.

Cestería

Partiendo de la historia de la cestería se inician en las técnicas y materiales básicos.

Conocimiento de las principales materias primas y trabajos con médula de junco.



Profundización en técnicas más elaboradas y trabajos con mimbre.

El teñido de cestos se hace con productos naturales y químicos.

Se trabaja la cestería tradicional y la creativa.

Ejemplos: Costureros, maceteros, papeleros, paneros, cestas para la ropa, cestos decorativos, etc.

Reciclado y Medio Ambiente

Los procesos de reciclado forman parte del aprovechamiento y respeto por los recursos del entorno, utilizando los materiales de desecho como materia prima del reciclado: Papel, aceite, etc.

Reciclado de papel: Elaboración de papel a través de técnicas básicas.

Aplicación del color en el papel por diferentes procedimientos: Estarcidos, batik, impresión, jaspeado, etc.



Reciclado creativo: *Collages*, papel con fibras vegetales, flores y plantas secas, etc.

Ejemplos: Cuadros, cartas, sobres, tarjetas, marcapáginas, cajas, etcétera.

Se realizan actividades de jardinería, mantenimiento y siembra de flores y plantas aromáticas, secado, prensado y teñido de flores.

Productos naturales: Alcohol de romero, perfumes, bolsas aromáticas, composiciones de cuadros con flores secas, etc.

Máscaras y marionetas-cabezudos

Estas actividades se realizan fundamentalmente en Carnavales, dándole un contenido didáctico y artístico según el tema que cada año tratamos.

Se utilizan diferentes técnicas de fabricación y decorado según los materiales empleados: vendas de escayola, papel maché, tiras de periódico, etc.

Proceso textil artesano

No se ha puesto en marcha por falta de espacio, pero es una de las actividades que más se prestan a potenciar el proceso creativo.

Se trabaja todo el proceso que sigue la lana desde que está en la oveja hasta que llega al tapiz.

Esquilado, lavado, cardado, hilado (construcción de husos), teñido con materias vegetales y tejido con las técnicas básicas para elaborar un tapiz, junto con la construcción de los telares de madera.

Ante esta variada propuesta de actividades y a través de los grupos, cada persona elige dónde se encuentra más a gusto y se acomoda.

Con esta dinámica de trabajo las «técnicas» se convierten en «meras herramientas» que nos ayudan en el camino a seguir, pero el verdadero taller no es un espacio, son las personas que lo integran, es una ideología, una forma de trabajar, es un tiempo de creación.

Hay un refrán popular que dice: «Quien hace un cesto hace ciento», y yo le añado: «si tiene buen acompañamiento».

ENCUENTROS CON LAS ARTES

Despertar interés y tener acceso al mundo del arte y la cultura popular, fuera del Albergue, es otro de los objetivos del Taller. Para ello se lleva a cabo un programa de actividades socioculturales, como son: Visitas a exposiciones, museos, fábricas, lugares de interés histórico o artístico y también otras de participación ciudadana en el barrio, en los que el grupo se integra como un colectivo más.

Estas actividades son muy diversas, motivando al grupo para que hagan propuestas según sus intereses.

Están planteadas también como ampliación del trabajo que se realiza en el Taller tanto a nivel artístico como en los aspectos de integración, relación y comunicación individual y grupal, que les permite adquirir nuevos conocimientos y relaciones fuera del contexto del Albergue.

Algunos ejemplos de estas salidas son las visitas: Museo de Artes Decorativas, Fundación de Gremios, Museo del Aire, Casa de la Moneda, Real Fábrica de Tapices, Jardín Botánico, Real Fábrica de Vidrio de la Granja, etc. Son salidas mensuales y aprovechamos el día con una comida. Las próximas que se han programado son al Museo de Arte y Tradiciones Populares, Museo Romántico.

Dentro del propio Centro, y como trabajo complementario al Taller, vemos fotos, diapositivas y videos sobre temas culturales de interés artístico o de técnicas artesanales.

También hacemos exposiciones sobre los trabajos elaborados por los participantes en el Taller, como una forma de compartir y de dar a conocer al barrio y a otros centros el esfuerzo que realiza este colectivo. Estas exposiciones casi siempre se montan en Navidad, acompañadas de una fiesta, donde participa todo el Albergue, vecinos, voluntarios, colaboradores o amigos. Ya se ha creado la tradición de comprar allí objetos artesanos como regalos navideños.

El arte popular

Dentro de la participación en la vida social y cultural del barrio los Carnavales son un momento muy significativo.

Dado el contexto en el que nos desenvolvemos y las características de las personas que participan, los Carnavales no suponen una fiesta más. Han hecho posible que se interesen por el mundo de la cultura con un trabajo en equipo y una mayor relación entre el grupo. Y se va logrando una buena integración con el barrio, que es un objetivo importante.

¿Por qué este tipo de actividades?

Porque permiten desarrollar el sentido lúdico y creativo, mostrando otras facetas de la personalidad, a través de las cuales nos podemos desinhibir y manifestar más libremente.

Se rompe así con el estereotipo o tópico común de que en este tipo de centros sólo se viven problemas y se demuestra que es bueno y saludable para estas personas abrir una puerta a la sonrisa, a reírse de uno mismo, a ponerse en la piel del mismísimo Goya o «el Corregidor y la Molinera», de Manuel de Falla.

Con este trabajo se llega a conocer el mundo del arte y lo que ocurre a su alrededor, a desdramatizar parte de sus problemas dramatizando un personaje y compartiéndolos con los demás, sin por ello trivializarlos.

Cuando Goya se instaló en el Taller

Llegó el año 1996 con el 250 aniversario del nacimiento de Goya y quisimos rendirle un homenaje y adentrarnos en su mundo y su obra dándole vida a los personajes de sus cuadros más famosos.

Para ello organizamos dos comparsas:

1) «Goyescas», que acogía a la «Familia de Carlos IV», «El Quitasol», «El entierro de la Sardina», «La Gallinita Ciega», «El manteo del pelele», «La Maja vestida», temas taurinos, etc.

2) «Aquelarre»: Se representó la mascarada de sus famosas «pinturas negras», formando un solo cuadro.

Para estudiar la obra del pintor y buscar documentación se hizo una visita al Museo del Prado, actividad insólita para ellos, que resul-

tó de gran interés y un éxito en la motivación para el trabajo posterior. Igualmente visitamos la Real Fábrica de Tapices para conocer los cartones de Goya. Así como los frescos de la capilla de San Antonio de la Florida.

A partir de aquí el Taller de Artesanías se convirtió en la segunda morada de Goya.

Cada uno eligió un personaje y durante mes y medio fue una continúa carrera. Todos cortaron y cosieron trajes, tiñeron y transformaron zapatos. Hicieron pelucas, sombreros, adornos y estandartes.

Construyeron un cabezudo, con papel maché, de la figura de Goya como personaje central. Crearon las máscaras del aquelarre, con vendas de escayola, partiendo de su propio rostro, estudiando para ello las formas, los colores y la pincelada del pintor.

También se realizó un trabajo de documentación sobre el vestuario, peinados, maquillaje, costumbres y música de la época.

Se elaboró asimismo un fondo de material audiovisual (fotografías y video) de todo el proceso y de la marcha en el desfile general de Carnavales, con las asociaciones de vecinos en el barrio de Carabanchel.

Este material sirvió de documentación valiosa para nosotros, pues —aunque llevábamos varios años participando en los Carnavales del barrio— era al primero que le dábamos un contenido más didáctico y creativo. El resultado fue un éxito de participación y responsabilidad por parte de todas las personas comprometidas en este largo y complejo proceso de creación.

Por otra parte, contamos para estos trabajos con personas voluntarias fijas y colaboradores que no sólo prestan una gran ayuda a la marcha diaria del Taller, sino que participan en un plano de igualdad aportando a la relación del grupo mayor dinamismo.

A todos nos dejó satisfechos y sorprendidos el hecho de haber sido capaces de llevar a cabo un trabajo tan divertido, enriquecedor y de gran belleza plástica.

LA MÚSICA EN LA CALLE

Animados por la experiencia del año anterior y saboreando aún las mieles de Goya, este año 1997 nos hemos atrevido con Manuel de Falla en su Centenario.

Fue un nuevo reto: la música. Y dentro de su extensísima producción elegimos la obra «El Corregidor y la Molinera», basada en el cuento escrito por Pedro Antonio de Alarcón.

Esta historia, contada de forma tan divertida y descriptiva de la época, costumbres y vestuario, nos dio pie para desarrollar el trabajo. En esta ocasión se le dio más importancia a la música y la caracterización.

De esta forma cobraban vida todos los personajes que aparecen en la obra y en el desfile, encabezado por el mismo Manuel de Falla, aparecían la molinera y el molinero, corregidor y corregidora, las autoridades, el clero, los alguaciles, gentes del pueblo, campesinos, criados, etc. Precedidos todos por el tamborilero, el pregonero y los estandartes, representando escenas de la vida cotidiana.

La aportación innovadora de este año fue el ensayo de la canción «El Corregidor y la Molinera», del grupo «Nuevo Mester de Juglaría», formándose un coro para acompañar el desfile, estudiando y conociendo posteriormente las obras más representativas de Falla.

Esta parte despertó mucho interés y ha conseguido una gran motivación para que el año próximo se dedique más tiempo y se pueda trabajar la plástica, música y dramatización.

El resultado fue francamente bueno y ya se ha creado una tradición, después de cuatro años celebrando los carnavales; cada vez se suman más personas ajenas al Albergue.

LAS FIESTAS DE SAN ISIDRO

Son todo un acontecimiento en el barrio de Carabanchel y el Taller de Artesanía sale a la calle junto con el Taller de Encuadernación.

Es otro momento de participación en la vida social del barrio a través de la colaboración con la Asociación de Vecinos, que nos apoya. Ellos ofrecen un cocido gratuito a todo el barrio.

Son unas jornadas de convivencia y «disfrute», nos instalamos en el Parque de San Isidro y montamos una exposición en la que se vendían los productos.



Al mismo tiempo se realizan talleres al aire libre «Cestería» y «Encuadernación», donde las personas participantes en los talleres enseñan a hacer un cesto o a encuadernar un libro. El éxito es rotundo y se forman grandes colas para aprender: niños, padres, abuelos. Posteriormente se interesan por los talleres y muchos van a visitarlos.

EXCURSIONES. OTRAS SALIDAS

Se organizan dos excursiones puntuales coincidiendo con los finales de etapa de Talleres, junio y diciembre; están abiertas a todas las personas que estén realizando alguna actividad en el Centro y siem-

pre se busca un fin cultural aparte del turístico y festivo; por ejemplo, viaje a Cuenca y Priego, donde visitamos a los artesanos del mimbre y la cerámica.

Visita a Aranjuez: Reales Sitios y seguimientos a las obras de Goya en relación con el tema de los Carnavales, etc.

REFLEXIÓN DESDE UNA EXPERIENCIA

A través de esta experiencia queremos mostrar que en estos Centros se puede «crear». Vivir el arte desde el acto de creación que es intrínseco a la persona y que supone un compromiso consigo misma, esfuerzo, voluntad e imaginación, y demostrar que quien sabe poner bien un ladrillo, colocar una pieza de fontanería o ha trabajado la tierra con habilidad, pericia y cariño, es capaz de realizar una pintura en seda, un cesto, una máscara o una pieza de madera.

Por todo ello el Taller supone también un toque de atención, detenerse, disfrutar, dejar escapar los miedos a no «saber hacer», que ellos lo viven como «no saber ser», y sobre todo sacar a flor de piel su sensibilidad contenida y su dignidad personal a través de un trabajo que verdaderamente les gratifique.

Está claro que el arte por el arte no es suficiente para su integración si paralelamente no tienen lo más importante: una buena acogida, un plan de inserción y promoción personal y social y una actitud de escucha, afecto y respeto por parte de las personas que estamos implicadas en este colectivo.

Por tanto creemos que están abiertas las puertas para seguir trabajando en esta línea, que el arte aporta unas grandes potencialidades poco recogidas o tenidas en cuenta en la tarea con este colectivo como forma de expresión, de integración personal y de participación en una sociedad que va construyendo su propia cultura.



Experiencias de expresión artística

Siro López

Coordinador del Centro Artístico SOMA

En esta ocasión me piden que cuente mi experiencia desde el mundo del arte. En principio he de confesar que no me es una tarea fácil, prefiero pintar o bailar y dejar esta tarea para otras personas más fluidas en palabras.

Siempre está en el tapete la pregunta de si se nace o se hace un artista. ¡Ya ves!, considero este un planteamiento desajustado, injusto y excluyente. Por de pronto todos nacemos y todos nos hacemos... en ese crecimiento lento y cotidiano de la maduración en la persona. Por tanto nadie queda excluido en este arte de la vida. Parto de un concepto distinto de artista, en donde toda persona por el hecho de ser persona está llamada a la interrelación con el otro, a comunicarse mediante la gran diversidad de lenguajes en todos sus ámbitos (literario, musical, corporal, plástico, afectivo, lúdico, etc.), y a esas manifestaciones las llamamos ARTE. Me atrevería a definir la expresión artística como la plasmación del sentimiento. ¿Acaso se puede dar la circunstancia de una persona que se niegue la capacidad de expresar lo sentido?

Desde este planteamiento, me considero un artista. ¡Qué sentido tendría mi ser si éste no fuese capaz de trascender! ¡Qué sentido tiene la vela que permanece apagada! Deja de ser vela si no alcanza a estar encendida, dejándose consumir en su tarea de «dar a luz».

En estos momentos me sería imposible dar un paso sin saborear mi capacidad para sensibilizarme ante lo que me rodea. Es la belleza la que sintetiza todas mis creencias. Y es en este proceso, de contemplación y de búsqueda, en el que me encuentro. Siempre me ha gustado dibujar, pintar y manchar. Es toda una gozada encontrarse con una gran pared en blanco y tener la oportunidad de añadir colores, no importa cómo.



En el momento en el que pinto, no puedo formular palabra, me es incompatible llevar una conversación y al mismo tiempo realizar el proceso creativo. Necesito imperiosamente del silencio si deseo ser fiel a la plasmación. Y esta labor no es posible si no es en completa soledad.

En mis lecturas, en este caso libros de biografías, siempre me llamó la atención la gran semejanza entre las vidas de los santos y las de los grandes artistas. Constantemente he buscado en la experiencia de otros el camino más corto y con frecuencia me he encontrado el sendero más virgen.

Aunque parezca una paradoja, la soledad me remite al contacto con la gente, a la necesidad de pisar la calle, a percatarme de la insignificancia de mi yo en relación con el tú. Hoy, y más que nunca, necesito de los otros. Preciso constantemente el reestructurarme como juguete en manos de un niño. Estar dispuesto a ser maniatado, desarmado, abrazado, olvidado, babeado y ser querido bajo al almohada de sueños infantiles.

EL ARTE DEL DESECHO

*Todo aquello que la gran ciudad desecha,
todo aquello que pierde,
todo aquello que desdeña,
todo aquello que pisotea,
Todo,
me renace en las manos y me sobrecoge.*

Hace unos años tomé la decisión de pintar para poder llegar al gran público y poder expresar todo aquello que me cautivaba, que me preocupaba y que me enamoraba. Comencé a recoger de la calle, de los contenedores de basura, de las casas demolidas, etc., aquellos objetos que me interpelaban por su pasado, por su textura, por su inutilidad ante los ojos de quien los había tirado. Me emocionaba poder redescubrir y dar vida a objetos que habían sido dados por muertos, por inservibles, en una sociedad que se jacta de progresar bajo el lema de «usar y tirar». Comencé a pintar sobre soportes oxidados, maderas apolladas, plásticos arrojados al mar, puertas incendiadas, etc., tra-

tando de lograr un equilibrio entre el soporte y la imagen. Seguidamente, después de abrazar el objeto como si se tratase de un hijo pródigo, paso a la antesala de la concepción y elaboración de la idea, que me puede llevar varios meses e incluso años. Para dar cauce a tan laborioso parto, trabajo varios cuadros al mismo tiempo. En estos momentos estoy con el proceso de más de quince obras, en las que retoco, reviso, abandono y perfilo.

Al comenzar a pintar me sirvo de diversidad de técnicas para expresar aquello que quiero. Procuró que la técnica no me sea un impedimento en la ejecución de la obra artística. Sino todo lo contrario, deseo que me permita permanecer más tiempo suspendido en el aire, como el bailarín ejecutando un *assemblés*. Sirviéndome de esa libertad, mezclo en la misma obra el lápiz (material casi siempre relegado a mero soporte del material definitivo) y el óleo (considerado el pigmento más noble por excelencia), aerógrafo junto a espátula, acuarela y *graffiti*, etc.

Todo ello desemboca en lo que algunos han tratado de clasificar como «realismo conceptual», en una exposición que desde hace ocho años va itinerante por toda España y algunos países europeos. La temática tanto de la pintura como de la escultura es en torno a los derechos humanos. En dicha exposición voy incorporando las nuevas obras que, a modo de tríptico, se divide en tres partes: una primera sobre niños, una segunda sobre la mujer y, por último, una tercera sobre los ancianos. Es todo un proyecto a la largo plazo, pues nunca soy capaz de dar por finalizado aquello que me empapa y me hace vibrar.

Existen dos momentos muy especiales en mi labor creativa dentro de la pintura y la escultura: uno es el momento en el que finalizo la obra y mis manos dejan de intervenir, exigiéndome tomar distancia para percatarme de la nueva criatura. Siento la necesidad de permanecer inmóvil delante de la obra, simplemente mirando. Nadie puede imaginar la paz que ese momento, largo o corto no lo sé, me produce. Al incorporar el cuadro a la exposición siento que ya no me pertenece, que la obra ha alcanzado su propia independencia, su propio batir de alas. Y alguien podrá pensar que estoy tratando de rizar el rizo; pero he de confesar que en determinados momentos me resulta extraño imaginar que haya sido yo el propio autor. Siempre acude a

mí esa sensación de sentirme cauce intermedio entre el público y la obra, pasando a un tercer plano la laboriosidad creativa. El segundo momento es cuando tengo la oportunidad de estar en la sala de exposiciones y alguien se detiene con mirada constante ante una de las pinturas o esculturas y permanece ligado a través de la mirada. Me sobrecoge contemplar aquellas miradas que salen al encuentro de forma tan transparente a través del espacio, que rescatan la vida de aquello que había sido despreciado, que deciden besar la luz a modo de icono.

Y sin embargo, hay días en que no lo tengo todo tan claro. Me sigo preguntando en mi cuarto oscuro si merece la pena este sudor que empapa la frente y arrastra tiempo e incomprensiones. Cuándo se entenderá que el expresarse a través de los distintos lenguajes artísticos no es un mero entretenimiento, sino una necesidad vital que no debemos castrar aun a riesgo de equivocarnos. ¿Por qué nos dará tanto miedo la libertad?

EXPOSICIONES COLECTIVAS

Al mismo tiempo, un grupo de personas animadas por una misma sensibilidad hemos empezado a organizar exposiciones colectivas en donde, con diversidad de estilos y formas, apostamos por vivir el arte como medio de compromiso y forma de recrear la vida. Intentando crear conciencia crítica en las personas a través de la expresión artística y, sin ánimo de ser pretenciosos, proponiendo una alternativa al mercado artístico actual. Tratamos de facilitar momentos de intercambio y de comunicación entre los diversos artistas que participamos, el público y todo el grupo de personas que nos acompaña en este proyecto. Desde el Centro Artístico SOMA, que más adelante ya detallaré, hemos ido dando cauce a todas estas inquietudes. Se han ido sumando a nosotros personas interesadas en colaborar en las distintas iniciativas, aportando cada una lo mejor de sí. Unos pintan, otros organizan, otros apoyan, otros acompañan, otros... No exagero diciendo que todo esto no sería posible si el proyecto no fuese comunitario.

Nos servimos de la exposición para organizar toda una campaña de sensibilización. En el día de la inauguración organizamos actuaciones de danza, recitales de poesía... A lo largo del tiempo que dura la

exposición, de veinte a treinta días, ofrecemos en la propia ciudad conciertos, actuaciones en la cárcel, mesas redondas, proyecciones, etcétera. Invitamos o provocamos al público, conjugando la solidaridad con lo festivo, la realidad injusta que viven determinadas personas con el compartir anónimo y gratuito.

Está siendo una buena ocasión o disculpa para acceder a todo tipo de personas que independientemente de creencias e implicaciones personales apuestan por un mundo o sociedad o entorno diferente.

Tratamos de incidir sobre todo en los Institutos, colegios y Universidades, facilitando la organización de visitas de gran grupo con horarios de tarde y mañana. Para asombro de galerías de arte y organismos, el público nos responde. Y responde sintiéndose interpelado.

Llevamos año y medio con esta exposición colectiva titulada «Arte y Tolerancia», con siete exposiciones realizadas en las siguientes salas y ciudades: Museo Provincial de Zaragoza, Ayuntamiento de Logroño, Claustro Universitario de Zamora, Biblioteca Pública de León, iglesia de las Franciscanas de Burgos, Complejo Cultural de Plasencia, Sala Liguori en Madrid.

Detallar únicamente que para su organización únicamente se ha requerido el cubrir los gastos de transporte y participar en la organización de la campaña.

Actualmente estamos organizando otra exposición colectiva con la participación de más artistas sobre «los derechos de la mujer». En ella queremos reflejar todo aquello que nos preocupa, denunciar mecanismos de exclusión y facilitar el encuentro para que desde la esperanza y entre todos podamos ir cambiando las cosas. Quienes estén interesados en la organización de dicha exposición o en la participación de dicho proyecto, pónganse en contacto con nosotros: (Siro López, C/ Pirineos, 19 E, 28040 Madrid, Tel. (91) 4509341.

¿TU ESPECIALIDAD? NINGUNA

Cambiando de tercio, pero un tercio de la misma tarta.

Siempre me ha parecido importante insistir en las múltiples relaciones de los lenguajes artísticos, de su necesidad de estar conectados.

Ya no importa si la obra que presento al público es una fotografía pintada o un cuadro, dibujo o fotocopia, escultura o pintura con relieve, danza o teatro bailado, *happenig* o vídeo-instalación, etc.

En muchos casos se peca de concebir la propia labor artística como «una especialización de la especialidad», y podemos encontrarnos con un pintor que se pasa toda su vida pintando cuadrados de color en distintas composiciones una y otra vez, así hasta la saciedad. ¿Como artistas, no tendremos que mantener una postura mucho más abierta? Precisamente para podernos enriquecer de todo el vasto entorno que nos rodea. De todo esto es un buen ejemplo la época del Renacimiento o, en estos momentos, toda la medicina holística, en donde se parte de una concepción mucho más unitaria y armónica del cuerpo humano en su relación con el ser psicológico, afectivo, etc., de la persona.

Es por ello por lo que en ningún momento me he arrepentido de mi interés por la danza, la música, el teatro, el mimo, la anatomía, la respiración, el yoga, la fotografía... En ocasiones se me ha argumentado que esa diversidad de intereses restaba profesionalidad, calidad artística, pérdida de tiempo... ¡Todo lo contrario! Jamás he considerado perdido el tiempo dedicado al estudio de los lepidópteros, de la botánica y de todo el amplio mundo de la biología en mis años de adolescencia. Tampoco considero perdido el tiempo que he disfrutado bailando en las fiestas, en mi propia habitación y en los escenarios. Tampoco me ha parecido desconectado todo lo que me ha aportado las imágenes de la literatura, la filosofía, psicología, teología. No me importa tanto el lograr una alta especialización como el no verme limitado a la hora de vivenciar con intensidad y de expresar todo aquello que me conmueve. Cuando me ha dado la vena de estudiar anatomía, me ha surgido espontáneamente el relacionarla y servirme de ella en la expresión corporal, en la danza, en el dibujo, en la escultura..., y desprenderme de todo ello cuando lo considere oportuno.

Para expresarlo de un modo simbólico, cuantos más «colores» domine, mezcle y convine más posibilidades tendré de obtener la luz, de alcanzar un proceso creativo libre de enmarcaciones técnicas. Podré, en último caso, optar por un solo lenguaje artístico a la hora de materializar la expresión, pero ésta se verá enriquecida de forma singular.

MIMO: UN ARTE PARA LA COMUNICACIÓN

Durante un invierno, pintando una decoración de teatro en el suelo del escenario, comencé a sentir unas ganas imperiosas de participar y formar parte de los ensayos del grupo de teatro. Lo percibía como si existiese en ello una magia creativa que yo me estaba perdiendo y que el espacio entarimado de la «cuarta pared» me podía ofrecer. Poder encarnar personajes hasta entonces desconocidos. Jugar con el público en «el mundo de la mentira» y que al mismo tiempo me posibilitaba desenmascarar mis propios sentimientos. Disfrutar de los ensayos, con sus propias equivocaciones y logros. Reírte con una frecuencia que no te está permitida ni en los templos ni en el aulas. Esforzarte por superar la propia timidez y gozar al sentir que tus esfuerzos han merecido la pena en el día del estreno. Compartir el trabajo en grupo y mantener el contacto directo con el público, era algo que no me lo podía ofrecer ni la pintura ni la escultura.

Todo esto acontecía a la edad de diecisiete años, y empecé a sentirme atraído por todo el mundo corporal, pero especialmente por el mimo y la expresión corporal. Lenguajes que me han marcado poderosamente.

Era algo que me encantaba, disfrutaba haciéndolo, aunque tuviese que estar horas y horas delante del cristal de una ventana por las noches, para que me pudiese servir de espejo. No me era una carga disciplinaria o un reto, ni cosas así. Simplemente disfrutaba un montón, me hacía sentirme a gusto en mi propio pellejo.

Recuerdo las primeras actuaciones saliendo al escenario para escenificar alguna pantomima que yo mismo me había inventado. ¡Qué espanto! Nadie entendía nada y el público se reía y abucheaba ante tal desastre. Así estuve varios meses, pero estaba tan ciego que mi ilusión desbordante no me dejaba percibir lo que acontecía a mi alrededor. Recordándolo, yo mismo me extraño del atrevimiento.

Hasta que un buen día escenifiqué una canción infantil acompañando el ritmo de la música con gestos y movimientos de cada una de las articulaciones de mi cuerpo. Y surgió de forma inesperada la magia, había logrado la conexión que me permitía el entendimiento con el público. Quedaron sorprendidos de mis movimientos y ritmo.

A partir de aquella actuación empezaron a llamarme para actuar en veladas, fiestas de final de curso, etc. Todas esas actuaciones me permitieron ir tomando contacto con el público, improvisar en plena actuación rompiendo la «cuarta pared» y, sobre todo, saber cómo contar aquello que tenía en la cabeza.

Pero hasta ahora, supongo que nada especial con respecto al proceso formativo, en este caso autodidacta, en relación a otros artistas.

Las notas de color ciertamente han sido todas aquellas oportunidades que me ha brindado este lenguaje y que de otra forma no me hubiese sido posible. Puedo decir que el mimo me ha abierto cantidad de ventanas, me ha oxigenado por dentro y me ha puesto en relación con determinadas realidades que de otra forma me hubiese sido imposible. Os relato algunas experiencias:

ENTRE REJAS

- Después de varios años, al finalizar los estudios de filosofía, me invitaron a actuar en la cárcel. Era un mundo que desconocía totalmente. Siempre que se me ha ofrecido la oportunidad de aportar mi pequeño granito de arena, nunca me he negado, en las que considero que son invitaciones al descubrimiento. Siempre he salido enriquecido.

Eso no quita que tuviese mis temores a la hora de actuar en la cárcel haciendo mimo. Pensaba que acostumbrados a como están a conciertos de *rock*, mi actuación resultaría insulsa y un verdadero aburrimiento. No siempre es fácil expresarse desde el silencio y sobre todo en ciertos ambientes. Bueno, pues estaba equivocado. Tuve una muy buena acogida, las carcajadas eran espontáneas, sinceras y, lo que es más importante, me permitió descubrir lo que realmente se oculta detrás de los muros de una prisión.

Al entrar me llamó poderosamente la atención las miradas, los espacios pequeños divididos por multitud de puertas y la forma de caminar de los reclusos: me vino a la cabeza el mismo andar entre pasillos que había observado en su tiempo en los formadores de los internados y la idéntica forma de movimiento continuo y repetitivo de los animales de un zoológico. Curiosidades de la vida.

Estuve dos semanas acudiendo a la cárcel, charlando, participando en reuniones de grupo y actuando. El mimo fue la maravillosa disculpa para descubrir a personas que tras haber tenido alguna equivocación se les negaba el reconocimiento como personas. Descubrí en ellos valores que nosotros «los justos» hemos perdido. Me percaté de que las rejas separaban a los más pobres de la sociedad y, qué curioso, en ningún momento me encontré a nadie «vestido de corbata». Pude percatarme del sufrimiento inútil que se respiraba dentro.

Después de esa actuación estuve durante un mes de gira por todas las cárceles del norte. Siempre que tengo oportunidad, aprovecho para compartir mis historias y poder, todos juntos, reírnos de casi todo.

Puedo afirmar que la vida, los sufrimientos y las ilusiones de esta gente me ha trastocado en más de una ocasión y ello ha hecho que mi forma de pintar, mi forma de danzar, mi forma de respirar cambie.

TOPARSE CON EL SILENCIO

- Estando en Santiago de Compostela me invitaron para que actuase haciendo mi propio espectáculo de mimo en el colegio de sordos. Llevaba años queriendo tener la oportunidad de acercarme y poder conocer ese mundo. Nunca había tenido ocasión. Por de pronto, el silencio que percibía en la sala antes de comenzar la actuación era distinto. Se escuchaban sonidos descoordinados y risas que desconocía. Los sonidos provocados por sus movimientos y sus juegos previos me resultaban desconcertantes. Había entrado en otro mundo y el extraño, en este caso, era yo.

En el transcurso de las pantomimas sus miradas delataban extrañeza al ver a un oyente hacer mimo. Al principio no fue fácil, pero pronto fue surgiendo la suficiente confianza como para aventurarme a la improvisación. Saqué a algunos chicos del público y, sin conocer el lenguaje de signos, me aventuré a crear historias en las que tuviesen que intervenir ellos. Las carcajadas eran continuas y la frescura que se respiraba era tremenda. Se tuvo que alargar el tiempo previsto, pues

nadie deseaba zanjar y cortar aquella fiesta espontánea, ese silencio ruidoso que todos necesitábamos oír.

Al finalizar la actuación y terminar de cambiarme, salí del teatro, y me estaba esperando un tropel de muchachos, que enseguida me rodearon. Hasta aquí nada de particular. Pero la forma de decírmelo era totalmente distinta. En todo momento estuvieron tocándome, me sentía acosado por infinidad de manos. Sentía empujones, aliviados con sonrisas amplificadas, que sobre todo deseaban arrebatarme mi mirada para poderme decir con sus rostros y sus ojos su agradecimiento, su necesidad de alegría y, disimuladamente, su deseo de afecto.

Me hicieron pensar mucho sus miradas. Los más mayores esperaban en la periferia del círculo con el fin de obtener una oportunidad para saludarme. Mientras tanto, no dejaban de mirarme con una sonrisa. No hubo palabras.

Después de unos meses, a través de un profesor del colegio, me hicieron la propuesta de dar clase de religión a los chicos y chicas mayores del colegio de sordos. No lo dudé en ningún momento, a pesar de no saber un solo signo de su lenguaje, no tener ningún texto o material de guía y estar el colegio situado a las afueras de la ciudad, lo que suponía tener que trasladarme en bici, teniendo en cuenta los chaparrones de agua que me tocaría aguantar en la ciudad más lluviosa de España.

Llegó el día y allí me presenté sin saber muy bien qué hacer ni cómo comenzar. Únicamente me habían informado que tenían un nivel muy bajo de lectura y comprensión. Tenían edades comprendidas entre 16 y 20 años, pero un nivel escolar de sexto de E.G.B. Su identificación con lo religioso no era muy boyante, más bien todo lo contrario. Sus prácticas religiosas habían sido en la mayor parte de las veces impuestas y las clases de religión-catequesis se habían reducido a una simple memorización de oraciones, que difícilmente eran comprensivas para ellos.

Los profesores del centro rara vez utilizaban el lenguaje de signos para comunicarse con ellos. Las clases se impartían de forma verbal, creyendo que de esa forma se les ayudaría en su relación con el mundo de los oyentes. La disciplina que reinaba era desproporcionada.

Todo se solucionaba con el castigo, sin tener en cuenta sus gustos y apetencias. Permanecían en el mismo edificio, algunos de lunes a viernes, y la mayor parte en forma de internado. Niños y niñas desde los 6 hasta los 20 años. Algunos con problemas de autismo, con distintos grados de deficiencia mental, problemas de psicomotricidad y de distintas zonas urbanas y rurales.

En seguida comencé a leer todo lo que encontraba sobre este apasionado mundo del silencio. Me había propuesto aprender su lenguaje de signos de forma que me pudiese permitir el acceso a ellos para situarme en su realidad y poder entablar un diálogo desde ella. Todo lo demás, sin preocuparme el tiempo, vendría más adelante.

Ese día comencé con las presentaciones, no me interesaban sus nombres y apellidos, pero sí sus gestos, con los que se identificaban unos y otros, sus verdaderos nombres. Tenía la sensación de estar introduciéndome en su intimidad. A ellos también les sorprendía el que un profesor utilizase sus gestos de identificación. Disfrutaban viéndome aprender. En realidad eran ellos quienes estaban dando la clase y yo el único alumno privilegiado. Se sentían útiles y orgullosos.

Utilizado la pizarra les pregunté que qué era lo que más les gustaba hacer, su *hobby* preferido. Para mi sorpresa me contestaron que lo que más les apasionaba era el mimo, el teatro y, sobre todo, bailar. ¿Cómo podía gustarles tanto bailar si no podían escuchar la música? Aunque pudiesen sentir las vibraciones en el suelo o en los altavoces, eso únicamente me explicaba la posibilidad que tenían para bailar, pero no su preferencia por el baile. De todas formas, percibía que se me estaban abriendo unas puertas por las que podría sintonizar perfectamente con ellos, pues coincidían sus gustos con los míos. El arte estaba siendo cauce de relación

Sin más esperas, les comenté de la forma más básica que en nuestra clase de religión íbamos a emprender un camino hacia Dios desde la danza, el teatro y el mimo. «...Y vio Dios que todo era bueno» (Gn 1,1). Dios estaba de su parte y estaba deseando moverse a su ritmo, acercarse a ellos en su propio lenguaje, sintiendo lo que ellos sentían. Todo el tiempo restante estuvimos bailando y aprendiendo pasos de baile. ¡Qué preciosidad! En seguida se rompieron las distancias y lo más sorprendente es que estábamos bailando sin música, en silencio.

Nuestros cuerpos, especialmente el mío, pues era la primera vez que se movía envuelto en silencio, estaban teniendo la oportunidad de sentir el movimiento en toda su plenitud, pues era el verdadero protagonista.

Cinco minutos antes de finalizar la clase me puse a recordarles la primera idea sobre la sintonía de Dios con sus cuerpos, su ser corporal real y concreto, palpable, que les identifica y les define. Todavía recuerdo sus expresiones de gozo y con mirada concentrada en lo que les decía. Al salir todos se fueron despidiendo y atravesaron el pasillo de las aulas corriendo para contárselo al resto de los compañeros. Yo quedé en el aula sin saber muy bien qué había pasado, pero con un gran sentimiento de alegría por lo que había compartido y aprendido de ellos. Al día siguiente estaban todos apelotonados junto a la puerta del aula esperando que llegase.

En los tres años que estuve yendo al colegio no disminuyó el interés ni por parte de ellos y menos todavía por mí. No fue fácil, pues muchas veces me tenía que romper la cabeza para encontrar alguna dinámica que me ayudase a transmitir y hacer gestual lo trascendente.

No tardé en aprender el lenguaje de signos, pues el mimo que había practicado anteriormente me lo facilitaba. Pero no era suficiente, se requería demasiada concentración en la comprensión de ciertos temas que para los oyentes nos resultarían relativamente sencillos. No porque ellos no tuviesen capacidad, sino que, como he señalado anteriormente, tenían un nivel muy bajo.

Escenificábamos continuamente parábolas, buscábamos nuevos finales, inventábamos personajes... Expresábamos a través de la danza sentimientos y experiencias personales que de otra forma nos hubiese sido imposible. *No hay lenguaje más espiritual que la música y la danza.* En este caso, solo me quedaba la danza, que me brindaba la oportunidad de conectar con sus propias vibraciones, emociones y, por qué no, con su afectividad en crecimiento.

MIMO SIN FRONTERAS

La gran ventaja del mimo como es lógico es que no necesita de la palabra para establecer un cauce de comunicación, lo que me ha posibilitado el salir con cierta frecuencia a actuar en el extranjero.

Señalo únicamente dos experiencias que permanecen grabadas en mi recuerdo con gran cariño:

- Me localizaron para trabajar con una ONG en un proyecto de ayuda en los campos de refugiados de Eslovenia. Por cuestiones de entendimiento, debido al idioma y la diversidad de dialectos, se necesitaba una persona que expresase a través del gesto, del dibujo... En los campos se encontraban mayoritariamente mujeres y niños. En los mismos convivían musulmanes, croatas, serbios, bosnios..., y todos coincidían en que lo único que deseaban era volver a vivir como antes. También todos se sentían culpables de lo sucedido. Alguien me comentó: «Una vez que alguien tira una piedra, todo va en cadena y nadie sabe quién ha empezado.»

Con quienes estuve más relacionado fue con los niños, en donde se percibía con claridad la huella profunda que estaba dejando la guerra. Bastaba con que mirases a los ojos a algunos de ellos para percibir el dolor y la ausencia de cariño que habían mamado esas delicadas criaturas. Dicen que las mariposas son los insectos más sensibles a la contaminación. Creo que algo parecido pasa con los niños cuando el aire que les envuelve se tiñe de gris.

Egoístamente me sentía afortunado porque en aquellos días, desde la pequeñez de un mimo, lograba hacerles reír. No os podéis hacer una idea con qué ansiedad nos abrazaban a todos los voluntarios que nos encontrábamos trabajando en los campos. Me daba la sensación de ser un árbol de Navidad, con niños colgados de pies a cabeza. A pesar de todo recuerdo en una ocasión que me acerqué a un niño de cuatro años que permanecía alejado del grupo de juegos, sentado en cuclillas e inmóvil. Sonriendo le estreché la mano y le cogí en brazos. Estuve durante bastante tiempo intentando que reaccionase con algún gesto. Lo intenté haciendo tonterías con la nariz, con los ojos, haciéndole cosquillas... No pude arrancarle una mínima sonrisa, su único gesto era de tristeza, se encontraba totalmente bloqueado. Me preguntaba qué tenía que haber visto o vivido una criatura así. Lo único que me quedaba era poderle abrazar con intensidad y pensar en el sinsentido de los adultos.

Durante el tiempo que estuve con ellos, el sentido del tacto resultaba ser la moneda de cambio. Para saludarme con ellos estrechaba las manos, les removía el pelo, les abrazaba. No necesitábamos

decirnos nada, el arte de la expresión corporal nos bastaba. No pretendo ser iluso, son pequeñas gotas de agua en una roca por desgastar.

- En otra serie de viajes, tras actuar en varios festivales en Holanda, me invitaron a participar en un proyecto televisivo en Finlandia e impartir un curso de expresión corporal a músicos. El curso se centraba en la técnica Alexander, atendiendo a la relación que se establece en el músico entre su propio cuerpo y el instrumento musical. Una mala postura mantenida durante horas de ensayo, imposibilita una adecuada expresión, movilidad de los dedos... El músico no puede prescindir de su cuerpo, es su primer instrumento musical. Durante dos semanas, en la época más fría de diciembre, estuve acudiendo a los estudios de televisión de Helsinki para grabar un programa sobre la historia de la música. Mi trabajo consistía precisamente en elaborar el silencio, el espacio que existe entre nota y nota. Todo un reto.

Pero lo que más me maravilló es que tuve la oportunidad de trabajar con músicos excepcionales, de distintos estilos y tendencias, de distintas nacionalidades, de distinta ideología y religión... y sencillamente nos entendimos. Pude palpar con claridad la comunicación que se establecía entre nosotros desde el respeto, disfrutando de la diferencia, sabiendo que nos enriquecía todo aquello que estábamos compartiendo. El arte estaba siendo cauce de entendimiento y de tolerancia. La música facilitaba lo que tantas veces la palabra no lograba. Entre nosotros no se visionaban enmarcaciones de propiedad, de cultura o raza. Puedo asegurar que no se trata de romanticismos.

Sí, estoy convencido que en nuestro mundo occidental, absorbidos por el imperio de la razón y por criterios mercantilistas, hemos despreciado con muchísima frecuencia todo tipo de expresión en relación a los sentidos (no son solamente cinco), a los sentimientos y a lo acontecido fuera de lo que podríamos llamar «razón pura». Con demasiada rapidez hemos comercializado y prostituido lo que en un principio nacía del corazón.

A raíz de esta experiencia me confirmé en la necesidad de recuperar los lenguajes artísticos como vehículo de libertad y de respeto. Una belleza que nos posibilita un mundo más habitable y humano.

CENTRO ARTÍSTICO SOMA

Llevaba desde varios años pensando en una idea que me rondaba la cabeza. Lo comenté con gente ilusionada e inquieta y en 1990, de una forma sencilla, nació un proyecto llamado SOMA. En el verano de ese mismo año se celebraría la primera actividad del Centro Artístico: los Encuentros SOMA de verano, en los que a lo largo de todos estos años de vida, han participado animadores y animadoras de toda España.

Todas estas inquietudes surgen desde una perspectiva creyente ante la urgencia de que cristianos y cristianas utilicemos otros lenguajes que sí usamos en la vida diaria y podamos formarnos en el ámbito de la expresión desde una óptica cristiana.

Nuestro principal objetivo es abrir un cauce al descubrimiento del mundo del arte, como expresión de la propia fe cristiana. Acercar contenidos y técnicas artísticas a la realidad cotidiana de la gente y, lo que es más importante, transmitir el arte como expresión propia personal y comunitaria, frente a un arte despersonalizado.

Somos conscientes que cuando pretendemos optar por el arte como camino hacia el desarrollo integral de la persona y valorar el lenguaje artístico en su dimensión reivindicativa, nos estamos saliendo de los raíles. Quizá pequemos de ingenuos si además nuestro esfuerzo se centra en resaltar el sentido de gratuidad del arte frente al utilitarismo del mismo, en reconocer las manifestaciones artísticas como vehículo de valores humanizadores.

No hace mucho, hablando con un galerista prestigioso (me agradó su sinceridad y la larga conversación que tuvimos), me comentaba que:

«—No se puede ser tan directo a través de una imagen, ni preocuparse tanto del contenido, ¡eso no vende!»

Por el contrario, yo le ponía el ejemplo de la botella:

«—¿Qué interesa más, su contenido o su forma? Por supuesto que necesitaré de la forma para dar calidad al contenido. ¿Acaso el arte publicitario no se preocupa del contenido? ¿Es que un músico no está tomando postura en el contenido de sus letras, sean de la temática que sea?»

En estos años han ido surgiendo diferentes modalidades de participación e intercambio:

Encuentros SOMA: Encuentros de formación desde una opción cristiana en torno al teatro, la danza, la expresión plástica, corporal y musical.

Cursillos: Trabajo sobre temas específicos relacionados con el mundo del arte y la expresión.

InterSOMA: Reflexión, profundización y testimonios sobre un tema de interés en relación a los objetivos de SOMA.

D'ARTE: Encuentro de artistas plásticos en donde se posibilita el encuentro y la comunicación. Se coordinan exposiciones y diversas actividades.

Un día en el Encuentro SOMA

¡Todo el mundo a estirarse! Así comenzamos la mañana, con estiramientos. Una vez despiertos cuerpo y mente, hacemos media hora de oración para comenzar el día enraizados. Espacio para reflexionar, compartir vivencias y preocupaciones y escuchar al OTRO.

Tanto al inicio del día como al final hay dos momentos explícitos de oración. Se hace necesario hacer silencio en nuestro interior para que resuene la Palabra, que sorprende, que cuestiona.

A este encuentro llegan personas de diferentes lugares de España, de edades muy variadas y con diversas experiencias. El encuentro personal, la convivencia entre los participantes y lo que se va compartiendo en los talleres permite confirmar y/o atisbar un modo diferente de vivir la vida, apostando por el crecimiento personal y el compromiso social, siendo sensibles a todo lo que nos rodea.

El resto de la mañana (hasta la comida) y la tarde están ocupadas por talleres. En estos siete años de SOMA podemos enumerar, entre otros: expresión corporal, voz, *hapening*, danza, bailes de salón, mimo, plástica, escenografía, masaje, comunicación, juegos cooperativos, educación para la paz, habilidades sociales, percusión, canción creativa, sonorización, audiovisuales, composición gráfica, ecología, historias en acción, interpretación teatral...

La intención de fondo de los talleres no es formar personas expertas sino abrir horizontes a la expresión en la vida cotidiana, en el compromiso. Descubrir más sobre la propia persona, afrontar miedos y barreras que impiden hacer o comunicar, aprender técnicas, experimentar valores... son algunos de sus principales objetivos, compartiendo una misma motivación: ser más conscientes de las realidades que vivimos.

Acabada la cena, y hasta las doce, transcurre el único tiempo no programado de antemano. Sobre la marcha van surgiendo propuestas diferentes de cada día: pasear, charlar, cantar, bailar, jugar..., es un momento para el comentario amistoso, para actuaciones espontáneas, para informar sobre el trabajo realizado en el sitio de origen. Un momento saboreado a medida que la confianza y la amistad ganan terreno.

HA DE CONTINUAR

Y para finalizar el artículo, únicamente decir que mis experiencias artísticas continúan, porque sencillamente la vida continúa. Saber que la belleza surge allí donde se contempla y sólo nos queda disfrutarla.

Bibliografía *

- ADORNO, T. W.: *Crítica cultural y sociedad*. Barcelona, Ed. Ariel, 1969.
- *Teoría estética*, Madrid Ed. Taurus, 1980.
- AGEL, H.: *Estética del cine*, Buenos Aires, Ed. Eudeba, 1962.
- AGUILERA CERNI, V.: *La aventura creadora*, Ed. Península.
- *El Arte impugnado*.
- *Posibilidad e imposibilidad del Arte*, Ed. Fernando Torres, 1973.
- ARNHEIM, R.: *El pensamiento visual*, Buenos Aires, Ed. Eudeba, 1971.
- *Arte y percepción visual. Psicología de la visión*, Madrid, Alianza Editorial, 1979.
- ÁLVARO BORRÁS, Esteban.: *Saber ver el arte*, Zaragoza, 1974.
- BATLLORI, M.: *Humanismo y Renacimiento*, Barcelona, Estudios Hispano-europeos, 1987.
- BAUER, H.: *Historiografía del Arte*, Madrid. Ed. Taurus, 1980.
- BAYER, R.: *Historia de la estética*, México, Fondo Cultura Económica, 1965.
- BAYON, D.: *Construcción de lo visual*, Caracas, Monte Ávila, 1975.
- BEARDSLEY, M.C.: *Estética. Historia y fundamentos*, Madrid, Ed. Cátedra, 1976.
- BERGER, R.: *Arte y comunicación*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1976.
- *El conocimiento de la pintura*, Barcelona, Ed. Noguer, 1976 (tres volúmenes).
- BERNAL, J. D.: *Historia social de la ciencia*, Barcelona, Ed. Península, 1976 (dos volúmenes).
- BOSANQUET, B.: *Historia de la estética*, Buenos Aires, Ed. Nueva Visión, 1970.

(*) Aportada por el Instituto de la Mujer (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales) y el Servicio de Documentación de Cáritas.

- BOZAL, V.: *Mimesis: las imágenes y las cosas*, Madrid, Ed. Visor (La balsa de la Medusa), 1987.
- BRUYNE, E. DE.: *Historia de la estética*, Madrid, Ed. BAC, 1963 (dos volúmenes).
- CARRIT, E. F.: *Introducción a la estética*, México, Ed. Fondo Cultura Económica (Breviarios), 1974.
- COLLINGWOOD, R. G.: *Los principios del Arte*, México, Ed. Fondo Cultura Económica, 1960.
- CHECA, F.: *Guía para el estudio de la Historia del Arte*, Madrid. Ed. Cátedra, 1980.
- CHIARINI, P.: *Arte y técnica del film*, Barcelona, Ed. Península, 1968.
- DELUMEAU, J.: *La civilización del Renacimiento*, Ed. Francesa, 1967.
- DRESDEN, S.: *Humanismo y Renacimiento*, Madrid, 1968.
- DORFLES, G.: *El devenir de las artes*, México. Ed. Fondo Cultura Económica (Breviarios), 1963.
- *Del significado a las opciones*, Ed. Lumen, 1975.
- *Sentido e insensatez en el arte de hoy*, Ed. Fernando Torres, Roma, 1971.
- DORFLES, G.: *Símbolo, comunicación y consumo*, Ed. Lumen, 1967.
- D'ORS, E.: *Menester del crítico de Arte*, Ed. Aguilar, Madrid, 1967.
- ECO, U.: *La definición del Arte*, Barcelona, Ed. Martínez Roca, 1971.
- *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*, Barcelona, Ed. Lumen, 1973.
- EHRENZWEIG, A.: *El orden oculto del Arte*, Barcelona, Ed. Labor, 1973.
- ESTRADA HERRERO, D.: *Estética*, Barcelona, Ed. Herder, 1988.
- FISHER, E.: *La necesidad del Arte*, Barcelona, Ed. Península, 1970.
- *El artista y su época*, Ed. Fundamentos, 1972.
- FRANCASTEL, P.: *Sociología del Arte*, Madrid, Alianza Editorial, 1975.
- *Pintura y sociedad*, Madrid, Ed. Cátedra, 1985.
- FUENTES, J.: *Fuentes y documentos para la Historia del Arte*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili.
- GALLEGO SERRANO, J.: *El pintor, de artesano a artista*, Granada, Departamento de Arte de la Universidad de Granada, 1976.
- GARIN, J.: *La revolución cultural del Renacimiento*, Barcelona, 1981.
- GOMBRICH, E. H.: *Arte e ilusión*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1979.
- GRASSI, E.: *Arte y mito*, Buenos Aires, Ed. Nueva Visión, 1968.
- GUBERN, R.: *El lenguaje de los comics*, Barcelona, Ed. Península, 1972.

- HASKELL, F.: *Patronos y pintores*, Madrid, Ed. Cátedra, 1980.
- HAUSER, A.: *Historia social de la literatura y el Arte*, Madrid, Ed. Guadarrama, 1974.
- *Introducción a la Historia del Arte*, Madrid, Ed. Guadarrama, 1969.
- HELLER, A.: *El hombre del Renacimiento*, Barcelona, 1980.
- HOGG, J.: *Psicología y artes visuales*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1975.
- HUISMAN, D.: *La estética*, Buenos Aires, Ed. Eudeba, 1970.
- HUYGUE.: *El Arte y el hombre*, Barcelona Ed. Planeta, 1965, (tres volúmenes).
- JIMÉNEZ, J.: *Imágenes del hombre. Fundamentos de estética*, Madrid, Ed. Tecnos, 1986.
- KUBLER,: *La configuración del tiempo*, Madrid, Ed. Nerea, 1988.
- LOTMAN, Y. M.: *Estética y semiótica del cine*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1979.
- MARCHAN FIZ, S.: *El Universo del Arte*, Barcelona, Ed. Salvat, 1976.
- *La estética en la cultura moderna*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1982.
- *Del arte objetual al arte del concepto*, Ed. Comunicación, Serie B, 1972.
- MARTÍN, A.: *Sociología del Renacimiento*, México, 1977.
- MARX-ENGELS.: *Textos sobre producción artística*, Ed. Alberto Corazón, 1972.
- METZ, CH.: *Lenguaje y cine*, Barcelona, Ed. Planeta, 1973.
- MITRY, J.: *Estética y psicología del cine*, Madrid, Ed. Siglo XXI, 1976 (dos volúmenes).
- MORIM, E.: *El cine o el hombre imaginario*, Barcelona, Ed. Seix Barral, 1972.
- MORIURGO TAGLIABUE, G.: *La estética contemporánea. Una investigación*, Buenos Aires, Ed. Losada, 1971.
- NIETO ALCAIDE.: *La luz, símbolo y sistema visual*, Ed. Cátedra, 1976.
- PANOFKY, E.: *El significado de las artes visuales*, Madrid, Alianza Editorial, 1985.
- PARIS, J.: *El espacio y la mirada*, Madrid, Ed. Taurus, 1967.
- PIERANTONI, R.: *El ojo y la idea. Fisiología e Historia de la visión*, Barcelona, Ed. Paidós (Comunicación), 1984.
- RAMÍREZ, J. A.: *Medios de masas e Historia del Arte*, Madrid, Alianza Editorial, 1976.
- REAU, L.: *Iconographie de l'art chretien*, 1958 (seis volúmenes).
- REYNOLDS, D.: *Introducción a la Historia del Arte*, Cambridge.
- RODRÍGUEZ ADRADOS, F.: *Fiesta, comedia, tragedia*, Madrid, Alianza Editorial, 1983.

- RODRÍGUEZ AGUILERA, C.: *Crónica del Arte contemporáneo*, Ed. Ariel, 1971.
- ROSZAK, T.: *El nacimiento de una contracultura*, Ed. Kairós, 1970.
- SCHILLER, G.: *Iconography of christian art*, 1971 (tres volúmenes).
- SCHLOSSER, J.: *La literatura artística*, Madrid, Ed. Cátedra, 1976.
- SEBASTIÁN, S.: *Contrarreforma y Barroco*, Madrid, 1981.
- TATARKIEWICZ, W.: *Historia de la estética*, Madrid, Ed. Akal, 1988 (tres volúmenes).
- THIBAUT LAUTAN, A. M.: *Imagen y comunicación*, Valencia, Ed. Fernando Torres, 1973.
- TOSCANO, P. G.: *Il pensiero cristiano nell'arte*, Instituto Italiano di Arte, 1960 (tres volúmenes).
- TROSKY, L.: *Sobre arte y cultura*, Alianza Editorial, 1969.
- VENTURI, J.: *Historia del crítico del Arte*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1979.
- VON MARTIN, A.: *Sociología del Renacimiento*, México, 1962.
- VV. AA.: *Arte abstracto y Arte figurativo*, Biblioteca Salvat de Grandes Temas, Barcelona, 1973.
- *El cine, arte e industria*, Biblioteca Salvat de Grandes Temas, Barcelona, 1973.
- WEDEWER, R.: *El concepto de cuadro*. Barcelona, Ed. Labor, 1973.
- WOLFFLIN, E.: *Conceptos fundamentales de la Historia del Arte*, Madrid, 1961.
- *Renacimiento y Barroco*, Madrid, 1977.
- WOLLHEIM, R.: *El Arte y sus objetos. Introducción a la estética*, Barcelona, Ed. Seix Barral, 1953.
- WOODFORD, S.: *Cómo mirar un cuadro*, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1985.
- ZEVÍ, B.: *Saber ver la arquitectura*, Buenos Aires, Ed. Poseidón, 1976.

V INFORME SOCIOLOGICO SOBRE LA SITUACION SOCIAL EN ESPAÑA

Sociedad para todos en el año 2000

SINTESIS

(Núm. 101, octubre-diciembre 1995)

9	●		PRESENTACION
13	●		INTRODUCCION
29	●	1	CAMBIO SOCIAL EN ESPAÑA
67	●	2	POBLACION, ESTRUCTURA Y DESIGUALDAD SOCIAL
133	●	3	FAMILIA
167	●	4	EL SISTEMA POLITICO
199	●	5	RELIGION
227	●	6	EL SECTOR SANITARIO
273	●	7	EDUCACION
315	●	8	EMPLEO Y PARO
343	●	9	POLITICAS DE RENTAS
377	●	10	VIVIENDA
425	●	11	ACCION SOCIAL Y SERVICIOS SOCIALES
459	●	12	OCIO Y ESTILOS DE VIDA
499	●	13	TECNOLOGIAS PARA LA INFORMACION: LA CONVULSION DE LA DECADA



HUMANIDAD Y NATURALEZA

(Núm. 102, enero-marzo 1996)

7	●	Presentación.	
11	●	1 Ecología: tú decides.	Juan López de Uralde
19	●	2 El impacto ambiental del Proyecto europeizador-globalizador en el Estado español.	Ramón Fernández Durán
41	●	3 El Convenio de Río: Compromiso y perspectivas de la conservación de la diversidad biológica.	Francisco Díaz Pineda
53	●	4 Los foros alternativos: Participación y propuestas del movimiento ambientalista.	Rafael Madueño
71	●	5 Cambio climático.	Antonio Labajo
83	●	6 La erosión del suelo en España: Efectos de los incendios forestales.	Juan Manuel Delgado Pérez
97	●	7 El agua, factor determinante de la desigualdad social.	Carlos Giner de Grado
111	●	8 El agua, un recurso amenazado.	Juan López de Uralde
119	●	9 Los «sin coche». Repercusiones ambientales y sociales del automóvil.	Alfonso Sanz
129	●	10 Sobre el origen, el uso y el contenido del término «sostenible».	José Manuel Naredo
149	●	11 Ética oriental, ética ecológica.	Luis Racionero Grau
157	●	12 Ideal humano, valores ecológicos. (Ecología bíblica).	Xavier Pikaza
177	●	13 Valores y actitudes ante la Naturaleza.	Ricardo Marín Ibáñez
189	●	14 De la conciencia ambiental a la ecocalidad.	José R. Sánchez Moro
199	●	15 Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo.	
207	●	Bibliografía.	Servicio de Documentación de Cáritas y AEDENAT



EL TERCER SECTOR

(Núm. 103, abril-junio 1996)

5	●	Presentación.	
11	●	1 El Tercer Sector.	Joaquín García Roca
37	●	2 Hacia un enfoque multidisciplinar del sector no lucrativo.	Julia Montserrat Codorníu
53	●	3 La solidaridad como fundamento ético del Tercer Sector.	Carlos Giner de Grado
69	●	4 La calidad de vida y el Tercer Sector: Nuevas dimensiones de complejidad.	Julio Alguacil Gómez
87	●	5 La construcción de un tercer sector social en América Latina.	Carlos Guerra Rodríguez
105	●	6 Raíces y perspectivas de la economía social.	José Luis Monzón
123	●	7 Las cooperativas, una realidad del Tercer Sector.	Antonio Gracia Arellano
139	●	8 La experiencia del modelo SAL en la superación de la crisis.	Miguel Millana Sansaturio
155	●	9 El Mutualismo en la Economía Social.	Francisco Alonso Soto
167	●	10 Desarrollo económico y social en la Europa de las regiones: El papel de la mutualidad.	Egidio Formilan
179	●	11 Las Agrupaciones de Interés Económico: Un instrumento mercantil para el Tercer Sector.	Juan Francisco Blanco Ruiz
189	●	12 El papel de las asociaciones y fundaciones como respuesta a las necesidades sociales.	Miguel Angel Cabra de Luna
203	●	13 La configuración jurídica de las entidades no lucrativas de tipo social y humanitario: nuevas perspectivas.	Manuel Aznar López
217	●	14 Las fundaciones y el sector no lucrativo.	Rafael de Lorenzo García
229	●	15 Construcción de la sociedad civil: papel de las fundaciones en Europa central y oriental.	Eric Kemp
243	●	16 Las asociaciones y el Tercer Sector.	Tomás Alberich
253	●	17 Las organizaciones sociovoluntarias en el Tercer Sector.	Pedro Fuentes
263	●	18 Visión panorámica de las organizaciones voluntarias en el ámbito social.	Demetrio Casado
281	●	19 Las ONG, ¿un tercer sector? Mito o realidad.	Paulino Azúa
291	●	Bibliografía.	

VOLUNTARIADO

(Núm. 104, julio-septiembre 1996)

- 7 ● Presentación.
13 ● 1 ¿Asociaciones de voluntarios? Lo que se dice y lo que se quiere decir cuando hablamos de voluntariado.
Manuel Montañés, Tomás R. Villasante, Tomás Alberich
- 27 ● 2 «¿Voluntarios? No, gracias.» Clarificación ética de la acción voluntaria.
Agustín Domingo Moratalla
- 39 ● 3 El papel del voluntariado en la sociedad actual.
Imanol Zubero Beaskoetxea
- 69 ● 4 ¿Qué conduce a la solidaridad colectiva?
María Jesús Funes Rivas
- 81 ● 5 La agrupación de voluntades para la acción colectiva. En pos del sentido comunitario y a la búsqueda de un voluntariado internacional.
Angela López Jiménez
- 103 ● 6 Atado, mudo y bastante arrugado. ¿Existen nuevas formas y conceptos de voluntariado?
Francisco Bernardo Corral
- 115 ● 7 El fenómeno del voluntariado en España: aproximación a la evolución del término «de la opacidad a la mitificación».
Sebastián Mora Rosado
- 129 ● 8 Trabajadores voluntarios-trabajadores remunerados: Reflexión sobre unas relaciones que tienen que ser posibles.
María Rosa Blanco Puga
- 143 ● 9 La gratuidad, aportación del voluntario.
Carlos Giner de Grado
- 149 ● 10 Metodología y voluntariado.
Carlos Campo Sánchez
- 167 ● 11 Formación del voluntariado.
Luis Díe Olmos
- 185 ● 12 Fomento y promoción del voluntariado.
Conxa Vidal Vidal
- LEY DEL VOLUNTARIADO.
Opiniones y Texto
- 201 ● 13 Aspectos legales del voluntariado: El modelo de la Ley 6/1996, de 15 de enero.
Andrés García Inda
- 237 ● 14 Opiniones sobre algunos aspectos de la Ley del Voluntariado.
*Plataforma para la promoción del Voluntariado.
Manifiesto ante el Día Internacional del Voluntario 1995.
Dirección General de Acción Social, del menor y de la familia.
Cáritas Española.
Cruz Roja Española.
Izquierda Unida.
Unión Sindical Obrera.*
- 259 ● 15 Ley del Voluntariado.
- EXPERIENCIAS
- 275 ● 16 Unamos nuestra solidaridad. Una experiencia de participación comunitaria en el campo del voluntariado social en Sabadell (Cataluña).
Carme Botia i Villareal,
Maruja González Sierra,
Angels Hellin, Pilar Taché i Sererols
y Fina Viturtia Candel
- 285 ● 17 «Proyecto +60»: Una experiencia de acción voluntaria en el barrio de Prosperidad.
Colectivo IOE
- 293 ● 18 El voluntario en el Colectivo Tetuán-Ventilla. Diez años de experiencia.
Daniel Parajuá Navarrete
- 303 ● 19 Voluntariado en Proyecto Hombre de Zaragoza.
José Miguel Ausejo Sanz, Maite Ansó y Carmen Duesca
- 309 ● 20 Bibliografía.

MUJER

(Núm. 105, octubre-diciembre 1996)

5	●	Presentación.	
13	●	1 Una mirada sobre los sucesivos feminismos.	María Salas
33	●	2 Mujeres en el umbral del siglo XXI.	Mairena Fernández Escalante
49	●	3 Mujer y democracia en España: Evolución jurídica y realidad social.	Esperanza Bautista Parejo
73	●	4 Las mujeres, del género a la diferencia.	Consuelo Flecha García
93	●	5 Las razones sociales de la acción positiva.	Capitolina Díaz Martínez
113	●	6 Mujeres en la Historia.	María José Arana
131	●	7 Una nueva forma de ver el Poder. El empoderamiento.	Cristina Alberdi
137	●	8 El trabajo invisible en España: Aspectos económicos y normativos.	María Angeles Durán
159	●	9 Mujeres y Universidad: Un nuevo reto.	Amparo Almarcha Barbado
171	●	10 Feminización de la pobreza.	Carmen de Elejabeitia
183	●	11 El rol de las chicas jóvenes en los grupos informales.	Maribel López Mascaraque
195	●	12 La violencia contra las mujeres y los niños.	María Jesús Miranda López
205	●	13 La mujer y los Medios de Comunicación de Masas.	Edith del Pozo
217	●	14 Bibliografía.	

POLÍTICAS CONTRA LA EXCLUSIÓN SOCIAL

(Núm. 106, enero-marzo 1997)

	<i>Págs.</i>
Presentación	9
Hacia una redistribución solidaria de la riqueza: Medidas desde las políticas de empleo y de protección social	13
— Estructura social y desigualdad	14
— Algunos rasgos de la situación del empleo en España	20
— La Protección Social	26
— Criterios y estrategias globales para luchar contra la exclusión	36
— Propuestas en torno al empleo.....	40
— Propuestas sobre las políticas de protección social (garantía de rentas)	55
— Una financiación realista	67
Educación y exclusión social	73
— Introducción	74
— Hacia una propuesta contra la exclusión en el sector educativo.....	79
— Marco de actuación	80
— Elementos de enfoque	81
— Propuestas.....	84
La vivienda como factor de exclusión social	93
— Diagnóstico del problema de la vivienda en España	94
— Los problemas de la vivienda y los nuevos modelos sociales.....	101
— La vivienda como factor de integración social: El concepto de exclusión residencial.....	105
— La exclusión residencial	107
— Principios de intervención frente a la exclusión residencial.....	111
— Anexo estadístico.....	134
Nivel socioeconómico, exclusión social y salud	149
— Análisis de la situación de salud	149
— Propuestas y recomendaciones	168
Hacia una cultura de la solidaridad	181
— La cultura y los valores de la sociedad española de fin de siglo	181
— Claves para construir una cultura solidaria	195
— Algunas propuestas para avanzar.....	205
Cáritas Europa ante la exclusión	213
— Lucha contra la pobreza y la exclusión. Propuesta de Cáritas Europa.....	213
— Exposición de motivos.....	213
* De la pobreza a la exclusión.....	214
* Reconstruir la solidaridad	222
* Renta mínima garantizada	228
— Propuestas para una política europea de lucha contra la exclusión	230
— Hacer frente a las pobreza: 12 propuestas de Cáritas Europa	237
Bibliografía	249



ÚLTIMOS TÍTULOS PUBLICADOS

	PRECIO
N.º 88 Modernización económica y desigualdad social (Julio-septiembre 1992)	1.000 ptas.
N.º 89 Desarrollo y solidaridad (Octubre-diciembre 1993)	1.000 ptas.
N.º 90 Los movimientos sociales hoy (Enero-marzo 1993)	1.200 ptas.
N.º 91 Europa, realidad y perspectivas (Abril-junio 1993)	1.200 ptas.
N.º 92 La investigación, acción participativa (Julio-septiembre 1993)	1.200 ptas.
N.º 93 El futuro que nos aguarda (Octubre-diciembre 1993)	1.200 ptas.
N.º 94 Mundo asociativo (Enero-marzo 1994)	1.200 ptas.
N.º 95 los jóvenes..... (Abril-junio 1994)	1.200 ptas.
N.º 96 La pobreza en España hoy (Julio-septiembre 1994)	1.200 ptas.
N.º 97 La interculturalidad (Octubre-diciembre 1994)	1.200 ptas.
N.º 98 La familia..... (Enero-marzo 1995)	1.300 ptas.
N.º 99-100 España de los 90 (Abril-septiembre 1995)	1.600 ptas.
N.º 101 V Informe Sociológico Síntesis (Octubre-diciembre 1995)	2.500 ptas.
N.º 102 Humanidad y Naturaleza (Enero-marzo 1996)	1.400 ptas.
N.º 103 Tercer Sector (Abril-junio 1996)	1.400 ptas.
N.º 104 Voluntariado (Julio-septiembre 1996)	1.400 ptas.
N.º 105 Mujer (Octubre-diciembre 1996)	1.400 ptas.
N.º 106 Políticas contra la exclusión social (Enero-marzo 1997)	1.500 ptas.
N.º 107 Arte y sociedad..... (Abril-junio 1997)	1.500 ptas.

PRÓXIMOS TÍTULOS

N.º 108 Técnica, información y comunicación (Julio-septiembre 1997)	1.500 ptas.
N.º 109 50 años de acción social (Octubre-diciembre 1997)	1.500 ptas.

DOCUMENTACIÓN SOCIAL

PUEDE LEER EN ESTE NÚMERO LOS SIGUIENTES ARTÍCULOS:

Presentación.

**Sobre la consideración de las artes y el artista
en el mundo renacentista.**

**El hecho artístico en su contexto histórico. Cartografía
disciplinar de un nudo de relaciones.**

**Arte y Publicidad (acotaciones de un matrimonio irreverente,
pero eficaz).**

Exposiciones y público en el siglo XIX en España.

**El impacto de los nuevos medios en las formas
de producción artística.**

**La violencia en el arte de vanguardia: figuraciones
del conflicto.**

El arte como fenómeno social.

La crisis del arte: modernidad y posmodernidad.

El arte y las personas sin hogar.

Experiencias de expresión artística.

Bibliografía

ISBN 84-8440-009-3
9 788484 400097



San Bernardo, 99 bis, 7.º - 28015 MADRID
Teléfono 444 10 00

