

**T**eoría del arte plantea un ajuste conceptual de las categorías de análisis y una nueva delimitación de los aspectos y manifestaciones que configuran en la actualidad la escena artística. Se trata de buscar una correspondencia en el plano teórico

con lo que el arte es en nuestro tiempo, en lugar de seguir recurriendo a ideas y formulaciones que remiten al pasado, a un horizonte de la representación hace ya mucho tiempo definitivamente superado en nuestra cultura, en esta era de la imagen global.

El libro está concebido para servir como texto de apoyo para la docencia e investigación en *Teoría del arte*. Pero está igualmente pensado como un texto de lectura amena y sugestiva, apoyado en ejemplos e imágenes concretos, que permita a las personas interesadas en comprender y disfrutar el arte de nuestro tiempo realizar una especie de viaje a ese universo, que a la vez atrae y desconcierta. Se trata de dar respuesta —o, mejor aún, de fijar los términos para que cada uno pueda darla por sí mismo— a cuestiones tan habituales hoy como: «pero ¿esto es "Arte"?», «¿por qué se considera esto "Arte"?», «¿quién lo determina así?».

José Jiménez Teoría del arte

## José Jiménez Teoría del arte



701  
J5  
Bj.2

METROPOLIS

teños **Alianza**

1250004

teños



«Ver» plásticamente no es simplemente «ver»: es como trazar un itinerario, como utilizar una escala, que a partir de los componentes sensibles, visuales, nos permite llegar a un universo complejo: mental, espiritual, donde los elementos de las obras alcanzan sus sentidos. Por tanto, *hay que aprender a ver para poder ver*, lo mismo que hay que aprender a nadar para poder desplazarse en el agua. La visión sensible no es el objeto de las artes visuales, sino su indispensable punto de partida. Esto implica que el público, los diversos públicos con sus distintas sensibilidades, debieran aproximarse al arte con una actitud mucho más abierta, receptiva, similar a la que se adopta respecto a la ciencia, buscando apropiarse de los elementos de conocimiento y placer, alcanzar el enriquecimiento humano, que el buen arte transmite siempre.

Aparte de estos aspectos, las actitudes de rechazo o indignación por la falta de comprensión de las obras tienen también que ver con algo mucho más positivo, con la expansión de una *sensibilidad crítica* que, a mi modo de ver, es un efecto del arraigo creciente de la idea de democracia en la mente moderna. Si podemos «enjuiciar» la política y elegir a nuestros gobernantes (aunque sepamos que en ambos casos se trata más de un ideal que de una realidad completamente efectiva), ¿por qué no vamos a poder formular un «juicio de gusto», valorar una obra de arte...?

Este libro pretende servir de fundamentación filosófica, en el sentido indicado más arriba, de nuestra capacidad de juzgar, de distinguir, en materia de arte. Pretende desmontar el estereotipo, por desgracia demasiado extendido, de que en el arte de nuestro tiempo «todo vale», que la aceptación y el reconocimiento de obras y artistas dependen tan sólo de factores concurrenciales y externos: fama, publicidad, mercado... Intenta hacer ver lo injustificado de ese otro tópico, igualmente demasiado extendido, según el cual el arte de hoy ha perdido *toda* especificidad, que no hay valores propiamente artísticos. Este libro intenta, en definitiva, transmitir una serie de argumentos que defienden la *vitalidad del arte*, hacer ver que, con todas sus posibles contradicciones, lo que seguimos llamando *arte* es una de las vías más sólidas de enriquecimiento humano producida en nuestra tradición de cultura.

## CAPÍTULO I

Arte es todo lo que los hombres  
llaman arte

Nuestro itinerario comienza con la aproximación a una imagen. Una imagen conocida, familiar. De larga andadura en la historia de nuestra cultura.



ILUSTRACIÓN n.º 1

Leonardo da Vinci (1452-1519): *Retrato de dama (La Gioconda o Mona Lisa)*[*Monna Lisa del Giocondo*] (c. 1503-1506).

Óleo sobre tabla, 77 x 53 cm. Museo del Louvre, París.

2

Y ante ella, la pregunta: *¿qué es esto?* Ante auditorios bastante diversos, las respuestas se repiten. Casi de un modo inmediato surge la respuesta que podemos llamar «culturalista»: la *Mona Lisa*, de Leonardo da Vinci. Pero, claro, no se trata de eso: información recibida, mero dato historiográfico. No vale, no es suficiente. Hay que ir más allá.

Entonces, *¿qué es esto?* Con un margen de incertidumbre, al haberse cuestionado la suficiencia, la validez por sí mismo, del dato histórico, las respuestas se abren entonces en abanico. Desde un planteamiento mínimo: «una pintura», al intento de ser sutil, que de nuevo encubre lo ya sabido, el registro culturalista: «una sonrisa».

Pero seguimos sin encontrar el hilo de la cuestión. La imagen es una reproducción fotográfica (en diapositiva, o impresa en papel), y eso mismo encierra todo un universo teórico. Ciertamente, se trata de la reproducción de una de las obras más importantes del arte clásico de Occidente: *Retrato de dama*, conocida también como *La Gioconda* o *Mona Lisa*, fechada hacia 1503-1506, y original de Leonardo da Vinci (1452-1519).

Pero lo que vemos no es «la obra», sino una reproducción de la misma. Una reproducción que transmite fielmente la imagen, pero que a la vez altera profundamente las características materiales del soporte original y cambia, distorsiona, determinados elementos de la propia imagen. Sin embargo, lo verdaderamente interesante es que en una primera aproximación la mirada inadvertida no distingue entre «la obra» y «la imagen». Entre *La Gioconda* y una reproducción de *La Gioconda*.

Esto último nos da, por fin, el punto de partida indispensable para poder pensar, hoy, una teoría del arte: vivimos en una cultura de la imagen, en un mundo en el que nuestra experiencia de «las cosas», de todo tipo de cosas, se funde, se superpone, con nuestra experiencia de las imágenes tecnológicamente producidas de «las cosas».

La información «culturalista» acumulada sobre la obra de Leonardo es cuantiosa. Los contemporáneos del gran artista y hombre de ciencia toscano la consideraron ya una obra maestra, que abría además todo un nuevo horizonte de la representación: el retrato en escorzo en tres cuartos. La obra fue seguida e imitada, por ejemplo, ya por Rafael de Sanzio, y después copiada con profusión. Son numerosas las copias pictóricas de la misma, realizadas a lo largo de los siglos XVI, XVII y XVIII, que han llegado hasta nosotros.

Además de ello, y sobre los datos más o menos legendarios de Giorgio Vasari en sus *Vidas*, *La Gioconda* fue propiciando a lo largo del siglo XIX una retórica literaria, una serie de materiales de interpretación, que acabó dotando a la pintura de un halo añadido, de una intensa sobrecarga ideológica. Se trata de un proceso que arranca con la identificación romántica de la imagen con la figura de una mujer ideal, y que culmina en el marco de las poéticas simbolistas y decadentistas con su transformación en una figu-

ra de «mujer fatal». Es en ese momento cuando la obra de Leonardo se percibe como expresión de una mirada hipnotizadora y la famosa sonrisa se equipara a un enigma «indescifrable», el enigma de «lo eterno femenino».

Así que la obra de Leonardo terminó siendo algo más que una pintura. Era una pintura y un mito. O mejor, una obra de arte y un dispositivo mítico abierto, una especie de espejo simbólico, en el que mirarse y ver reflejados los deseos y ansiedades en un determinado momento de nuestra cultura.

Aun así, esa sobrecarga interpretativa, literaria, no explica plenamente la identificación prácticamente automática entre la obra y su reproducción, el reconocimiento inmediato de la imagen, que tiene lugar en nuestros días. Hay ejemplos de muchas otras obras maestras que acumulan numerosos textos e interpretaciones y, sin embargo, no son tan inmediatamente reconocibles por todo tipo de públicos, a diferencia de lo que sucede con *La Gioconda*.

¿Por qué esa imagen nos resulta hoy tan familiar, tan intensamente próxima? El motivo hay que situarlo en un suceso histórico muy concreto: el robo de la tabla de Leonardo, que desapareció del Museo del Louvre, de Pa-



ILUSTRACIÓN n.º 2  
El robo de *La Gioconda*.  
Excelsior, n.º 281, 23 de agosto de 1911.



ILUSTRACIÓN n.º 3  
A. Beltrame: Ilustración sobre el robo de  
*La Gioconda*.  
*La Domenica del Corriere*, n.º 36,  
3-10 de septiembre de 1911.

rís, en agosto de 1911. El hurto desató una auténtica histeria nacionalista, en el agitado clima social y político del momento, cuando se estaba ya gestando lo que sería la Primera Guerra Mundial. Pero lo auténticamente decisivo para nuestra cuestión es que las revistas ilustradas de la época, tanto en Francia como en el extranjero, al relatar la desaparición de la obra, *reprodujeron masivamente*, con mayor o menor fidelidad, *la imagen de la pintura*.

En ese clima, la imagen se hizo sumamente «popular». Para «reparar» la pérdida, las artistas de variedades más conocidas del momento, pero también las más respetadas actrices de teatro clásico y alguna cantante de ópera, fueron fotografiadas, posando como Mona Lisa, peinadas como ella y con ropas más o menos similares.



ILUSTRACIÓN n.º 4  
La artista de variedades Mlle. Mistinguett.  
De la serie: *¡Las Sonrisas que nos quedan!* (*Les Sourires qui nous restent!*).  
Comoedia illustré, 1911.



ILUSTRACIÓN n.º 5  
Mlle. Berthe Boyv, de la Comédie Française.  
De la serie: *¡Las Sonrisas que nos quedan!* (*Les Sourires qui nous restent!*).  
Comoedia illustré, 1911.

De modo casi inmediato, pasó también a las entonces novedosas «tarjetas postales», a veces como expresión de los nuevos tiempos, la veloci-

dad de los nuevos transportes, la rapidez de las comunicaciones, gracias al tendido eléctrico y a la telegrafía.



ILUSTRACIÓN n.º 6 Tarjeta postal, 1911.

Asociada siempre con «lo nuevo» y con la nueva sensibilidad, *se le pierde el respeto* enseguida. Se la presenta, por ejemplo, llevando la entonces reciente «falda corta» (*jupe trotteuse*), y levantándola para mostrar sus piernas, como las chicas «que hacen la calle» (*trotteuses*).



ILUSTRACIÓN n.º 7

O en un tono de burla, abiertamente satírico.



ILUSTRACIÓN n.º 8  
Tarjeta postal, 1911-1913.

Pero no acabó la cosa ahí. En 1914, la obra fue por fin recuperada. El causante del robo había sido un mecánico italiano, al que la policía francesa había interrogado sin éxito, que henchido de nacionalismo quería «devolver» la obra del gran Leonardo al patrimonio de Italia. La tabla había permanecido cerca de tres años debajo de su cama.

La pintura fue, entonces, de nuevo reproducida en todas las publicaciones ilustradas y en tarjetas postales. Fue empleada, *abriendo la vía para*

*la utilización de las obras de arte como reclamo publicitario, para anunciar una empresa de blasones.*

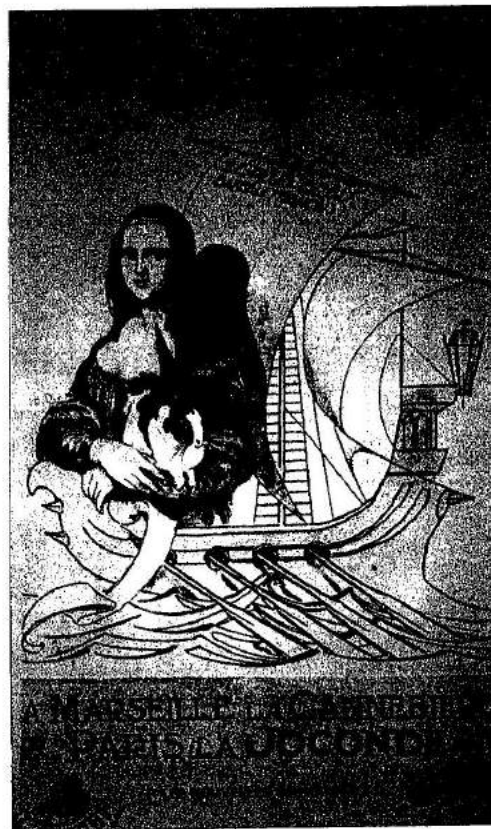


ILUSTRACIÓN n.º 9  
Tarjeta postal, 1914.

O mostrándola, custodiada por la policía, entre el gentío, ante la burla abierta de un personaje que aparece en primer plano, a la derecha de la imagen.



ILUSTRACIÓN n.º 10  
Tarjeta postal, 1914.

Un supuesto Leonardo lleno de desasosiego la conduce en carroza, mitad cuadro, mitad mujer de la época, con bolso de mano incluido, en una interesantísima variante que muestra la misma ilustración en Milán o en París, con los signos que identifican esquemáticamente ambas ciudades el Duomo o la Torre Eiffel.



ILUSTRACIÓN n.º 11  
Y. Polli, tarjetas postales, 1914.

Algo muy importante aparece aquí, en 1914, lo que podríamos llamar la circulación de la imagen: la misma ilustración, con la variante del monumento-signo, que sirve para identificar a ciudades distintas: *la imagen comienza a hacerse global, indistinta, uniforme*. En 1914.

Esta pequeña síntesis, pequeña porque la imagen de Mona Lisa fue reproducida todavía mucho más de lo que he podido mostrar aquí [véanse, por ejemplo, los trabajos sobre esta cuestión de McMullen (1975) y Chastel (1988)], es altamente significativa para comprender el sentido de la transformación del arte en la era de la imagen. Nunca antes una obra de arte había sido reproducida como lo había sido la obra de Leonardo en ese



pequeño lapso de apenas tres años. Por primera vez en la historia de nuestra cultura, una obra artística iba más allá de los canales habituales (¿quiénes visitaban los museos en aquel tiempo...?), más allá del arte, de la literatura y de la llamada «alta cultura» en general, para introducirse en la cadena de las comunicaciones de masas. Desde ese momento, comenzaría un proceso imparable por el que la imagen de Mona Lisa se independizaría de la obra original de Leonardo, explicándose así la inmediata familiaridad que sentimos hoy ante ella. No es exagerado decir que se trata de la obra más reproducida, y por ello más conocida, de todo el patrimonio artístico de Occidente. Familiaridad que, ya en los años del robo, fue acompañada de forma casi inmediata por la pérdida de respeto: en la imaginación popular, la imagen de Mona Lisa había dejado de ser una obra maestra, un objeto venerable pero a la vez distante, para convertirse en algo próximo, cercano. Y esa proximidad, esa cercanía, explica los chistes y las bromas a su costa, algo impensable por el corte entre «alta cultura» y «cultura popular», con las imágenes de las obras de arte en el pasado, antes de que la tecnología hiciera posible la reproducción masiva de las mismas.

Todos esos acontecimientos marcan de forma irreversible la entrada del arte en la era de la reproducción técnica de la imagen. Nada podría ya volver a ser como antes. El arte había entrado en otro territorio, completamente diverso. La entonces emergente vanguardia artística fue consciente del fenómeno de un modo casi inmediato. En ese mismo año de 1914, Kasimir Malevich realiza una pieza en la que pega una imagen de prensa de Mona Lisa, doblemente tachada.



ILUSTRACIÓN n.º 12  
Kasimir Malevich (1878-1935):  
Composición con Mona Lisa (1914).  
(Escrito en la imagen, en ruso: *Eclipse parcial*).  
Óleo y collage sobre lienzo, 62,5 x 49,5 cm.  
Museo Estatal Ruso, San Petersburgo.

Y en la que además inscribe una frase que significa: «Eclipse parcial». La obra de Malevich nos lleva a la percepción de algo que se convertiría en un signo distintivo de la vanguardia artística: el ocaso de la tradición, la necesidad de asumir una ruptura radical en el arte. La imagen de Mona Lisa se había convertido en algo de uso común, «gastado».

No muchos años después, otro gran artista de la vanguardia: Marcel Duchamp realizaría otra intervención igualmente subversiva, aunque en este caso cargada de humor e ironía, en la imagen de Mona Lisa.



ILUSTRACIÓN n.º 13  
Marcel Duchamp (1887-1968): *L.H.O.O.Q.* (1919).  
Ready-made rectificado. Lápiz sobre tarjeta postal, 19,7 x 12,4 cm.

Planteémonos ahora, de nuevo, la pregunta del principio: ¿qué es esto? Las respuestas de mis auditorios suelen en este momento señalar con rapidez «una reproducción» o «una imagen», lo cual indica que todo el recorrido anterior ha tenido su sentido, que ha sido interiorizado. Pero, tras ello, aparece otro tipo de incertidumbre: las respuestas oscilan entre las de quienes ven en la intervención de Duchamp una «obra de arte» porque nos

da «una imagen nueva», y las de aquellos que afirman que a esa simple intervención no se la puede llamar arte.

Conviene, de entrada, tener presentes algunos datos. La imagen reproduce una intervención de Duchamp sobre una reproducción fotográfica de la obra de Leonardo, realizada en 1919. Duchamp pintó con un lápiz en la figura un bigote y una perilla, y en la parte inferior agregó una extraña inscripción, un anagrama: L. H. O. O. Q.

¿Qué quiere decir tal inscripción? En sentido estricto, nada. Pero encierra un pequeño secreto. La pronunciación francesa de esas letras establece una homofonía, un deslizamiento del sonido al sentido, con «*elle a chaud au cul*»: «ella tiene el culo caliente». Es decir, ella, la imagen venerada de la mujer ideal en nuestra tradición artística, Mona Lisa, «está cachonda».

La burla rompe de inmediato todo sentido de respeto hacia una de las imágenes más venerables de nuestra tradición artística, y a la vez pone de manifiesto algo que forma parte de la leyenda de la obra: su intensa carga erótica latente. Pero, lo hemos visto, eso lo habían anticipado ya las propias tarjetas postales en los años del robo del cuadro de Leonardo.

Por otro lado, al pintar el bigote y la perilla, Duchamp transforma una imagen femenina en una figura andrógina, con lo que se alude a la homosexualidad de Leonardo y a su presencia implícita en esta pintura. En este punto, y aunque Duchamp nunca ofreciera ningún dato al respecto, hay que pensar que en su intervención se registra un eco del psicoanálisis freudiano.

En 1910, Sigmund Freud había publicado su estudio *Un recuerdo infantil de Leonardo da Vinci*. A partir de los datos de la biografía de Leonardo que se conocían entonces y de la aplicación del método psicoanalítico en la interpretación de sus obras, Freud pretendía con su trabajo nada más y nada menos que «demostrar científicamente la homosexualidad» de Leonardo.

Independientemente de lo discutible de un planteamiento tal, que mezcla no siempre con la debida fortuna vida y obra, y de los errores de todo tipo que jalonan su análisis, el libro de Freud introdujo un nuevo tipo de acercamiento a la obra de Leonardo y, como consecuencia, comenzó a hablarse del carácter «asexuado» y andrógino de *La Gioconda*, indicio supuestamente de las tendencias homosexuales de Da Vinci.

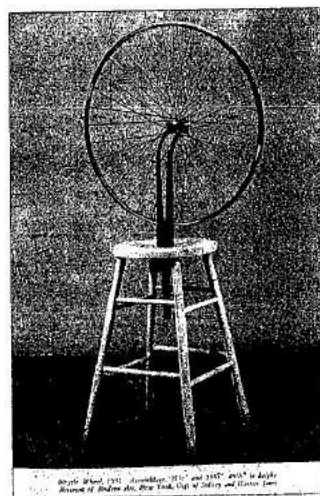
El estudio de Freud fue traducido al inglés precisamente en 1919. Marcel Duchamp estaba en ese momento en Nueva York, por lo que cabe pensar quizás no tanto que hubiera leído el propio texto de Freud, como que probablemente hubiera tenido noticia de sus teorías a través de los medios de comunicación y/o de los comentarios en los ambientes artísticos e intelectuales que frecuentaba.

Ya con todos estos datos, preguntémonos de nuevo: ¿qué es esto? ¿Qué es L. H. O. O. Q.? No es, desde luego, una «obra de arte» en el sentido habitual del término: en ella falta el aspecto de «producción» o «realización» en un sentido físico, material, lo que los antiguos griegos llamaron *poiesis*

y la tradición clásica desde el Renacimiento tradujo como «creación». L. H. O. O. Q. es una intervención sobre un soporte material ya hecho, una modificación de ese soporte. Utilizando una expresión del inglés americano, Duchamp acuñó para ésta y otras intervenciones suyas de carácter similar el término «*ready-made*», que tiene justamente el sentido de algo «ya hecho», listo, disponible.

Se trata, en este caso, de una intervención sobre una tarjeta postal, sobre una reproducción fotográfica, pero el ámbito de los *ready-mades* se extiende a todo el universo de objetos manufacturados, producidos en serie, por la aplicación de la tecnología moderna.

En 1913, Duchamp había acoplado en su estudio una rueda de bicicleta, con el eje invertido, sobre el asiento de un taburete de cocina. En ese acoplamiento los dos objetos pierden su función original: la rueda no puede deslizarse sobre una superficie, ya no es posible sentarse en el taburete.



Marcel Duchamp, 1913. *Rueda de bicicleta*. 1913. 1913. 1913. 1913.

ILUSTRACIÓN n.º 14  
Marcel Duchamp: *Rueda de bicicleta* (1913).  
*Ready-made* con la rueda fijada en un taburete y la horquilla hacia abajo.  
3.ª versión, 1951.



Al año siguiente, Duchamp añade tres toques de color en una lámina que reproduce un paisaje, y le da como título *Farmacia*.



ILUSTRACIÓN n.º 15

Marcel Duchamp: *Farmacia* (*Pharmacie*) (1914).

*Ready-made* rectificado, 26,2 x 19,2 cm. Colección privada, Nueva York.

Los colores añadidos son los que distinguían en la Francia de entonces a las farmacias, con lo que se introducía una llamada de atención sobre el carácter convencional de la imagen, a la que se trata como un signo, igual que al lenguaje. En la reproducción de un paisaje, un ojo moderno «lee» farmacia, si en dicho paisaje se introducen los colores con los que asociamos habitualmente este tipo de tiendas.

También ese mismo año de 1914, Duchamp adquiere un secador de botellas de uso industrial, otro *ready-made*, que se conoce con los nombres de *Erizo*, *Porta-botellas* o *Secador de botellas*.

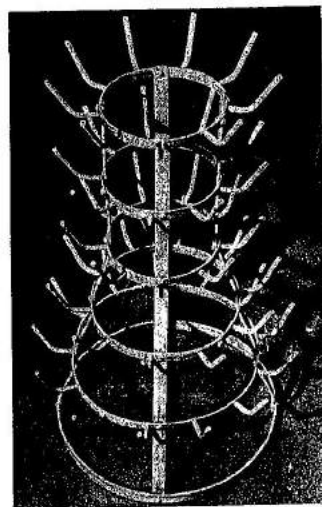


ILUSTRACIÓN n.º 16

Marcel Duchamp: *Porta-botellas*, o *Secador de botellas*, o *Erizo* (*Portebouteilles, ou Séchoir de bouteilles, ou Hérisson*) (1914). *Ready-made*, original perdido.

Después vendrían muchos otros, entre ellos *L. H. O. O. Q.* En los manuales de arte contemporáneo, para decir qué son los *ready-mades* es habitual repetir la fórmula que empleó André Breton en *Faro de la Novia* (1934): «objetos manufacturados promovidos a la dignidad de objetos de arte por la elección del artista» (Breton, 1965, 87), recogida luego también en el *Diccionario abreviado del surrealismo* (1938). Una caracterización que da pie a pensar en una expansión arbitraria e indeterminada de lo que puede ser artístico, tomando como punto de apoyo simplemente «el nombre» o «la fama» de un creador. La verdad es que, en términos generales, la intención de Duchamp se dirigía, precisamente, en el sentido opuesto: el del cuestionamiento del autor, siendo alguien que no creía «en la función creadora del artista», como le diría a Pierre Cabanne (1967, 17).

Los *ready-mades* son, ante todo, un signo de la expansión de la tecnología en la vida moderna. Y, en ese sentido, un índice de la pérdida de la jerarquía y exclusividad tradicional del arte en el proceso de producción de imágenes y, a la vez, la expresión de una toma de consciencia del esfuerzo creativo necesario para la realización de cualquier «prototipo» para el diseño de un objeto, no menor que el que realiza un artista.

Los *ready-mades* son objetos «ya hechos», «disponibles», y Duchamp insistiría en que, al menos en parte, en toda actuación artística hay igualmente una dimensión de acoplamiento, de utilización de materiales ya dados. Con ello se socava la concepción tradicional de la actividad artística como una «creación» de la nada, con todo su trasfondo idealista y religioso.

Al eliminar la finalidad práctica o material de los objetos, al sacarlos de su contexto habitual, se propicia la consideración estética de los mismos, no en un sentido ornamental o sensible, sino en un sentido básicamente conceptual. Duchamp insistió siempre en que la dimensión material de los *ready-mades* era irrelevante y en que lo decisivo era su *idea*. De ahí su presentación inmaterial como sombras proyectadas, y también que con ellos no pueda plantearse la cuestión de «un» original: viven, como concepto, como idea, en el universo de la reproducción técnica.

Duchamp estableció y mantuvo cuidadosamente a lo largo de toda su vida la proximidad y la diferencia entre las obras de arte, a las suyas le gustaba llamarlas «cosas», y los *ready-mades*. Las primeras implican un «hacer», los segundos la apropiación de una idea. El *ready-made* está originariamente destinado a una función utilitaria, de la que puede emanciparse conceptualmente, estéticamente. Mientras que la obra de arte resulta destruida si, en sentido recíproco, se la emplea como un mero útil. Eso es lo que expresa la sugestiva paradoja del (imaginado) *ready made* recíproco, de la que hablaría en 1961 [en: «A propósito de los *Ready-mades*»]: «Otra vez, queriendo subrayar la antinomia fundamental que existe entre el arte y los *ready-mades*, imaginé un «*ready-made* recíproco» (*Reciprocal ready-made*): utilizar un Rembrandt como tabla de planchar!» (Duchamp, 1975, 164).

Volveremos a hablar de los *ready-mades*. Pero, por el momento, continuando con nuestra argumentación, lo que me interesa destacar es que la intervención de Duchamp sobre la imagen de Mona Lisa sólo es posible en el universo de la reproducción técnica de la imagen, en el contexto de la cultura de masas. En ese contexto, las imágenes: del arte o de cualquier otro segmento de la realidad, están disponibles, con una sobreabundancia que ha llegado a ser desmesurada. Y lo mismo cabe decir de la «información»: no hace falta ser un psicoanalista experto para haber oído hablar de las teorías de Freud sobre la homosexualidad de Leonardo: es una información *ready made*, disponible prácticamente para cualquiera en nuestro mundo.

Esto supone que tanto los soportes, los materiales, o los temas y motivos, del arte no son ya algo delimitado, cerrado, dentro de un marco de

especialización, como sucedía en el pasado. Ahora son materiales, soportes, temas y motivos, *de uso común en la cultura de masas*, dentro y fuera del arte.

Por otro lado, como avanzaba ya antes, sólo la reproducción hace posible la intervención sobre la imagen de Mona Lisa: la intervención sobre la obra original, la destruye. Eso es lo que sucedería si, por ejemplo, «utilizamos un Rembrandt como tabla de planchar». En cambio, al estar disponible gracias a la reproducción es factible cuestionar la imagen, intentar superponer en ella otras dimensiones visuales o estéticas que, a la vez, establecen un juego dialéctico con la imagen original.

Lo que esto implica es una dinámica de *autonomía de las imágenes* respecto a sus soportes sensibles, materiales, que constituye algo absolutamente central para una teoría del arte en nuestro tiempo. Una y muchas Mona Lisas circulan, van y vienen sin cesar, en la cadena de la cultura de masas. De la publicidad y el consumo, al universo de la comunicación y el arte, en un círculo continuo, sin ruptura.

Eso es lo que puso de manifiesto Andy Warhol, en la estela de Duchamp.



ILUSTRACIÓN n.º 17  
Andy Warhol (1928-1987): *Mona Lisa Doble* (*Double Mona Lisa*) (1963).  
Acrílico sobre lienzo, 72,4 x 94,3 cm. Col. Menil, Houston.

La imagen se desdobra, fragmenta y distorsiona. Además, el referente no es ya la obra de Leonardo, sino su reproducción en los medios, en la prensa o en la televisión. El arte experimenta una ósmosis total con *el diseño, la publicidad y los medios de comunicación*, las tres grandes vías de experiencia estética resultantes de la expansión de la tecnología, que configuran en todos sus planos la vida cotidiana en las sociedades de masas.

La imagen se multiplica: ¿por qué contentarse con una, con dos, o incluso con cuatro?

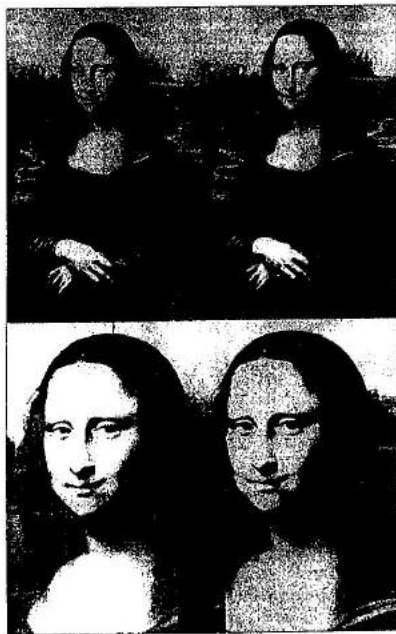


ILUSTRACIÓN n.º 18

Andy Warhol: *Cuatro Mona Lisas*  
(*Four Mona Lisas*) (1963).

Acrílico sobre pintura de polímero sintético sobre lienzo, 112 x 74 cm.  
The Metropolitan Museum of Art, Nueva York.

Como nos hace ver Andy Warhol, en el mundo de hoy «todos queremos más», y por eso *Treinta son mejor que una*.

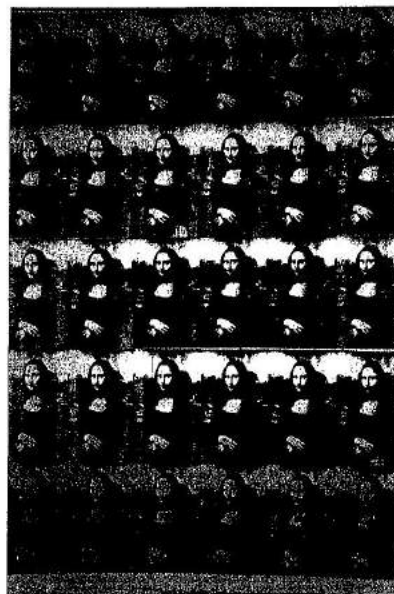


ILUSTRACIÓN n.º 19

Andy Warhol: *Treinta son mejor que una* (*Thirty Are Better Than One*) (1963).  
Acrílico sobre pintura de polímero sintético sobre lienzo, 279,4 x 240 cm. Col. particular.

El arte ha sido siempre objeto de deseo, de posesión. Pero esa posesión estaba al alcance sólo de los muy poderosos, o de los poderes públicos de distinto signo que permitían un cierto disfrute común de las obras. Pero ahora la reproducción pone al alcance de cualquiera *la imagen* de las obras, y con ello convierte el arte, así como todos los bienes de cultura en general, en objeto de consumo masivo. Advertimos, también aquí, la presencia de ese *hombre unidimensional*, del que habló Herbert Marcuse (1964), la

irradiación del consumismo en la esfera de las artes, que conlleva una importante modificación cualitativa de las mismas.

Todos queremos apropiarnos de *la imagen*: la postal, el cartel, la pequeña reproducción en miniatura, el libro o el catálogo, el vídeo, el CD (de audio o vídeo), son los signos de esa voluntad de acercamiento de las masas al arte, a la que ya se refirió Walter Benjamin. Del «deseo de palpar», del que habló T. W. Adorno. El arte forma parte de *la cadena generalizada de consumo*, característica de las sociedades de masas.

Esto explica que, en mayor o menor medida, el arte adopte algunas de las estrategias de la cadena de comunicación y consumo: ha de hacerse notar, llamar la atención. Y cuando las estrategias de la publicidad, de los medios y de la industria del entretenimiento en todas sus vertientes, son tan intensas y sofisticadas, el arte recurre no sólo a lo sutil, sino a veces también a lo escandaloso, utilizando por contaminación prácticas y procedimientos directamente tomados de esas estrategias.

Hace apenas unos años, una exposición con cuerpos humanos recorrió distintas ciudades alemanas, llamando la atención de los medios de comunicación, que se ocuparon con gran profusión de la muestra. El aspecto de los cuerpos es similar al plástico o a cualquier otro preparado sintético. Pero hay en ellos algo inquietante. Órganos, músculos y tejidos se muestran desnudos y en seguida pensamos en las imágenes, de dos o de tres dimensiones, que se utilizan en los estudios de medicina.



ILUSTRACIÓN n.º 20

Cadáver tratado con el método de la «plastinación», del doctor Gunther von Hagens (1997).

Pero esta vez no son simplemente «imágenes», ni productos artificiales. Son cuerpos humanos reales. Cadáveres sometidos a la «plastinación», un método nuevo de tratamiento de los preparados biológicos descubierto en 1977 por Gunther von Hagens, el promotor de la exposición.



ILUSTRACIÓN n.º 21

El doctor Gunther von Hagens mostrando uno de sus cadáveres «preparados» sobre la mesa de disección (1997).

Este médico anatomista alemán, después de diecisiete años de investigación en la Universidad de Heidelberg, fundó en 1994 una empresa de alta tecnología aplicada a los estudios anatómicos que pronto dio millones de marcos de beneficio. La «plastinación» se emplea hoy en más de doscientos centros de investigación en todo el mundo.

Pero esos cuerpos sin vida, en nuestra imaginación tan próximos y lejanos a la vez a las momias egipcias, que fuera de su contexto ritual originario contemplamos hoy como «obras de arte», han salido de las asépticas salas de investigación médica para convertirse en «objetos» expuestos al público.

El cuerpo abierto de lo que fue una mujer embarazada nos muestra sus entrañas, en una imagen que nos lleva a los efectos especiales del cine de ciencia ficción o de terror. Pero ella resulta mucho más inquietante: sabemos que es «de verdad», no una ilusión. Lo que estamos mirando es la muerte desnuda, su efecto congelado en el tiempo sobre lo que fueron cuerpos dotados de vida.

¿Es esto «arte»? En principio, no. No tiene nada que ver: la «plastinación» es una técnica desarrollada y aplicada en el terreno de los estudios anatómicos. Pero lo que nos perturba es su presentación fuera del marco de privacidad o silencio profesional que rodea siempre a la utilización del cuerpo humano en medicina. Aunque se trate de cadáveres.

Sin embargo, para cualquier persona mínimamente familiarizada con el arte contemporáneo resulta difícil no percibir una cierta semejanza entre este doctor Von Hagens, con su sombrero, y la imagen pública de «artista», con sus sombreros y chalecos, que a lo largo de su vida construyó uno de las más grandes figuras del arte del siglo XX, Joseph Beuys.

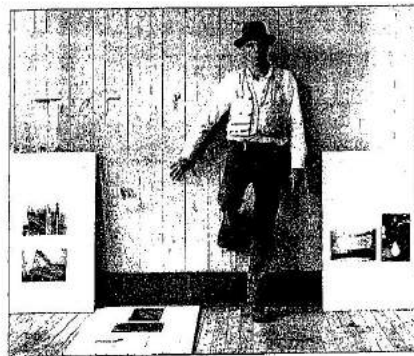


ILUSTRACIÓN n.º 22  
Joseph Beuys en la exposición «Strategy: Get Arts» [«Estrategia: Consigue Artes»],  
Edimburgo (1970).

No resulta muy aventurado pensar que el doctor Von Hagens esté explotando una presentación pública de su figura que se aproxime a la de «un artista», para así conseguir un mayor impacto publicístico y mediático de sus exposiciones. ¿Estamos ante «un artista de la anatomía»? Los medios de comunicación dudan, en efecto, y se preguntan si «esto es arte», exten-

diendo subliminalmente entre el público masivo la idea de que «no hay límites», o de que hoy puede ser arte «cualquier cosa».

Independientemente del caso de Von Hagens, la ruptura de la limitación del acceso a la contemplación de cuerpos y cadáveres a los no profesionales constituye una tendencia, característica de la sensibilidad cada vez más exacerbada en las actuales sociedades de masas. Las exposiciones que rastrean la historia de los estudios de anatomía, estableciendo los contactos y aproximaciones entre la medicina y el arte, con el ejemplo destacado de Leonardo da Vinci, han sido relativamente frecuentes en los últimos tiempos. Y el público las visita sin que haya mayor problema, entre la curiosidad morbosa y la sorpresa.

El cadáver literalmente «laminado»: seccionado en finísimas láminas fijadas digitalmente y disponible en Internet para cualquier proceso de lo que podríamos llamar «dissección virtual», sería otro síntoma de la creciente disponibilidad pública de lo que anteriormente estaba reservado de forma exclusiva a los profesionales de la medicina. La «página» del proyecto en la red [«The NPAC Visible Human Viewer», algo así como «El espectador del humano visible NPAC»] había recibido 401.845 visitas hasta el 24 de enero de 1998. En una nueva visita a la página, el 28 de agosto de 2001, ese dato no se facilita. Pero, en cambio, hay ya versiones en francés y en castellano de la misma.

Podría pensarse también que las exposiciones de cadáveres «plastinados» de Von Hagens son una especie de actualización de esas barracas de feria en las que se mostraban como «prodigios de la naturaleza» seres monstruosos o deformes, de la «mujer barbuda» al «hombre elefante». Eso sí, en este caso, «la ciencia», la medicina, está detrás.

A la vez, el nombre de la técnica: «plastinación» y el aspecto «plástico» de los cadáveres tratados con ella, parecen indicar una cierta voluntad artística. O quizás, para ser más precisos, una voluntad de presentación «estética» de los inertes materiales de estudio de la anatomía, y una apropiación de la imagen pública actual del arte con vistas a favorecer una recepción estética por parte del público. En último término, una coartada para no hacer manifiesta la dimensión voyeurista y morbosa implícita en exposiciones de este tipo.

No cabe duda, por otra parte, de que la frontera entre medicina y arte en la representación del cuerpo humano es bastante sutil. Por ejemplo: ¿hasta dónde llega lo artístico y dónde se sitúa específicamente el interés médico en los dibujos anatómicos de Leonardo da Vinci?

Pero los cadáveres «plastinados» resultan más inquietantes. No son ya sólo «representación», sabemos que son «de verdad». Y los sentimos muy cerca de otras manifestaciones, éstas sí plenamente encuadradas en el terreno de las instituciones artísticas, en las que cuerpos reales, también «de verdad», sustituyen al cuadro o la escultura tradicionales.

Una exposición de cuarenta y dos jóvenes artistas británicos de la colección del publicitario Charles Saatchi, celebrada en la Royal Academy de Londres entre septiembre y diciembre de 1997, ocasionó un auténtico revuelo y escándalo en los medios de comunicación ingleses e internacionales, llegando a producir incluso algún eco polémico en la prensa de nuestro propio país. Con el nombre de «Sensations», la muestra de Londres tenía desde luego numerosos elementos para convertirse en un escándalo público, en un auténtico alegato para cualquier pretensión bien pensante de asociación del arte de nuestro tiempo con el «buen gusto».

En la exposición había también piezas, sobre soportes muy distintos, que podemos considerar «normales». Pero la atención inmediata de los medios de comunicación, y las consiguientes polémicas, se centraron de modo prácticamente exclusivo en aquellas propuestas caracterizadas por sus aspectos morbosos.

La presentación de *Myra*, un retrato de Marcus Harvey basado en una conocida foto policial de una famosa criminal inglesa de los años sesenta, condenada junto a su novio por colaborar en el asesinato de al menos diez niños, estuvo a punto de ser prohibida. *Aceleración zigónica* (*Zygotic acceleration*), de los hermanos Jake y Dinos Chapman: un círculo de maniquíes de niñas deformes con narices como penes, se expuso en una sala a la que sólo podían acceder los mayores de dieciocho años. Chris Ofili mostraba en un collage una Virgen María negra, que incluía recortes de revistas pornográficas. *Autorretrato*, una escultura de Marc Queen, tenía como material la sangre refrigerada del propio autor.

Sin embargo, entre todos los autores presentes en la muestra el que más controversias despertó es Damien Hirst, que se ha ganado a pulso la consideración de *enfant terrible* del arte británico actual, y cuyas obras «adornan» el restaurante *Quo Vadis*, en el Soho londinense.

Nacido en Leeds en 1965, Hirst saltó de un modo inmediato al primer plano de la «escena artística» con su exposición de 1991-1992 en el Instituto de Arte Contemporáneo de Londres. Aparte de cuadros más bien convencionales contruidos con alineaciones de grandes puntos de color, lo más característico de su trabajo son instalaciones con cuerpos o fragmentos de cuerpos animales, disecados o tratados químicamente. En bastantes de sus piezas, los cuerpos o trozos están suspendidos en una solución de formaldehído, lo que llamamos comúnmente «formol» y que, como es sabido, se utiliza para la conservación de los cadáveres.

Hirst llama «esculturas» a los cuerpos tratados por él y suele dar a sus instalaciones largos títulos de vagas reminiscencias filosóficas. En 1994, la revista *Esquire* le ofreció un espacio de seis páginas, en el que mostró la cabeza de un cerdo cortada en dos mitades. Ese mismo año, su obra *Pareja muerta follando dos veces*, integrada por los cadáveres descompuestos de un toro y una vaca copulando flotantes en agua, fue prohi-

bida por las autoridades de Nueva York, en una de cuyas galerías iba a presentarse.

Al año siguiente, recibiría uno de los galardones artísticos más prestigiosos de Inglaterra, el premio Turner, por *Madre e hijo divididos* (*Mother and Child Divided*, 1993), una pieza con una vaca y un ternero partidos por la mitad y suspendidos en formol.

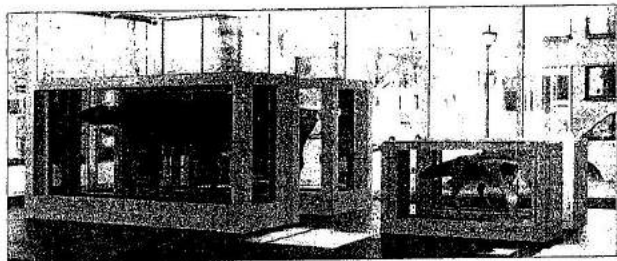


ILUSTRACIÓN n.º 23

Damien Hirst (nac. 1965): *Madre e hijo divididos* (*Mother and Child Divided*, 1993).

En la exposición de la Royal Academy presentó *Cierto confort obtenido de la aceptación de las mentiras inherentes a todo* (*Some Comfort Gained from the Acceptance of the Inherent Lies in Everything*, 1996), una instalación realizada con dos cuerpos de vaca cortados en doce segmentos, reagrupados después de forma desarticulada y flotantes en tanques llenos de formol.



ILUSTRACIÓN n.º 24

Damien Hirst: *Cierto confort obtenido de la aceptación de las mentiras inherentes a todo* (*Some Comfort Gained from the Acceptance of the Inherent Lies in Everything*, 1996).



Presentó también otra pieza con una oveja disecada, y otra con un tiburón flotante que tiene como título *La imposibilidad física de la muerte en la mente de alguien vivo* (*The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living*, 1991).

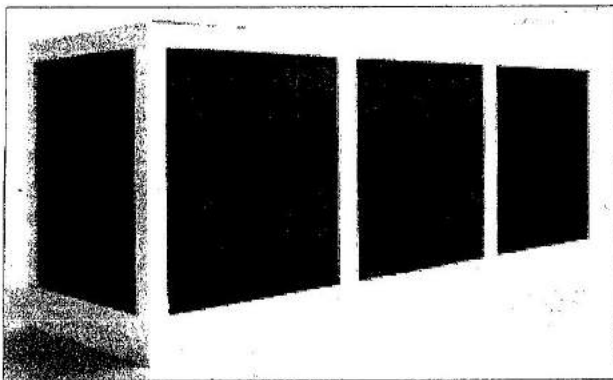


ILUSTRACIÓN n.º 25

Damien Hirst: *La imposibilidad física de la muerte en la mente de alguien vivo* (*The Physical Impossibility of Death in the Mind of Someone Living*, 1991).

Es bastante difícil sustraerse, en una primera impresión, a la idea de que Hirst es un provocador, un oportunista que juega con la prima de celebridad que nuestra sociedad otorga de modo casi inmediato a lo escandaloso. Pero intentemos ir un poco más al fondo de las cosas.

Según el propio Hirst, con su intervención, más arriba mencionada, en *Esquire* buscaba producir una cierta revulsión y que ésta se transmitiera a las páginas siguientes «y a todas esas chicas con las que quieres tener sexo pero que no existen». Buscaba hacer pensar, inducir a «cuestionar las imágenes. La responsabilidad es del espectador». Es decir: hay una voluntad explícita de despertar una sensibilidad cada vez más adormecida ante todo tipo de imágenes, por muy duras o impresionantes que éstas sean.

Otro aspecto a considerar es el proceso de producción de las piezas. Ante ellas, de entrada, nos sentimos entre la repugnancia y el desconcier-

to, a años luz de todos los tópicos pseudorománticos acumulados sobre «la creación» artística. Pero conviene tener en cuenta el tipo de «esfuerzo creativo» que las obras de Hirst requieren, muy cerca de la entrega «en cuerpo y alma» de todo artista a su trabajo.

Hirst utiliza siempre cuerpos ya muertos. Para la obra del tiburón, insertó diversos anuncios en la prensa australiana solicitando un tiburón muerto. En otros casos, por ejemplo las vacas, un especialista se encarga de cortar primero y luego volver a reunir las áreas óseas duras, como la cabeza, el esternón y la pelvis. Luego mantiene congelado el cuerpo durante más de dos días.

«Entonces —relata Hirst— nos lo entrega en el estudio, donde empieza el trabajo sucio: tenemos que inyectarle constantemente durante cerca de una semana (antes de que se pudra) en un tanque del tamaño de una piscina de formaldehído, llevando trajes sépticos y máscaras. Tenemos que extraer toda la mierda de su estómago. El líquido se ha vuelto marrón y estamos hasta nuestras rodillas en él.» Bueno. No cabe duda de que hace falta «estómago».

Pero, una vez más: ¿esto es arte...? La respuesta no es nada sencilla. Comencemos por observar que, aunque es habitual creer que «sabemos» lo que es «arte», la verdad es que lo que se ha entendido por «arte» a lo largo de la historia de nuestra cultura, y sobre todo su intencionalidad y sus límites, son algo sumamente cambiante. Cada época, cada situación específica de cultura, ha entendido como «arte» cosas muy diversas.

En el terreno de las artes plásticas la opinión común sigue considerando «arte» fundamentalmente los géneros o disciplinas clásicas: pintura, escultura, arquitectura. Pero la proliferación de procedimientos de producción de imágenes característica de nuestro siglo: fotografía, diseño, publicidad, medios de comunicación, cine, cómic, vídeo, técnica digital... han transformado profundamente y desde hace ya bastante tiempo esa situación.

Eso sí, sin que esto tenga que significar la «desaparición» de la pintura o la escultura, aunque sí la transformación de su *status* artístico, y en mi opinión no en una línea de pérdida de importancia, sino todo lo contrario hacia una vitalidad renovada por su radicalidad estética profunda.

El territorio de las artes plásticas de nuestro tiempo ha dejado de ser, insisto: y no recientemente, un universo «ordenado», reproducible en un mapa estable y tranquilizador. Es, por el contrario, una superficie mestiza, resultado de las inevitables hibridaciones que conlleva la superposición de distintos soportes y técnicas. Algo, además, que revela la continuidad y comunicación del arte con la cultura de nuestro siglo, también intrínsecamente mestiza y pluralista.

En esa situación intensamente fluida los elementos de provocación y escándalo en el arte han estado ya presentes desde hace mucho, y no son

desde luego cosa de ahora mismo. Pensemos en algunos ejemplos, entre otros muchos posibles.

El gran artista conceptual Piero Manzoni, que moriría en febrero de 1963 sin llegar a cumplir los treinta años, formuló una de las críticas más radicales a la valoración de las obras de arte en función del aprecio mercantil de la firma del artista. En mayo de 1961 produjo una serie de noventa latas de conserva, de noventa gramos cada una, de *mierda de artista* conservada al natural. Cada lata se vendía al peso, según la cotización diaria del oro.



ILUSTRACIÓN n.º 26

Piero Manzoni (1934-1963): *Mierda de artista n.º 47* (*Merde d'Artiste* N.º 47, mayo de 1961). Lata de metal. 5 cm alt.; 6,5 cm diám.

También en 1961 realiza su proyecto «Esculturas vivientes»: personas sobre las que coloca su firma. En un texto de 1962, Manzoni escribió: «En 1959 había pensado exponer personas vivas (en cambio, quería encerrar y

conservar en bloques de plástico transparente personas muertas). En 1961 he empezado a firmar personas, para exponerlas. De estas obras extendo un certificado de autenticidad.»

La idea de «encerrar» a personas en bloques de plástico transparente, utilizando fotografías de gran formato, sería desarrollada con una gran fuerza y originalidad estética por el artista español Darío Villalba en su serie de «encapsulados», por la que recibiría el Gran Premio de la Bienal Internacional de São Paulo.

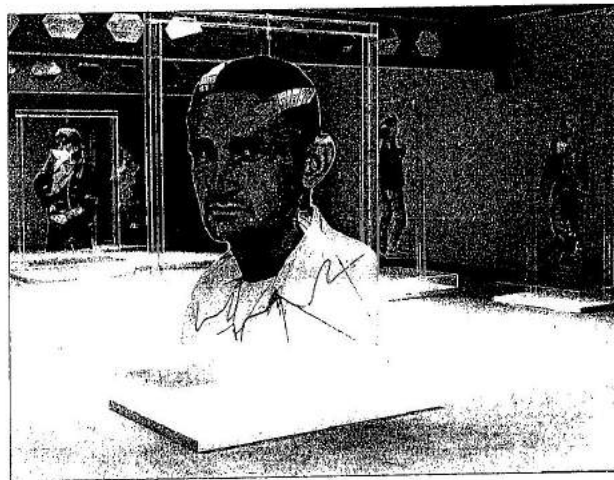


ILUSTRACIÓN n.º 27

Darío Villalba [nac. 1939]: *Crisálidas-Encapsulaciones*. Objetos tridimensionales. Instalación en la Galería Vandrés, Madrid, 1974.

El artista griego afincado en Italia Jannis Kounellis, uno de los nombres más destacados del *arte povera*, también ha empleado como soporte artístico el cuerpo humano en diversas «acciones». Pero además ha utili-

zados animales, no muertos sino vivos, en algunas obras con el consiguiente escándalo público. En 1969, presentó en Roma una instalación con doce caballos vivos.

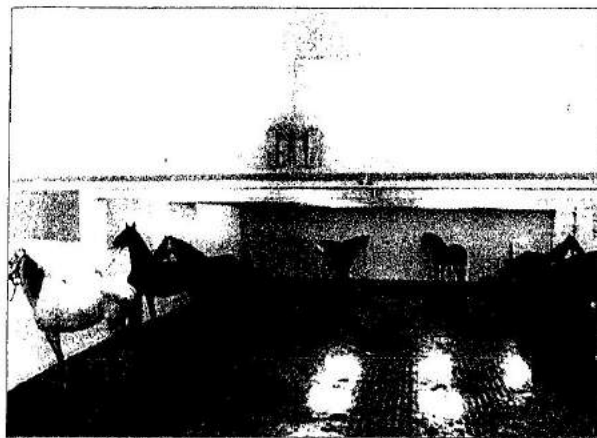


ILUSTRACIÓN n.º 28  
Jannis Kounellis (nac. 1936): *Sin título* (1969).  
Doce caballos vivos. Medidas variables.  
Instalación en la Galería L'Attico, Roma, 1969.

En 1974, en otra propuesta también en Roma, Kounellis situó a un grupo de cuervos sobre barras de hierro. Ya en 1967 había realizado otra instalación, llamada *Sin título*, como las dos anteriores, en la que cuatro receptáculos de hierro con tierra y cactus se contraponían a un panel de hierro barnizado con una percha en la que colocó a un papagayo vivo. Cuando la pieza fue reproducida en noviembre de 1996 en la exposición antológica de Kounellis en el Museo Reina Sofía de Madrid, las protestas de un grupo ecologista no determinado llevaron a la retirada del papagayo en contra de la propuesta inicial del artista que, sin embargo, aceptó que así se hiciera.

Finalmente, podemos también recordar que Joseph Beuys utilizó un caballo vivo y una liebre muerta en dos de sus acciones, y que durante el desarrollo de otra: *América me gusta y yo le gusto a América* (*I like Ameri-*

*ca and America likes me*), convivió durante tres días con un coyote salvaje, el animal sagrado de los indios americanos, en una sala de una galería de arte de Nueva York.



ILUSTRACIÓN n.º 29  
Joseph Beuys (1921-1986): *América me gusta y yo le gusto a América*  
(*I like America and America likes me*).  
Galería René Block, Nueva York, 23-25 de mayo de 1974.

Beuys tenía una relación amistosa y solidaria con los animales. Como nexo evolutivo entre la planta y el ser humano, consideraba que se habían sacrificado por la evolución de la persona. Les daba un sentido sacro, como mediadores, identificándolos con los ángeles: «Los animales también son en sí y para sí seres angélicos. Esto habla de un reino por encima de la persona, de una dimensión espiritual contenida en la propia persona.» De este modo, los animales desempeñan en Beuys el papel de elementos espirituales, en coherencia con su concepción del arte como una forma de retorno a lo sagrado, algo perdido en el mundo laico.

La utilización del cuerpo de los propios artistas, o de sus fluidos: sangre, espermatozoides..., no resulta extraña en el arte de nuestro siglo. Pero ¿por qué? ¿Cuáles podrían ser los motivos de ello, además de la obsesión por el cuerpo animal, vivo o muerto?

Naturalmente, los motivos son sumamente complejos, con determinaciones distintas en cada caso. Pero algunas observaciones pueden arrojar

cierta luz, en un sentido general. En primer lugar, habría que señalar que la pérdida de la «exclusividad» en el proceso de producción de imágenes de la pintura y la escultura, que venimos siguiendo como hilo de la argumentación, está sin duda en la raíz de los intentos de recuperar *la vida, lo irreproducible tecnológicamente*, como un componente central del arte.

Ya he señalado que, en mi opinión, el primer gran artista plenamente consciente de lo que el nuevo proceso técnico iba a ocasionar en el arte fue Marcel Duchamp. Como hemos visto, su intervención sobre la imagen de Mona Lisa suponía despojar del halo de solemnidad que la había rodeado durante siglos a una de las obras más venerables de la tradición clásica. El arte se convertía en algo mucho más próximo, manipulable.

Ya antes, en 1917, utilizando la firma R. Mutt, Duchamp había presentado como escultura en el Salón de la Sociedad de Artistas Independientes en Nueva York, de cuyo jurado él mismo formaba parte, un *urinario* de los utilizados en los lavabos públicos masculinos con el título *Fuente (Fontaine)*.

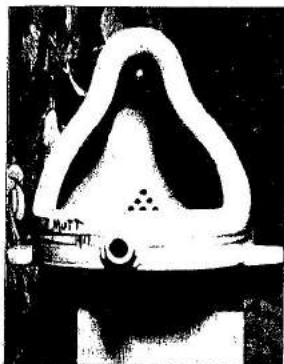


ILUSTRACIÓN n.º 30  
Marcel Duchamp: *Fuente (Fontaine)* (1917).  
*Ready-made*. Foto del original, hoy  
perdido, por Alfred Stieglitz.

No es que la pieza fuera rechazada, como a veces se ha dicho. Produjo tal embrazo que fue ocultada cuidadosamente en un rincón. Pero, eso sí, Duchamp dimitió como acto de protesta, haciendo que lo ocurrido transcendiera públicamente.

Lo que Duchamp abrió, ¡ya desde la segunda década del siglo XXI, es una nueva libertad, sin límites prefijados, en las propuestas artísticas. Que es lo que se ha ido ejerciendo y ampliando cada vez más, desde las sensibilidades más diversas, a lo largo de todo el siglo que acaba de terminar.

En Duchamp predominaba el humor y la ironía, pero otros artistas intentaron e intentan *hacer presente la vida en el arte* como una forma de reactualización del *ritual*, de la *ceremonia*, como eje de sus propuestas. Es sobre todo con ese tipo de sensibilidad con la que enlaza la utilización del cuerpo, humano o animal, vivo o muerto, en obras y acciones del arte de nuestro tiempo.

Hay que tener en cuenta que, más allá del primer choque, la utilización de los animales busca en no pocas ocasiones producir en el espectador la toma de consciencia del trato cruel o indiferente, y casi siempre instrumental, que normalmente les damos. Y también de su proximidad al ser humano en el universo de las sensaciones, el dolor y la muerte. Ya Nietzsche habló del «animal de fondo» que hay en todos nosotros. Y prácticamente en todas las culturas humanas las figuras de los animales se utilizan para representar simbólicamente emociones, sentimientos y conceptos enteramente *humanos*.

Si bien, en ciertas ocasiones, la ausencia de sentido del humor y la sobrecarga de solemnidad de algunas obras recientes implica una auténtica pérdida y puede ser considerado un síntoma más de la presencia obsesiva de la muerte, de lo tanático, en nuestra cultura. Un síntoma, en definitiva, del intenso narcisismo latente en las sociedades contemporáneas.

En cualquier caso, lo que es nuevo en el arte más reciente es la utilización no ya de las figuras, sino de los animales mismos, vivos o muertos. ¿Por qué? En mi opinión, más que por otro motivo, ante todo por la voluntad de eliminar la diferencia entre «realidad» y «representación», algo que daría al arte un punto de diferencia frente a la envolvente e incesante reproducción tecnológica de imágenes característica de las sociedades de masas. Refiriéndose al tiburón en el tanque con formol, Damien Hirst señala: «No quería un modelo o dibujo de un tiburón, quería la cosa de verdad. Quería que la gente pensara "Esa jodida cosa podría comerme."»

Pero después de todo este recorrido la pregunta retorna: ¿es esto arte...? En principio, aquellas propuestas planteadas en el marco de la «institución arte», tal y como ésta se configura en nuestro tiempo, forman parte del arte. Otra cuestión diferente es su mayor o menor calidad.

Y, en este punto, lo decisivo es no dejarse llevar por lo que con tanta frecuencia de un modo autoritario se nos transmite desde la institución o desde los medios de comunicación. Un rasgo característico de la sensibilidad moderna es precisamente el desarrollo y ejercicio de la capacidad de juzgar, de la capacidad crítica.

Debemos saber ejercerla con independencia. Los artistas de nuestro tiempo se dirigen a un público activo, no a meros «contempladores» pasivos. Y precisamente la configuración de lo que podemos llamar un «nuevo espectador» es uno de los elementos que de forma más importante interviene en el perfil del arte de nuestro tiempo. Sobre ello volveré más adelante en este libro.

Pero en ese proceso de recepción crítica resulta decisivo saberse desembarazar de los prejuicios, de las actitudes dogmáticas. Desde sus inicios, el arte moderno, el arte de nuestro tiempo, se caracteriza por no poseer un código único, homogéneo, a diferencia de lo que sucede en la tradición clásica.

El espectador crítico de nuestros días debe aceptar la inevitable *pluralidad de la representación*, de códigos y lenguajes, que esto supone, y examinar cada propuesta artística a la luz de su coherencia interna, conceptual y poética. Esta, en su dimensión más profunda, no tiene nada que ver con el escándalo o el espectáculo, aunque desde luego en principio no los excluya, como reclamo, o forma de llamar la atención, en un mundo sobresaturado de imágenes.

Otra cuestión es la conversión generalizada de la cultura contemporánea en *espectáculo* (Debord, 1967), algo que lógicamente afecta también al arte. Hace algunos años, Antonio Saura declaraba: «Hoy todo lo que es espectacular es considerado arte, algo que es totalmente erróneo.» Esa confusión se debe en parte a la propia «institución arte», a la superposición dentro de sus circuitos de las necesidades del marketing sobre la autenticidad de las obras y propuestas.

Pero también, y en no pequeña medida, a la aproximación de los medios de comunicación al arte, que todo lo nivelan, y que buscan en él fundamentalmente «la noticia», lo que significa privilegiar aspectos que no son lo auténticamente central: por ejemplo, las alzas y bajas de las cotizaciones económicas, o las connotaciones de escándalo o espectáculo de algunas propuestas, en lugar de atender al largo y solitario proceso que conduce a la creación de una obra y de intentar cuestionar y profundizar en sus registros y sentidos.

En cualquier caso, lo más importante es mantener la exigencia crítica: *no todo vale*, no cualquier propuesta debe ser aceptada en términos de excelencia artística. Teniendo en cuenta, a la vez, que nuestro juicio debe formarse desde una actitud abierta, independiente de prejuicios y consciente de que la última palabra sobre el valor de una obra no se formula de modo inmediato, sino mucho después. Es lo que se llama *la prueba del tiempo*. Sólo ella pone definitivamente a obras y artistas en su auténtico «sitio».

Esa exigencia crítica es uno de los aspectos que justifican la necesidad de una *teoría del arte*. Pero con lo ya dicho hasta aquí queda claro que lo que resulta completamente fuera de lugar es una teoría del arte *apriorista* o *normativa*. En su desenvolvimiento hasta nuestros días, en un giro que tiene sus inicios en el Romanticismo, el arte ha ido adquiriendo un *status* de plena libertad expresiva: *no hay un «canon» previo, predeterminado, ni puede haberlo*. Los materiales, soportes y temas del arte en ningún caso pueden fijarse previamente desde instancias externas a la propia práctica artística. Y además, según ya indiqué anteriormente, esos materiales, so-

portes y temas son, en la actualidad, los mismos que aparecen en la cadena de producción, información y consumo de la cultura de masas.

Por eso resulta particularmente relevante la caracterización del arte propuesta por el filósofo y teórico de la estética italiano Dino Formaggio (1973, 11): «Arte es todo aquello a que los hombres llaman arte.» Lo primero que destaca en ella es la apertura de la categoría arte: es imposible fijar unos límites previos, establecer una «norma» que diferencie *a priori* entre «arte» y «no arte». *Arte es hoy un conjunto de prácticas y actividades humanas completamente abierto*. Intentar fijar límites es como querer poner puertas al campo.

Pero hay un segundo aspecto implícito en la caracterización de Formaggio que resulta tan interesante como este primero. Lo que convierte a algo, en principio abierto, en arte es que sea *llamado* arte. Esto conlleva situar nuestra cuestión en una dimensión retórica, en el aspecto más noble de la palabra, en el plano del discurso y del lenguaje. ¿Cómo «algo» puede ser *llamado* arte? Cuando aparece inscrito en los canales institucionales que producen y hacen circular las prácticas que incluimos dentro de su ámbito. Y, obviamente, cuando existe una «retórica», una argumentación, que justifica su inserción en el ámbito artístico.

En nuestro mundo, no hay «arte» en sentido estricto fuera de esos canales institucionales. Cuando así es, nos situamos en otro plano: el de la afición, el del *hobby*. A la vez, la inserción de las obras o propuestas en los canales institucionales del arte requiere su admisión en los mismos a través de una serie de filtros en distintas instancias y niveles. En el caso de las artes plásticas, las más comunes son: galerías, revistas especializadas, ferias comerciales, exposiciones públicas, medios de comunicación en general y, finalmente, museos, en los cuales culmina la legitimación como «arte» de una determinada obra o propuesta, su plena aceptación institucional.

Naturalmente en todo ese proceso interviene de un modo relevante el mercado, la circulación mercantil de las obras. Pero no de un modo exclusivo. El valor económico de las obras, que por sí mismo segrega y sedimenta una «retórica», necesita sin embargo el plano de justificación del lenguaje, tanto en su uso *informativo*, como en el *interpretativo* o *crítico*. Aunque de nuevo hay que señalar que esa instancia interpretativa o crítica es desempeñada en primera instancia por la cadena institucional del arte, de la galería al museo: la elección y la manera de presentar las obras implica ya un uso interpretativo, crítico.

La *teoría del arte* prolonga esos usos informativos y críticos del lenguaje a una dimensión autónoma, independiente de las instituciones artísticas, con sus instancias económicas, de poder y retóricas. Se abre así a un *contraste mediador* entre la instancia expresiva del arte, el momento de la producción artística, y la instancia de su puesta en valor, de su valorización, en el momento de la recepción.



Ese contraste mediador de la teoría, en la aspiración de ser lo más independiente posible de las instituciones artísticas, que en el siglo XVIII dio lugar a la aparición de la *crítica de arte* concebida como *filosofía aplicada*, no puede hoy ignorar la determinación previa que el entramado institucional del arte imprime tanto en el momento de la producción como en el de la recepción. La teoría debe asumir el riesgo de la independencia como «un mandato moral», como una aplicación del deber ser, en la interrogación y formulación del juicio crítico sobre las obras, en una época en la que los usos pragmáticos y de poder, tanto político como económico, intervienen con frecuencia de modo excesivo en el proceso del arte.

Independencia implica hablar para todos y para ninguno, ser intempestivo o incómodo, pero sobre todo implica *autonomía de criterio*, fundamentación conceptual rigurosa, formulación de categorías de análisis e interpretación de las obras. Desde este tipo de planteamientos, la teoría del arte se convierte en el elemento central del cuestionamiento del mero pragmatismo, del cinismo ambiental, que nivela todo lo que se llama arte al indicar que no hay elementos de valoración, de distinción. Que todo es y puede ser arte en un mismo plano: estético, conceptual... Que sólo el mercado y las instancias de poder deciden.

¿Qué es esto? Pero ¿esto es arte? Las preguntas que una y otra vez hemos venido formulando indican la incertidumbre de la gente ante una esfera que se suponía segura y estable, y que en nuestro mundo se ha tornado intensamente indefinida, móvil y cambiante. Los materiales teóricos que iremos desplegando intentan un *trabajo de reajuste categorial*, buscan actualizar, poner al día, nuestras ideas sobre el arte en sus diversos planos.

El método de ese despliegue será *genealógico*. Esto es, se intentará ir iluminando la formulación de las cuestiones y las posibles vías de respuesta a través de la reconstrucción de cómo llegaron a plantearse y de su configuración presente.

La finalidad última es proporcionar materiales teóricos para comprender a *qué llamamos arte* en la actualidad. Materiales teóricos: lingüísticos y conceptuales. Materiales que pueden permitir *ayudar, acompañar*, en ese viaje a lo desconocido que es la inmersión culminada en una obra, en una propuesta artística. Pero fundamentalmente eso: *ayudar*. Porque el auténtico viaje lo ha de hacer uno mismo. La experiencia del arte es algo enteramente individual, como la del amor o la de la soledad. Una flecha que lanza un individuo al poner en obra una propuesta, y que sólo llega a su destino si algunos de sus sentidos alcanzan a otro individuo, que se apropiará de ellos y los recrea. Sólo entonces da la flecha en la diana. Lo demás es mediación: a veces una auténtica barrera, otras realmente iluminadora.

## CAPÍTULO II

# La invención del arte

## 1. EL TÉRMINO «TÉCHNE»

El planteamiento que pretendo desarrollar en este capítulo requiere la máxima precisión en su formulación. Porque conlleva el rechazo de uno de los tópicos más habituales y extendidos: la idea de que el arte es algo «universal» y «eterno», independientemente de sus cambios o transformaciones. Por el contrario, mi punto de vista es que lo que llamamos «arte» apareció en un momento muy concreto de nuestra tradición de cultura, en esa aurora de nuestra civilización que fue en tantos sentidos la Grecia antigua.

Fue en ese horizonte cultural, el mismo que alumbraría la idea y la práctica institucional de la «democracia» o de la «filosofía/ciencia», donde se produjo la *invención del arte*. Los descubrimientos culturales pueden tener un carácter material o tecnológico, por ejemplo: la invención de la rueda o la de la pólvora, pero igualmente pueden tener una vertiente espiritual o ideológica, como sucede con los grandes hallazgos y formulaciones de la mente griega, dotados de una potencia tal como para llegar vivos hasta nosotros.

Durante los dos últimos siglos hemos extendido de forma acrítica la idea de arte a las muy diversas manifestaciones estéticas de las culturas humanas. Pero se trata, en realidad, de un deslizamiento conceptual y teórico, de una gran equivocación categorial producida en el contexto del historicismo evolucionista del siglo XIX, que es el momento en que se formula y comienza a extenderse esa idea ilusoria del «arte» como algo «universal» y «eterno».

Lo que es universal, en un sentido *antropológico*, es la *dimensión estética*. En todas las culturas humanas se dan un conjunto de prácticas y manifestaciones de representación, utilizando los diversos soportes sensibles: el lenguaje, los sonidos o las formas visuales. Pero, al menos en su origen, antes del contacto cultural con Occidente, las manifestaciones estéticas en culturas no occidentales presentan una funcionalidad vital, una inserción en distintos tipos de ceremonias, que las hacen muy diferentes de la exaltación de la forma que caracteriza nuestra idea de arte. Me volveré a ocupar más por extenso de esta cuestión en el Capítulo V.