

**Contradicciones del arte de nuestro tiempo.
La herencia manierista de Marcel Duchamp**

SUSANA CENDÓN CAAVEIRO

UNIVERSIDADE DE VIGO

"No te pongas tan serio Harry, al fin y al cabo, no es nada trágico. Recuerda lo que dijo no sé quién. En Italia, en treinta años de dominación de los Borgia no hubo más que terror, guerras, matanzas... pero surgieron Miguel Angel, Leonardo da Vinci y el Renacimiento; en Suiza, por el contrario, tuvieron quinientos años de amor, democracia y paz ¿y cual fue el resultado? El reloj de cuco".

El tercer hombre, 1949

Resumen

Aunque salpicado de contradicciones, el arte contemporáneo constituye un laboratorio fascinante capaz de absorber las tensiones del presente global y mediático con gran generosidad. Han sido tantos los acontecimientos que convulsionaron el arte durante el pasado siglo: el impacto de nuevas formas de reproductibilidad técnica, la huella indeleble de la vanguardia, las catástrofes bélicas, la mirada irónica de la posmodernidad... que, en la actualidad, exhausto, parece instalado en una especie de incertidumbre que impide aprehender cualquier tipo de conclusión. Así, entre los pesimistas que no atisban ninguna luz y los complacientes que rentabilizan la confusión sin demasiados prejuicios, existe un espacio intermedio que asume la nueva realidad como una sucesión de amaneramientos lógicos con capacidad para perdurar en el tiempo años e incluso siglos, permitiendo el surgimiento de individualidades que, lejos de la banalidad de los discursos, hacen posible una narración consciente del mundo.

No supone ninguna novedad el afirmar que la consecución de la belleza ocupa un lugar ínfimo entre los objetivos inmediatos del arte de nuestro tiempo. En la actualidad, como en los momentos más intensos de las vanguardias históricas, continúa siendo más importante que la obra de arte produzca un choque en el espectador que el que nos deleite con su belleza. Ciertamente, la provocadora sugerencia del visionario Duchamp, retándonos a descubrir el arte en los objetos más ordinarios e inesperados, estaba fraguando una ¹manera imparables de sentir lo artístico, según la cual, la obra de arte ya no tendría que ceñirse a unas determinadas reglas estéticas para ingresar en el selecto club de las bellas artes. Probablemente el perturbador artista francés no fuese consciente de los horizontes que estaba abriendo, todo un futuro en pos de la experimentación sin fin pero también de los amaneramientos, de la perpetuación de citas edípicas que, atrapadas en una espiral viciosa, giran y giran sobre sí mismas incapaces de sustraerse de la sombra del padre omnipotente.

La vieja idea de vanguardia nacía a principios del siglo pasado como la orgullosa afirmación de la voluntad de un grupo de artistas y poetas dispuestos a crear, no sólo un arte, sino un modelo de vida radicalmente nuevo. Como un potente faro que todo lo ilumina, Duchamp y su colección de revoltosos ready-mades, plenos de emociones estéticas (muy a su pesar), continúan guiando el porvenir del arte con el mismo vigor de un adolescente condenado a no envejecer, advirtiéndonos sin sobresaltos de lo que está por llegar. Tras la gestualidad existencial y solemne de los expresionistas abstractos, la intromisión del más digno de los sucesores de Duchamp, Andy Warhol, inaugura un nuevo punto de inflexión, legando a la posteridad una particularísima interpretación de lo artístico sembrada de boutades gloriosas. Una de las más celebradas es aquella que describe al artista confesando que, lo que más le fascinó tras visitar Tokio, París y Estocolmo, no fue la magnificencia de sus paisajes, su arquitectura o su arte, sino la belleza en serie de las cadenas de comida rápida McDonalds. Al margen de leyendas y mitificaciones, el memorable exabrupto de Warhol inaugura un nuevo periodo de la historia del arte sobre el que Arthur Danto, autor del imprescindible ensayo *Después del fin del arte*, elabora un certero diagnóstico advirtiéndonos de que después de las cajas de brillo de Warholla pregunta dejó de ser ¿qué es el arte? Lo que interesaba era saber por qué esto es arte y aquello *no*². En todo caso una cosa es segura: la ironía provocadora de Duchamp se extiende como un gran manto hasta el presente, infiltrándose en el arte (o en el no arte) de muchos artistas, recordemos las citas hedonistas del Jeff Koons de los ochenta, o las más recientes y sutiles transposiciones del joven artista belga Win Delvoye. El interrogante que tortura a muchos expertos desde hace tiempo es si el arte contemporáneo y, en consecuencia, el arte del futuro, puede seguir rigiéndose por dinámicas pertenecientes a otro tiempo, mas aún cuando nuestro momento histórico poco o nada tiene que ver con el que vivió Duchamp.

¹ Duchamp es considerado por muchos el Leonardo da Vinci del siglo XX.

² DANTO, A.: Fragmento de una entrevista concedida a Babelia. El País, 28 de julio de 2001.

Los vanguardistas como Duchamp creían en el mito del progreso, un mito que se derrumba al mirar atrás y comprobar el rastro de sangre dejado por un siglo fundamentalmente caníbal. La barbarie resulta más infustificable si nace en el corazón mismo de la Europa civilizada, donde los nazis, con sus métodos perversos, mostraron a un mundo aún ingenuo la doble faz del progreso científico, utilizándolo selectivamente en beneficio de una humanidad restringida y aniquilando en las cámaras de gas a la masa impura en nombre de la construcción de una raza supuestamente superior. El ser humano, precisamente por su condición humana, asimila y olvida velozmente los errores del pasado, de ahí que las atrocidades se sucedan cíclicamente sin que nada pueda hacerse por evitarlo. El talante irremediabilmente depredador de los hombres (por poner un ejemplo cercano) asomaba con absoluta transparencia en las noticias que informaban cada día sobre la guerra de los Balcanes: la paranoia era tal que resultaba difícil apreciar si aquello era real o la interferencia provocada por alguna vídeo consola que por fin había logrado superar su existencia virtual. No cambian los hechos sino la forma de percibirlos, y es precisamente la percepción posmoderna y cínica (y tremendamente nostálgica) de la realidad, lo que se interpone entre los sueños utópicos de la vanguardia y la pasividad del teleconsumidor occidental, reconvertido en un ser incrédulo incapaz de creer en héroes.

Independientemente de la fractura nihilista que supuso la posmodernidad, con toda su carga retórica propensa a citar de forma compulsiva a una modernidad que, al mismo tiempo, parecía haber caído en desgracia, tal vez debamos plantear el estado actual de las cosas desde una perspectiva menos catastrofista. Asumir la realidad (aún a regañadientes) parece lo más sensato, de acuerdo con las lúcidas reflexiones con las que el profesor Juan Antonio Ramirez³ nos ilustró en el marco de los cursos de la UCM en El Escorial. Distanciándose del tradicional binomio modernidad versus posmodernidad y sin dejarse atrapar por conclusiones desesperadas, J.A. Ramirez asume el presente creativo como la prolongación de una modernidad que aún no ha concluído su ciclo. Puede que sea hora ya de que nuestra contradictoria y dispar sociedad asimile sin dogmatismos los flecos de este manierismo estético que es la posmodernidad, al fin y al cabo, Pontormo tiene el mismo derecho a existir y a crear que Miguel Angel, y, muy probablemente, sin el precedente de éste, la obra del florentino no hubiese trascendido, perdiéndose la humanidad su fascinante manera de representar el mundo.

No obstante, el camino despejado que sugiere Ramirez para no sucumbir al desánimo inherente a las doctrinas fatalistas que redundan en la esterilidad creativa del presente, no basta para tranquilizar a muchas voces descontentas que continúan lamentándose de la dependencia edípica del arte respecto de los supuestos estilísticos de la vanguardia, situándonos de nuevo en el punto de partida.

³ RAMIREZ, J.A.: "La modernidad como un ciclo largo". Conferencia pronunciada en el curso de verano de la UCM: El debate artístico desde 1968 hasta hoy. Modernidad, posmodernidad y globalización. San Lorenzo de El Escorial. 30 Julio-3 agosto. 2001.

Tal dependencia deriva en una homogeneización estilística (Bienales, trienales, centros de arte, galerías... en todas ellas, independientemente del país o el continente, se repiten idénticas propuestas, algo similar a lo que ocurre en los centros urbanos, en los que se asientan las mismas firmas comerciales de manera alienante: Zara, Benetton, McDonalds...) que se suele presentar bajo una pátina de radicalidad, tras la que subyace, con sólo rascar un poco, una existencia tan insignificante, y sin duda más ingenua, que la de una botella de coca-cola. El agotamiento (o aburrimiento) intelectual que produce contemplar, aunque varíe el escenario, la misma sucesión de chistes neodadaístas, pomposas instalaciones, impecables desde el punto de vista estético, pero a menudo incongruentes, costosísimas y vacías de contenido, un estilo pseudokitsch que hace casi imposible diferenciar el arte del decorado de una boutique de moda, persistiendo un vacío existencial tan conformista como obsceno, o el manido recurso formalista del menos es más, dan forma a un paisaje a mitad de camino entre la resignación y la crispación que se suele justificar apelando al supuesto, aparentemente democrático, del pluralismo. Poco sorprende ya la versatilidad del creador contemporáneo, convertido en artista abstracto por la mañana, realista fotográfico por la tarde o minimalista mínimo por la noche. Y es que, en palabras del historiador norteamericano Hal Foster, ha llegado el momento del ⁴ pluralismo, lo cual implica que no exista ningún estilo o modalidad artística dominante. El pluralismo, presente en el arte de las dos últimas décadas, promueve la creación de todo tipo de obras que parezcan más o menos iguales y, según Foster, igualmente intrascendentes. El resultado es una excentricidad que conduce, como en lo político, a una nueva conformidad: el pluralismo como institución. Este novedoso paisaje, señala Foster, permite en la práctica una contradicción engañosa y no siempre perceptible en el marco de las instituciones dependientes del capitalismo cultural, pues aunque la posición pluralista se plantea como la libertad de elegir, presentando al arte como algo natural, lo cierto es que el arte (como la libertad, la política...)

depende inexorablemente de una larga serie de convenciones: el arte, no es sólo creatividad, también es burocracia, y mucha por cierto. Un buen ejemplo para ilustrar este fenómeno tan de nuestro tiempo es la exposición que se celebró en el Centro Galego de Arte Contemporánea, Park up a building (1996), del artista norteamericano Vitto Acconci. La espectacularidad del montaje de Acconci no debe deslindarse del efectismo de los actos de protesta que tuvieron lugar como consecuencia del cese de la, por aquel entonces, directora del centro. Apelando a los ideales sesentaiochistas, los mártires de no sabemos aún cual nueva causa, reclamaban libertad desde un marco privilegiado: el cubo esencial (e institucional) de Siza. Pero, oh sorpresa, debajo de los adoquines no estaba la playa, sino un centro institucional, nada marginal, que permitió y financió la producción de una costosísima instalación cuyo objetivo, dentro de la programación global del centro, parecía no ser otro que el de revivir la nostalgia de tiempos pasados y dotar al cubo inmaculado de Siza de un cierto aura de marginalidad, de aquel espíritu fuera de la ley del Acconci de los sesenta. Pero, como señalábamos líneas arriba,

⁴ FOSTER, H.: "Contra el pluralismo". El Paseante. Número triple: El arte en el fin de siglo. Décimo aniversario. 1995.

el resultado final se torna peligrosamente contradictorio, pues jugar a ser marginal desde dentro del sistema no evita la institucionalización de la marginalidad,⁵ por el contrario, la pervierte despojándola de cualquier sentido crítico.

Y cuando creíamos estar recuperados de la conmoción provocada por aquellos happenings castradores y masoquistas de finales de los sesenta, nuestro tiempo alimenta la resurrección de nuevas formas de abyección en lo artístico, aunque con una fisonomía muy particular. Se trata de lo abyecto asociado al escándalo, una explosiva combinación que funciona magistralmente sobre todo en términos de rentabilidad económica, aspecto que, por supuesto, no podía escapársele a la siempre expectante sociedad del espectáculo⁶. Sin embargo el escándalo de hoy poco tiene que ver con las comprometidas provocaciones sesentaiochistas, incluso con el camino (¿sin retorno?) iniciado por Duchamp. Un exponente revelador son las repulsivas creaciones de los jóvenes artistas ingleses, reunidas en la lucrativa exposición *Sensation*, bien, pues entre éstas y la esencia de la perversión duchampiana tercia un abismo. No se trata de escenificar estrategias para cuestionar problemáticas ligadas a la vigencia de la tradición, el mito de la autoría o la originalidad de la obra de arte, el trabajo de los creadores ingleses es, en si mismo, una idea convencional, pues no ataca a las instituciones, sino que convierte lo marginal, lo abyecto, el escándalo en institución, o dicho de un modo más gráfico, en un ventajoso método para que determinados centros y museos, respaldados en hábiles tácticas publicitarias conscientes de la fascinación que el escándalo ejerce sobre el público, regeneren sus mermadas arcas insuflándoles unos oportunos ingresos extra.

La desconcertante pluralidad de imágenes, ideas y estilos que nos rodean permiten la aparición de espacios movedizos en los que, para no sucumbir, puede que no resulte mala idea tratar de observar cómo vivimos. Son circunstancias confusas en donde los grandes actores de la economía mundial han mudado de rostro: los dueños del planeta ya no son las grandes industrias siderúrgicas, automovilísticas o petrolíferas, sino las multinacionales informáticas y todas aquellas relacionadas con el universo de la comunicación. Lo cual no implica una mejora sustancial en las condiciones de vida de los hombres, por el contrario, el nuevo orden mundial genera una avalancha de nuevas paradojas, dibujando un presente confuso en el que el comercio electrónico es coetáneo de las pateras. En un contexto tan propenso a echar mano del término globalización, quizá haya llegado el momento de preguntarnos honestamente qué diablos se globaliza. Desde luego no la igualdad. Ésta, tiende a extremarse entre los que lo tienen todo y los que no tienen absolutamente nada. De poco sirven las intenciones edificantes del primer

⁵ Todo es sistema, y todos estamos dentro del sistema. Pactar con el sistema la realización de proyectos implica una serie de privilegios que poco tienen que ver con la verdadera marginalidad. La aceptación a priori de las reglas del juego no es algo impositivo, o aceptas o no aceptas. Intentar aparentar otra cosa no parece demasiado ético.

⁶ La sociedad del espectáculo que preconizó Debord en su ensayo paradigmático, *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*, constituye hoy una realidad más tangible que nunca.

mundo facilitando el acceso a la red a los países más depauperados si en ellos falta lo esencial: el alimento básico para subsistir.

El monopolio de los medios de comunicación y su intrusismo en el modo de vida contemporáneo lo ilustra mejor que nada la omnipresencia de la televisión. Dejando a un lado sus cualidades positivas, que sin duda serán muchas, pero que no se tiene mucho interés en explorar, nos centraremos en el perfil perverso de la televisión o en cómo ésta constituye un excelente reflejo del grado de banalidad que puede tolerar una civilización. Las imágenes grotescas, los espectáculos miserables que abundan en las televisiones de más de medio mundo han obligado al cerebro humano a repensar el sentido de su existencia so peligro de perder su identidad. No obstante, el carácter virtual de la televisión, su futilidad o su talante excasamente participativo, no impide que constituya una forma de comunicación especialmente poderosa capaz de modificar, no sólo la decoración de nuestros hogares, sino también la misma génesis de las relaciones familiares: donde antes había conversación, diálogo o intercambio de conocimientos, abunda hoy la contemplación muda de la programación. Una programación que parece diseñada para anular toda capacidad crítica, y que bajo el pretexto de la búsqueda del entretenimiento va tejiendo (¿desde estamentos superiores?) una red de artimañas degradantes contra las que sólo existe una alternativa: blindarse. V, como suscribía lúcidamente Fernando Savater en un artículo titulado Vagancia⁷, "...de todo lo que puede verse en la televisión nada exige menos esfuerzo que Gran Hermano, pues cualquier preparación o aspiración intelectual supone un obstáculo para disfrutar de semejante fiasco. La cadena que financió el programa lo presentó como la posibilidad de observar lo que de maravilloso tiene lo cotidiano, pero lo que vemos en Gran Hermano es un estereotipo falso de cotidianidad: no se trata de gente corriente tratando de interpretar sus existencias en el gran teatro del mundo, sino de malos actores figiendo una sociabilidad a golpe de talonario". Más o menos una especie de trumanización⁸ global que desvela que algo muy terrible debe de estar sucediendo en un mundo en el que las audiencias controlan las programaciones respaldando realizaciones de este tipo. ¿Será una forma de resistencia contra la estupidez el motivo por el que los artistas contemporáneos recurren una y otra vez a la ironía para dar forma a sus creaciones? ¿En un tiempo escasamente heroico, por qué exigirle tanto al arte? ¿Acaso no es lógica su porosidad, absorbiendo la incertidumbre de una época extrañamente virtual?

No sólo la colonización planetaria de los medios de comunicación o la más reciente revolución informática, sino ya mucho antes, la aparición de nuevas formas de representar la realidad a través de la fotografía o el cine explican la espectacular metamorfosis que ha padecido el arte a lo largo de todo el siglo XX. No

⁷ SAVATER, F.: "Vagancia". El País, 30 de julio de 2000.

⁸ En alusión a Truman Burbank, el naif protagonista de la visionaria película de Peter Weir, "El show de Truman".

resulta extraño que Benjamin y su teoría del aura conserven, a pesar de haber transcurrido más de tres cuartos de siglo, una frescura casi virginal. En su texto paradigmático, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, Benjamin incide en el carácter aurático del arte: las obras de arte del pasado son objetos únicos, irrepetibles, de los que emana un algo especial que el autor bautizaría con el nombre de aura. La reproductibilidad técnica lleva implícito la pérdida del aura, modificando drásticamente la manera en que el artista se enfrenta a la creación de la obra, así como la propia receptividad del espectador. Benjamin estaba planteando una cuestión fundamental: la crisis del original frente a la copia, anticipando el nacimiento de una realidad que aún tardaría unas cuantas décadas en asentarse de forma estable en el panorama creativo, hasta que el imperturbable Warhol y su anhelo de convertirse en una máquina lo instan a producir en serie, fagocitando con su acción el mito del artista creador.

Aunque Benjamin se refería fundamentalmente al cine, sus investigaciones son extensibles al campo de la fotografía, lenguaje que en la actualidad vive un momento particularmente feliz. Atrás quedan aquellos inicios experimentales en los que la cámara actuaba como soporte gráfico de acciones que no sobrepasaban el mero valor documental. Aún en los episodios más intensos de las llamadas segundas vanguardias y sus sucesiones de performances, acciones y happenings, la fotografía, pese a constituir un elemento crucial en el registro de la obra, no acababa de desprenderse de su papel auxiliar. La situación se invierte en la década de los 80, cuando la fotografía se convierte en presencia obligada en las colecciones de los grandes centros de arte así como en ferias, galerías y bienales. Ya no se acude a ella para documentar objetos o situaciones, sino que renace como generadora de imágenes propias, adquiriendo una autonomía parangonable a la de la pintura, incluso empleando recursos compositivos y escenográficos procedentes del medio pictórico o cinematográfico. Un ascenso fulgurante cuyo mérito es en buena medida atribuible al magnífico trabajo de determinados artistas, caso de las caústicas metamorfosis de Cindy Sherman o las impecables cajas de luz del canadiense Jeff Wall, quien no duda en autoproclamarse con absoluta legitimidad un pintor de la vida moderna.

En un mundo dominado por la proliferación de imágenes, el arte del presente (y del futuro) debe enfrentarse a duros competidores en la lucha por aprehender un espacio propio. Un espacio caracterizado por la fragilidad, por la hibridación de criterios y códigos procedentes de mundos opuestos que, como la todopoderosa publicidad, subvierte sus propios límites abonando el terreno de la confusión⁹. Con todos los medios a su alcance para diseñar las campañas más brillantes (no olvidemos que tras un anuncio se oculta el gran capital) la cultura visual de masas supone una presencia tan intensa e influyente en nuestras vidas que deviene razonable que el arte permeable de la posmodernidad se deje seducir por su aparien-

⁹ ¿Qué representa exactamente Benetton? ¿Publicidad, arte, denuncia o mercado?

cia impecable y mediática. El galimatías surge cuando el arte comparte, no sólo una cierta fisonomía con la publicidad, sino la misma cicatería intelectual que subsiste en la mayoría de los diseños publicitarios, haciendo verdaderamente difícil diferenciar entre el decorado de una boutique de moda y el arte con mayúsculas. Paralelamente, la ciudad se convierte en el espejo que mejor refleja la hiperpresencia de los medios de comunicación de masas. Las calles, los edificios, hasta la atmósfera, se empapan literalmente con reclamos publicitarios con los que atraer la atención de posibles consumidores, tejiendo una iconosfera lo bastante densa y exuberante para ocultar la propia conformación urbanística de la ciudad. En un cosmos cada vez más orientado al consumo y el ocio, la artificiosidad de los grandes centros comerciales no supone un obstáculo para que éstos se conformen en las verdaderas ágoras de nuestro tiempo, foros donde apresar leves fragmentos de sociabilidad. El carácter simulado y fútil de estas moles corporativas, cuyo objetivo básico es el consumo, ha sido tomado, paradójicamente, como modelo por un buen número de instituciones culturales y museos. Si durante un tiempo fueron considerados espacios generadores de cultura, en la actualidad y alentados por el fenómeno ¹⁰McGuggenheim, en multitud de museos y centros de arte de todo el mundo, parece primar la consecución del beneficio económico sobre la adquisición de sabiduría, la ida puntual al museo para visualizar determinadas exposiciones espectáculo protagonizadas por nombres muy conocidos (Armani, Jackie Kennedy, motocicletas...) en contraposición a la visita pausada e introspectiva de las colecciones, la única manera al fin de hacerse con un conocimiento profundo de las cosas. En un contexto tan borroso en el que se mezclan el arte y los personajes asiduos al papel cuché, la publicidad desempeña un papel fundamental, pues de la originalidad de sus campañas dependerá el éxito de la programación museística de la temporada. A estas alturas parece que de poco han servido los contradiscursos críticos de artistas como Jenny Holzer o Barbara Kruger atacando la superficialidad de las imágenes publicitarias. El arte de la posmodernidad convive y se confunde plácidamente con los diseños publicitarios, a menudo sin mostrar el menor interés en marcar la diferencia, en demostrar que detrás de ese escaparate (del compro luego existo), tan brillante como insignificante, existe un discurso alternativo capaz de ofrecer al espectador escéptico una narración del mundo. En suma, infinidad de preguntas y muy pocas respuestas, tal es el estigma del arte contemporáneo. Un arte que posiblemente no viva su mejor momento, pero que no puede lamentarse de la inexistencia de retos suficientes para reinventarse a sí mismo, aportando a nuestro fracturado mundo algo más que un simple reloj de cuco.

¹⁰ De este modo tan cáustico bautizó la prensa neoyorquina el modelo de franquicias que Thomas Krens, inspirado en la cadena de comida rápida McDonalds, aplicó para "globalizar" el mítico Guggenheim.

Bibliografía

- BAUDRILLARD, J.: La transparencia del mal. Ensayo sobre los fenómenos extremos. Ed Anagrama. Barcelona, 1995.
- BOZAL, V. (y otros): Historia de las ideas estéticas y de las teorías artísticas contemporáneas. Vol. I/II. Ed Visor. Madrid, 1996.
- DANTO, A.: Después del fin del arte. El arte contemporáneo y el linde de la historia. Ed Paidós. Barcelona, 1999.
- DEBORD, G.: Comentarios sobre la sociedad del espectáculo. Ed Anagrama. Barcelona, 1999.
- EL EUROPEO: Un adiós al siglo XX. Número especial 53-54. Ed Detursa. Madrid, 1992.
- EL PASEANTE: ¿Qué fue del siglo XX? Número triple. Décimo aniversario. Madrid, 1995.
- LYOTARD, J.F.: La condición posmoderna. Ed Cátedra. Madrid, 1984.
- RAMIREZ, J.A.: Arte y arquitectura en la época del capitalismo triunfante. Ed Visor. Madrid, 1992.
- RITZER, G.: El encanto de un mundo desencantado. Revolución de los medios de consumo. Ed Ariel. Barcelona, 2000.
- VATTIMO, G.: El fin de la modernidad. Ed Gedisa. Barcelona, 1987.
- VATTIMO, G.: En torno a la posmodernidad. Ed Anthropos. Barcelona, 1994.
- VIRILIO, p.: El ciber mundo, la política de lo peor. Ed Cátedra. Madrid, 1999.