

SOBRE

Prácticas artísticas y
políticas de la edición

ISSN 2187-1733

E-ISSN 2444-3484

PAGO 01/2020

97884-4031

ESPACIO PÚBLICO



**SOB
RE-
N05**

SOBRE

Prácticas artísticas y
políticas de la edición

ISSN 2254-0520 | 188 pp

ISSN 2254-1733 | E-ISSN 2644-3686
CL 34 637 2015

Periodicidad: 1 número al año

EDSA

SOBRE Lab, Universidad de Granada

Equipo Editorial

Director

David Amadoro Garrido, Universidad de Granada, España

Comité de Dirección editorial

Antonio Cárdenas Sáenz, Universidad de Granada, España
Domingo Campillo García, Universidad de Granada, España
María Mancilla Ríos, Universidad de Granada, España
Antonio Zúñiga Castellano, Universidad de Barcelona, España

Consejo de redacción

Alfonso del Río, Universidad de Granada, España
Francisco Caballero, Universidad de Granada, España
Asunción Lozano Salmerón, Universidad de Granada, España
Ana del Cid Mendosa, Universidad de Granada, España

Comité científico

Juan Calatrave Escobar, Universidad de Granada, España
Pedro Duque Olajo, Universidad de Granada, España
Isabel Romero, Conservadora Jefe de la colección de arte del Banco de España, España
Francesco Careri, Università degli Studi Roma Tre, Italia
Alberto López Cuevas, Universidad de las Américas, Puebla, México
Maja Džika Freire, Universität Hamburg, Alemania
Josep Benito Sánchez, Universidad Politécnica de Valencia, España
David E. Torres, Universidad Autónoma de Barcelona, España
Sandra Sofia Gonçalves Figueiredo, Universidade de Lisboa, Portugal
Ignacio López Moreno, Universidad de Granada, España
Juan Martín Prieto, Universidad de Cádiz, España
Isabel Tejedo, Universidad de Murcia, España
Martin Grossmann, Universidade de São Paulo, Brasil
Bill Kelley, Jr., Otis College of Art and Design - Latin Art, Estados Unidos
Hortensia Minguez García, Instituto de Arquitectura, Diseño y Arte, Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México
Miguel Ángel Melgares Calzado, Das Graduate School, Amsterdam University of the Arts, Países Bajos
Rimón de la Calle, Universidad de Valencia, España
Marta Helena Teixeira Maia, Escola Superior Artística de Porto, Portugal
Jesús Martínez Oliva, Universidad de Murcia, España
Ana Navarrete Tuleja, Universidad de Castilla - La Mancha, España
Nuria Enguita Mayo, Directora del Bombardiers Centre d'art Valencià, España
Juan Fernando de la Iglesia, Universidad de Vigo, España
Jesús Mª Carrillo Castillo, Universidad Autónoma de Madrid, España
Néstor Rodríguez Arkaitz, Universidad del País Vasco, España
David Tommaso Ferrando, Institut für Architekturtheorie und Baugeschichte, Universität Innsbruck, Austria
Paula V. Álvarez, Viská Works
F. Javier Páez Cueva, Universidad de Salamanca, España
Sébastien de Hans, Universidad Málaga, España
Ricardo Hernández Samano, Universidad de Granada, España
Carlos Miranda Mas, Universidad Málaga, España
Rosa Brun, Universidad de Granada, España

Diseño

Patricia García

Montaje

Branda Sánchez

Corrección tipográfica

Ana del Cid Mendosa

CREATIVE COMMONS

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-No Comercial 3.0/Unported

**S O B
R E -
L A B**

sobrelab.info

contact@sobrelab.info

facebook.com/sobrelab

revistas.uv.es/index.php/sobre

**S O B
R E -
N O 5**



SUMARIO Contents

05 EDITORIAL

07 CAMPO

07-16 Miguel Peña Méndez. *Éticas y políticas de la edición en Ad Reinhardt. Más allá de la pintura y los cómics. Ethics and Politics of the Edition in Ad Reinhardt's Work. Beyond Painting and Comics*

17-27 Oihane Sánchez Duro. *Más allá de la mercancía: formatos al margen de la cultura oficial. Beyond the merchandise: formats at the margin of the official culture*

29-35 Victor Murillo Ligorred. *La estética de archivo en el Atlas de Gerhard Richter: la práctica artística sin horizonte de espera. The aesthetics of archive in Gerhard Richter's Atlas: the artistic practice without an horizon of waiting*

37 ENCARTE

37-39 Manel Armengol. *El Corte Inglés Pancarta*

41 PANORAMA

41-51 Alberto E. García-Moreno y M^a José Márquez-Ballesteros. *Fragmentos de ciudad e imaginario turístico. El mito de Torremolinos. City fragments and tourist imaginary. The myth of Torremolinos*

53-60 Gloria López Cleries. *El medio como dispositivo afectivo en la cultura mainstream. El Hashtag Feminism y sus contradicciones. Media as an affective apparatus within mainstream culture. «Hashtag Feminism» and its contradictions*

61-76 Manolo Laguillo. *Esfera pública y exposición. Public Realm and Exhibition*

77 PASAJES

77-111 Cristina Arribas Sánchez. *El nuevo paisaje turístico español a través de las tarjetas postales de los años 60. The new spanish tourist landscape through the postcards of the 60s*

113-132 Joan Rabascall. *Tarjeta postal y postal turística: «Spain is different». Postcards and tourist postcards: «Spain is different»*

135 CORRESPONDENCIAS

135-140 Antonio Zúñiga. *Entrevista a Erik van der Weijde. Interview with Erik van der Weijde*

141 ESTUDIO

141-157 Nader Koochaki. *Ceci tuera cela...¡El texto matará la exposición! Ceci tuera cela...¡Text Will Kill the Exhibition!*

158-173 Oriol Fontdevila. *Muntadas: Olvido de pez / Ediciones anfibias Muntadas: Piscine Obliviousness/Amphibian Editions*

174-175 NOTA CURRICULAR DE LOS PARTICIPANTES

176 CITA DE CIERRE

176-187 David Bestué. *Ser objeto*

PANTALLA

Portada realizada a partir del proyecto de Pedro Osakar «Come en casa» (Granada, 2018)



EDITORIAL

Equipo SOBRE Lab
Mayo 2019
contacto@sobrelab.info

«Come en Casa». Un cartel luminoso parpadeante instalado en una estructura metálica sobre un kiosko de prensa en una plaza céntrica de Granada nos invita a marchar a casa, quizás porque hoy, para algo tan importante como la alimentación, lo que nos ofrecen los restaurantes de carta con menú internacional no sea tan recomendable. Nuestra PANTALLA, la portada que en cada número diseña un artista invitado, ha sido tomada esta vez por la intervención que el artista Pedro Osakar realizó para el proyecto Kiosko del Centro José Guerrero en la primavera de 2018 (<http://pedroosakar.com/portfolio/project-kiosco/>). La dialéctica entre espacio público y privado, sus problemáticas, y los modos en que artistas, arquitectos y otros trabajadores culturales reflexionan e intervienen en él mediante medios editoriales será el núcleo temático de este quinto número de la revista SOBRE Prácticas artísticas y políticas de la edición.

SOBRE Nº5 sale a la luz con su estructura habitual. Por una parte publicamos artículos originales de investigación que han sido sometidos a un riguroso proceso de evaluación por pares ciegos. Los artículos recibidos y finalmente aceptados para su publicación han sido derivados a las secciones CAMPO y PANORAMA. En CAMPO la llamada de artículos mantiene una temática abierta aunque relacionada con los ejes principales a los que se circunscribe la revista. Miguel Peña nos presenta el trabajo satírico realizado por Ad Reinhardt como dibujante en publicaciones periódicas, una labor complementaria a su trabajo pictórico, que demostraba especialmente su compromiso político. Oiháne Sánchez Duro analiza una serie de iniciativas que ponen en cuestión las estrategias que muchas ciudades utilizan para construir marcas vinculadas a las industrias culturales y a políticas de gentrificación. Para cerrar CAMPO, el artículo de Víctor Murillo Ligorred nos introduce en el universo taxonómico que despliegan los atlas de Gerhard Richter como espejo en el que contemplar las problemáticas y vicisitudes de la sociedad de nuestro tiempo.

En la sección PANORAMA los artículos se agrupan alrededor del tema principal del número, en este caso, «Espacio Público», abordado desde puntos de vista y enfoques diversos según las propias líneas de trabajo e intereses de los investigadores que han realizado las contribuciones. Los artículos publicados tras su evaluación abordan como el trabajo de edición conlleva la construcción de un espacio de colaboración, es decir, una esfera de discusión que genera una nueva espacialidad crítica. En ella, los distintos dispositivos editoriales y sus voces autorales se implican en estrategias de intervención en el debate público como elementos esenciales de la democracia. Todo proceso editorial es un acto de mediación, y como tal, es una práctica colectiva a la que se vincularán agentes diversos en momentos distintos. Editar implica seleccionar, es decir, relacionarse críticamente con «lo otro», para posteriormente «publicar» el artefacto editado, acción que abre y organiza un nuevo espacio de diálogo entre signos y de relación de estos con el público al que se dirige o congrega. En esta línea conceptual los artículos seleccionados abordan problemáticas muy distintas del espacio público y como desde los medios editoriales se generan discursos disensuales con una presencia y capacidad de análisis e intervención a distintas escalas. Alberto E. García-Moreno y M^a José Márquez Ballesteros abordan el fenómeno del turismo en la Costa del Sol a partir de la producción de un imaginario visual que construye también realidad. Gloria López Cleries analiza los nuevos medios y dispositivos de comunicación digitales desde una perspectiva feminista para ver cómo muchas de las dinámicas que se dan en ellos mantienen modos de enunciación y mediación atravesados por dinámicas binarias de poder en las que se normalizan conductas heteronormativas y patriarcales. Por su parte, Oriol Fontdevila se sirve del trabajo editorial de Muntadas para diseccionar algunos de los conceptos vertebradores de su carrera como las categorías de media landscape o media art. Finalmente, para cerrar PANORAMA, Manolo Laguillo nos presenta a través de una de sus últimas producciones, el

proyecto El Besós 2017: Un levantamiento fotográfico, la manera en que la fotográfica puede generar estrategias de intervención en el espacio público para activar nuevas lecturas sobre el territorio en los agentes vinculados a él.

La sección CORRESPONDENCIAS nos permite conversar con el artista y editor Erik Van der Weijde sobre su trabajo bajo el paraguas de la editorial 4478zine y algunos proyectos en los que mediante el recurso de la fotografía, la práctica apropiacionista y el archivo compone fundamentalmente su cuerpo de trabajos. En esta ocasión se complementa esta sección con el inserto de una selección de imágenes aportadas por Erik Van der Weijde vinculadas a la estética de anuncios de prensa y con las que nos invita a pensar sobre la relación entre la esfera privada y pública. En esta línea de incluir aportaciones de autores relevantes a modo de insertos en la revista, tenemos la fortuna de poder publicar como ENCARTE una fotografía de Manel Armengol tomada en Barcelona en 1976 y en la que una valla publicitaria se convierte en un dispositivo «efectivamente público» de comunicación colectiva. En la sección PASAJES, invitamos a Cristina Arribas y Joan Rabascall a reflexionar sobre el artefacto «tarjeta postal» como medio de intervención pública vinculado al auge del turismo en la décadas intermedias del siglo XX. Para cerrar el cuerpo temático del número, dedicado al Espacio Público, el artista Nader Koochaki nos permite introducirnos en su práctica de investigación y producción contextual para posteriormente entender las distintas estrategias que lleva a cabo en el espacio expositivo entendido este como un lugar de edición en proceso.

Cierra el número el proyecto específico que David Bestué ha realizado para este número alrededor de las relaciones entre práctica escultórica, cuerpo y procesos de edición. Esta intervención da lugar a la presentación de una nueva llamada de artículos (call for papers) que puedan incluirse tras su evaluación y aceptación en la sección PANORAMA del próximo número 6 de la revista Sobre (primavera 2020) cuya temática será precisamente «Cuerpo editado». El call completo está publicado en esta misma revista y en su web (<https://revistaseug.ugr.es/index.php/sobre>) y en el se admiten además artículos de temática abierta vinculados a los ejes conceptuales de la revista para ser evaluados e incluidos en la sección CAMPO.

6

Nos gustaría agradecer a todos los autores que han participado en este número sus extraordinarias y generosas contribuciones. Respecto a aquellos que enviaron artículos y fueron rechazados confiamos que la excelencia que buscamos en la revista les estimule para volver a remitir sus trabajos en próximas llamadas a recibir artículos. Les agradecemos no obstante también su demostrado interés. Son muchas las propuestas recibidas y el trabajo de evaluación, selección y edición ha sido complejo. Para ello hemos contado con la imprescindible colaboración de un conjunto de revisores anónimos sin los que este número no hubiera alcanzado el alto nivel de interés y calidad que creemos que posee. Esperamos haber contribuido una vez más a aportar nuevos saberes y experiencias al campo de las prácticas artísticas y arquitectónicas en relación a las políticas editoriales. Cerramos y presentamos este número para avanzar en el próximo que viene, con la ilusión y las energías renovadas por ver aparecer SOBRE N°5.

ÉTICAS Y POLÍTICAS DE LA EDICIÓN EN AD REINHARDT. MÁS ALLÁ DE LA PINTURA Y LOS CÓMICS

Miguel Peña Méndez

Universidad de Granada

amiguel@ugr.es

Recibido: 01/04/2018 | Aceptado: 13/11/2018

doi:10.30827/sobre.v5i0.7291

7

ETHICS AND POLITICS OF THE EDITION IN AD REINHARDT'S WORK. BEYOND PAINTING AND COMICS

ABSTRACT: Ad Reinhardt was a painter but also developed a large production of press, graphic design and cartoons. These were not merely a means to earn his bread and butter, but are works with an ethic, aesthetic and ideological commitment, though are separate from his paintings. His best known comic, *How to Look...* published by PM newspaper is one of the most original twentieth century comics and a reflection on what modern art is, its concepts, vices and virtues. Besides, he was involved in many mastheads as editor or art director in some of them. This implication with editorial politics has a deep commitment similar to that of his well-known Black Paintings.

KEYWORDS: Ad Reinhardt, Abstract Expressionism, cartoons, magazines

RESUMEN: Ad Reinhardt, además de pintor, se dedicó a labores editoriales, al diseño gráfico y a la realización de cómics desde su juventud y a lo largo de toda su vida. Estas obras no eran meros trabajos alimenticios, sino algo en lo que se implicaba con un personal compromiso ético, estético e ideológico perfectamente deslindado de su producción pictórica. Su muy conocida serie *How to Look...*, que se publicó en el diario *PM*, constituye uno de los cómics más originales del siglo XX además de una reflexión sobre qué es el arte moderno, sus conceptos, vicios y virtudes. Junto con esto se implicó en multitud de cabeceras siendo editor jefe o director de arte en algunas de ellas. Esta implicación con políticas editoriales supusieron una labor tan comprometida como la realización de sus conocidas *Pinturas negras*.

PALABRAS CLAVE: Ad Reinhardt, expresionismo abstracto, cómic, revistas



Yo no creo en la originalidad, creo en la historia del arte.¹

Ad Reinhardt

Dentro del mundo del arte, oír el nombre de Ad Reinhardt es citar el nombre de uno de los expresionistas abstractos más discutidos y extremados. Con el tiempo, en el mundo del arte las personalidades se van difuminando y solo suele quedar el estereotipo de las imágenes que se generaron de ellas mismas, pero, en este caso, Reinhardt se resiste a quedar resumido como el pintor de cuadros negros (*Black Paintings*, así las denominaba él mismo) y se nos muestra como un artista complejo con un compromiso ético y profesional que le permite desarrollarse en facetas artísticas aparentemente contradictorias sin menoscabo de su integridad. Sus afilados textos pretenden establecer unos principios para su posicionamiento artístico que todavía hoy producen tanto asombro por su lucidez como perplejidad por su atrevimiento socarrón y paradójico. A pesar de su prematura muerte a los 54 años, Adolph Dietmar Friedrich Reinhardt (1913-1967) tuvo tiempo de ser, además del influyente pintor de la Escuela de Nueva York, inspirador del minimalismo y el arte conceptual, profesor de Historia del Arte, escritor, polemista inagotable, buen diseñador gráfico y un inquisitivo y original humorista gráfico. Su gran lema –recogido en su texto *25 Lines of Words on Art Statement*– «el arte es arte y todo lo demás es todo lo demás» (Rose, 1991:51) se fue fraguando a lo largo de su vida y convirtiéndose en parte del pensamiento artístico contemporáneo a través de sus numerosos escritos, muchos de los cuales se pueden encontrar reunidos en la edición que de ellos hiciera Barbara Rose (1991) titulada bajo otro gran lema suyo: «el arte como arte».

A lo largo de este artículo se incidirá en esas facetas más desconocidas de su figura como ilustrador, dibujante y autor de cómics. Con ello se pretende reivindicarlo ahora que acabamos de pasar el cincuentenario de su muerte, con la esperanza de que al hacerlo se compruebe que muchas de sus actividades y planteamientos lo sitúan, a pesar de su plena modernidad, más allá de la *mera* modernidad. Con sus divergencias, contradicciones y paradojas se puede considerar un artista que se sale de su contexto histórico para colocarse en un contexto más que contemporáneo, actual, logrando su admirada y anhelada *Timeless*² (*Eternidad*) del arte auténtico. A la vez sus acciones y reflexiones le condujeron a unas posturas éticas que articulan un posicionamiento político y ético como artista en la sociedad de su tiempo pero sin partidismos de ningún tipo.

Desde 1953 centró casi exclusivamente su producción pictórica en trabajar en una larga serie de cuadros arraigados en el purismo y la abstracción geométrica, abandonando el uso de colores vivos por otros muy matizados. Son obras casi monocromáticas, llegando a la renuncia definitiva al color en los años sesenta para centrarse en amortiguadas tonalidades negras con el fin de alcanzar una sutilidad perceptiva

extrema que le exige al espectador, más que la mirada cruda, la atención visual hacia algo que carece de sentido y está despojado de cualquier tipo de asociación figurativa evidente. Quien haya podido experimentar la presencia de una de las *Pinturas negras* de Reinhardt sabe que hay un antes y un después de esa experiencia. Al describirlas en sus escritos, deja caer una letanía de aforismos negativos, refiriéndose a ellas como «un icono libre, no manipulado, inmanejable, inútil, no comerciable, irreducible, no fotografiable, irreproducible e inexplicable»³ (Rose, 1991:83) Estos reiterados cuadrados negros apagados que contienen formas cruciformes apenas discernibles desafían los límites de la visibilidad.

La estrategia de negación de Reinhardt se hizo eco de su convicción de que el modernismo era una «progresión negativa», que la abstracción evolucionaba como una serie de sustracciones y que estaba creando las pinturas últimas⁴. Con ello, en lugar de predecir la muerte de la pintura como una forma de arte viable, Reinhardt afirmó el potencial de la pintura para trascender la retórica contradictoria que la rodeaba en la crítica contemporánea y las crecientes influencias comerciales del mercado. (Spector, 2016)

Pero su obra es mucho más que esos últimos años de su vida que, por brillantes e influyentes que hayan llegado a ser, no son más que parte de una actividad creativa muy rica y polifacética. Desde los inicios su trabajo más que diversificarse lo que hizo fue ramificarse. Conocedor de su talento para el dibujo y las artes, logró muy pronto una coherencia plástica impropia para su edad. A pesar de su juventud supo arroparse progresivamente en un contexto postcubista sin ningún complejo y aprender del arte de su tiempo sin perderse en los vericuetos de tiempos pasados o en distinguos paralizantes entre alta y baja cultura. Su compromiso con la modernidad fue total desde el primer momento. Consciente de sus habilidades, consideró que estudiar Bellas Artes de manera exclusiva no iba a ser más que una redundante pérdida de tiempo, por lo que optó primero por estudiar Historia del Arte en la Columbia University de Nueva York (1931-1935), entre otros, con el que iba a ser muy influyente tanto en su formación como en su compromiso social, el historiador del arte de orientación marxista Meyer Schapiro. Una vez finalizados los estudios y decidida su vocación hacia la práctica artística, reforzaría sus habilidades durante el año siguiente estudiando pintura con Carl Holty y Francis Criss en la American Artists School, a la vez que era alumno de Karl Anderson en la National Academy of Design. Desde 1936 fue admitido en la WPA Federal Art Project y al año siguiente como miembro en la American Abstract Artists, reafirmandose una vez más en la práctica moderna del arte y en concreto con la abstracción, estilo hacia el que sentía una profunda afinidad.

Esos años fueron muy prolíficos para Reinhardt, pero desde sus inicios como profesional comenzó a deslindar la práctica del arte (lo que luego acuñaría como *el arte como arte*) de la dura tarea de ganarse el sustento (es decir, *todo lo demás*).

¹ Esta recurrente cita está reseñada por Irving Sandler (2014, 16 de enero) como fruto de una entrevista personal con Reinhardt en 1958.

² La problemática sobre lo temporal y lo eterno es recurrente en sus escritos. Veánse, entre otros muchos, *Five Stages of Reinhardt's Timeless Stylistic Art-Historical Cycle*, *Timeless Art-Words* y *Timeless in Asia* (Rose, 1991:10, 132 y 216, respectivamente)

³ «A free, unmanipulated, unmanipulatable, useless, unmarketable, irreducible, unphotographable, unreproducible, inexplicable icon».

⁴ La traducción de los textos de Reinhardt a veces es compleja. En este caso, al hablar de las «pinturas últimas» lo hace en el sentido de esenciales o definitivas (*ultimate paintings*) señalando a la vez que serían las últimas pinturas (*last paintings*) que cualquiera podría pintar.

Este compromiso moral con el arte como algo que está más allá de la vida le llevó a decir en 1963:

El primer enemigo del artista-como-artista es el artista filisteo, el artista «demasiado humano» o subhumano o sobrehumano dentro o fuera de él, el artista socialmente útil y utilizable, el artista-vendedor y el artista de ventas, el expresionista-empresario y artista de «acción», el artista que «tiene que comer», que tiene que «expresarse», y que vive, vive en, por o desde su arte. (Rose, 1991:59)

Desde el primer momento no quiso depender del arte para vivir y buscó formas alternativas de subsistencia que mantuvieran a salvo la independencia y honestidad de su arte pero que a la vez se relacionasen con el talento que poseía. Durante sus primeros años de estudiante de instituto ya supo sacarle partido a sus habilidades gráficas –especialmente a su facilidad para la caricatura– y así le podemos ver ilustrando con versatilidad y muy buen nivel diversas publicaciones estudiantiles de su colegio, el Newtown High School (Queens, N.Y.). Estas revistas fueron: *The Lantern* (Newtown High School Literary Magazine, entre 1927 y 1931), *X-Ray* (Newtown High School Newspaper, 1929-1931) y *Glück Auf* (Newtown High School German Club Magazine, 1931). La buena labor realizada le hizo acreedor ante la dirección del colegio de la responsabilidad de diseñar en su último curso todo el aparato gráfico del libro anuario titulado *Castles* (Newtown High School Yearbook, 1931) [Figura 1].

Cada una de estas publicaciones tenía unas características específicas a las que supo dar cumplida respuesta: desde las más humorísticas, como *Lantern* y *X-Ray*, al más formal y visualmente más clásico y comprometido anuario, con ilustraciones y viñetas en gran formato y portada con estampación dorada en seco. El rango técnico que demuestra es progresivo y es de señalar que él es consciente de los progresos alcanzados, ya que en la última tira que realiza para *X-Ray* indica como gran logro que está completamente realizada a pincel, «with the exception of the small lettering» y que suponemos debe ser un chiste hacia sus compañeros [Figura 2]. Por otro lado, en el caso del anuario las ilustraciones las realiza con tintas planas imitando xilografías medievales con dragones, caballeros y tipografía gótica pero con un toque contemporáneo muy acertado, dejando entrever su interés por estar al tanto de la efervescente escena de la ilustración americana de aquel tiempo⁵.

Desde éstas, sus primeras incursiones en el mundo de la ilustración, supo combinar tradición y vanguardia sin seguir al pie de la letra aquello que le seducía, sino aportando cruces que iban a enriquecer sus trabajos mediante la introducción de estilos y técnicas extraídas de tempranos movimientos de vanguardia, como dadá, cubismo y constructivismo. Junto con estas influencias artísticas también se nota atención hacia el mundo de la cultura popular al percibirse en sus dibujos cómicos los ecos de las angulosidades de las portadas e ilustraciones de John Held Jr. para la revista *Life*, de las carátulas de los discos de jazz, o rastros de los gestos de los personajes de las tiras y chistes de Frank Briggs o

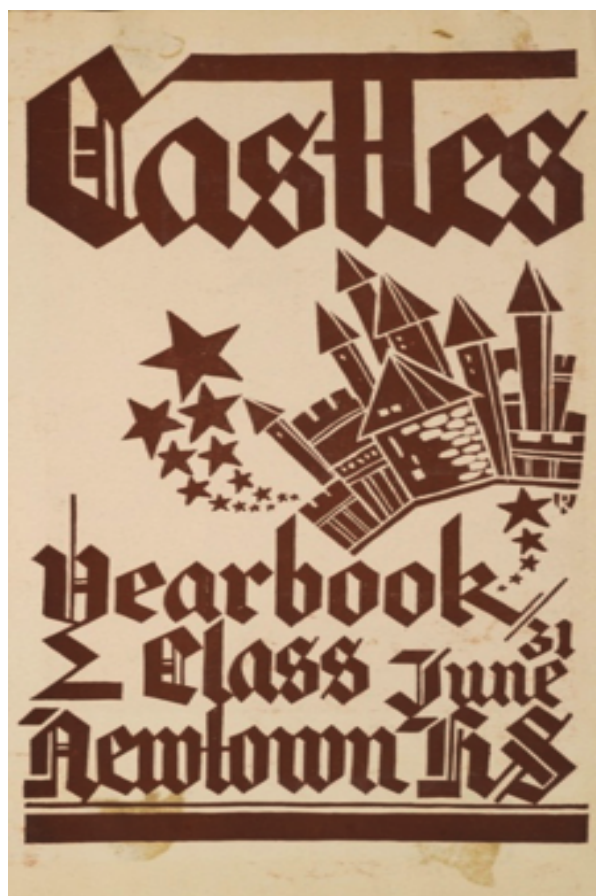


Figura 1: Ilustración para *Castles*, 1931.

H. T. Webster⁶.

Nada más entrar en la Universidad de Columbia, al curso siguiente, se enrola en la plantilla de la revista *The Columbia Jester* (University of Columbia, colabora de 1931 a 1940). En ella empieza dibujando chistes y viñetas, para conseguir ya una portada a los pocos meses, en mayo de 1932, y finalmente ser nombrado editor jefe en 1935. En ella su labor fue activa tanto como reportero como ilustrador. Como editor de la revista, Reinhardt fue responsable entre otras cosas de su rediseño, ya que cuando él llegó se encontró con una publicación moribunda a la que transformó en algo satírico, sofisticado y disparatado (cfr. Helfand, 2007). En la misma universidad va a colaborar también, aunque de manera más esporádica, con *The Columbia Review* (1931, 1933, 1935 y 1938) realizando frontispicios y alguna viñeta de portada. Durante esta etapa universitaria Reinhardt produjo una gran cantidad de dibujos muy diversos y dinámicos, lo que le permitió ir madurando en su estilo fiel a la línea y a las angulaciones de su juventud, pero a la vez aproximándose progresivamente a imágenes más compactas, de líneas cada vez más refinadas, y ampliando sus recursos

5. En *Chronology* escribió: «1930 Makes drawings of knights, heraldry, shields, stars, battle-flags» (Rose, 1991:5).

6. Esa atención hacia los cómics la resalta él mismo de forma exagerada y bromista (Hess, 2010:33) en su *Chronology*, escribiendo: «1915 Gets crayons for birthday, copies «funnies» Moon Mullins, Krazy Kat, and Barney Google» (Rose, 1991:5), dejando clara una imposible precocidad con apenas dos años que no es más que una burla a otra cronología en un catálogo de Motherwell. Más adelante, en esa misma *Chronology*, completa con este otro apunte biográfico: «1946 Attacks E. E. Cummings for comments on Krazy Kat» (Rose, 1991:7).

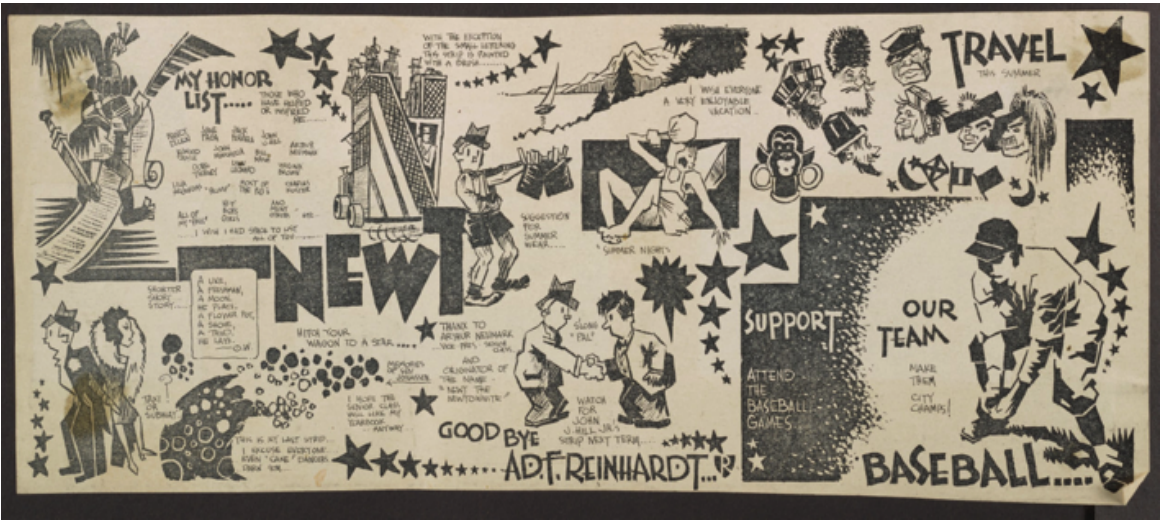


Figura 2: Última colaboración de Reinhardt en X-Ray, 1931



Figura 3: Ilustraciones para The Columbia Jester, junio (izda.) y noviembre (dcha.), 1933.



Figura 4: El artista de imágenes y el pintor abstracto. En *How to Look at Looking*, *PM*, 21 julio 1946.

para poder pasar desde sofisticadas ilustraciones de matiz y volumen a chistes de un diseño y humor más maduro [Figura 3].

La personal disquisición sobre el deslinde entre su labor en las Bellas Artes y la realizada como dibujante satírico y diseñador se basaba en su creencia de que el gran arte debía dedicarse a sí mismo mediante la reflexión estética y por tanto estar completamente dissociado de la vida y de las cuestiones sociopolíticas y económicas, mientras que las artes gráficas y la caricatura pueden y deben inmiscuirse y comentar sobre lo cotidiano ya que esa es su labor⁷. Esta doble actividad nunca le fue algo gravoso, pues supo diferenciarlas con claridad. Su actividad personal como artista no entraba en conflicto con su identidad como ciudadano comprometido políticamente, en particular con los derechos laborales y las campañas contra la guerra, que siguieron siendo vitales para su identidad como artista y ciudadano. Lo que es particularmente fascinante es que éstas fueron preocupaciones de por vida⁸. Reinhardt luchó por definir el arte para sí mismo y para otros, pero también lo hizo para luchar con lo que significaba hacer las cosas, para abordar el panorama completo. Como estudiante de secundaria, ya estaba implorando a sus compañeros de clase que se plantearan preguntas difíciles: «El mundo necesita estudiantes que sean realistas, fijando su mirada en lo que está cerca —escribió en un editorial (octubre 1930) en su periódico de la escuela secundaria, *Lantern. Newtown High School Literary Magazine*—, pero mucho más necesita idealistas: soñadores, arquitectos de castillos en el aire» (p.18) (cfr. Helfand, 2007).

Finalizados sus estudios en Columbia sigue colaborando en esas revistas y amplía su radio de acción a otras nuevas. Entre las nuevas revistas a las que aportó su trabajo se pueden citar, sin ser exhaustivos, las siguientes: *Champion of Youth* (1936–38), *The New Masses* (1936–44), *Soviet Russia Today* (1937 y 1947), *The Student Advocate* (1936–37) —publicada por la American Student Union— o *The Fight against the War and Fascism* (1936–37), todas ellas de carácter marcadamente socialista, cuando no abiertamente comunista. Es de reseñar que tanto en

New Masses como en *Soviet Russia Today* y *The Fight* algunas de sus colaboraciones las firma con el seudónimo de Darryl Frederick. Al cambiar de década va a incorporarse a nuevas cabeceras de carácter mucho más comercial y pasa a colaborar con la revista de música *Listen* (1940–1946), ser director artístico en *Ice Cream Field* (1939–42) e ilustrar en la publicación femenina *Glamour* (1943–44).

Finalmente, será contratado en la publicación que va a ser la sensación del momento: *PM Newspaper* (de 1943 a 1947). Este periódico neoyorquino de orientación socialista fue creado por Ralph Ingersoll en junio de 1940 y financiado por el millonario de Chicago Marshall Field III. La personalidad de este diario iba a estar marcada por dos factores: la gran importancia dada al apartado gráfico (fotos, dibujos, cómics) y su declaración de independencia al no aceptar publicidad en sus páginas, ya que consideraba que ese hecho podía comprometer su relato de las noticias. Éste último rasgo, en una industria editorial como la norteamericana, dio mucho que hablar y fue una publicidad y un aliciente muy significativo para los posibles lectores afines. Se cuenta la anécdota de que cuando iban a contratar a la plantilla se presentaron más de 11.000 personas para los 150 puestos ofertados. Haciendo honor a su nombre, *PM* (un juego de palabras entre *Picture Magazine* y *Post Meridian*, por ser un diario vespertino), contrató entre su personal, durante los ocho años que duró y centrándonos en el aparato gráfico, que es lo que nos ocupa, a dibujantes de cómic, ilustradores y fotógrafos peculiares, quizá no los mejores o más famosos, pero sí a los que poseían una personalidad y compromiso social más marcado. Entre ellos estuvieron: Theodor Geisel, posteriormente conocido universalmente como Dr. Seuss y que se convirtió en uno de sus colaboradores estrella; Crockett Johnson, con su tira *Barnaby* que se hizo inmensamente popular; Coulton Waugh⁹, dibujante de una tira titulada *Hank*, sobre un soldado que vuelve a la vida civil tras la Guerra Mundial; o Jack Sparling, quien creó un fascinante personaje llamado Claire Voyant, con poderes «clarividentes». Entre los fotógrafos contaron con gente de la talla de Wee Gee, Margaret Bourke-White o Arthur Leipzig.

7. En 1967, en *Black as Symbol and Concept*, sentenció: «Separar las Bellas Artes del resto del arte fue un logro» (Rose, 1991:88).

8. Una de las últimas obras que realizó siguiendo con su compromiso político fue participar con una litografía titulada *No War* para el portfolio *Artists and Writers Protest Against the War in Viet Nam*, 1967.

9. Este será el autor del primer libro teórico específico sobre el cómic: *The Comics* (1947).

HOW TO LOOK AT MODERN ART IN AMERICA

by Ad Reinhardt

Here's a guide to the galleries—the art world in a nutshell—a tree of contemporary art from pure (abstract) “paintings” (on your left) to pure (illustrative) “pictures” (down on your right). If you know what you like but don't know anything about art, you'll find the artists on the left hardest to understand, and the names on the right easiest and most familiar (famous). You can start in the cornfields, where no demand is made on you and work your way up and around. Be especially careful of those curious schools situated on that overloaded section of the tree, which somehow think of themselves as being both abstract and pictorial (as if they could be both today). The best way to escape from all this is to paint yourself. If you have any friends that we overlooked, here are some extra leaves. Fill in and paste up...

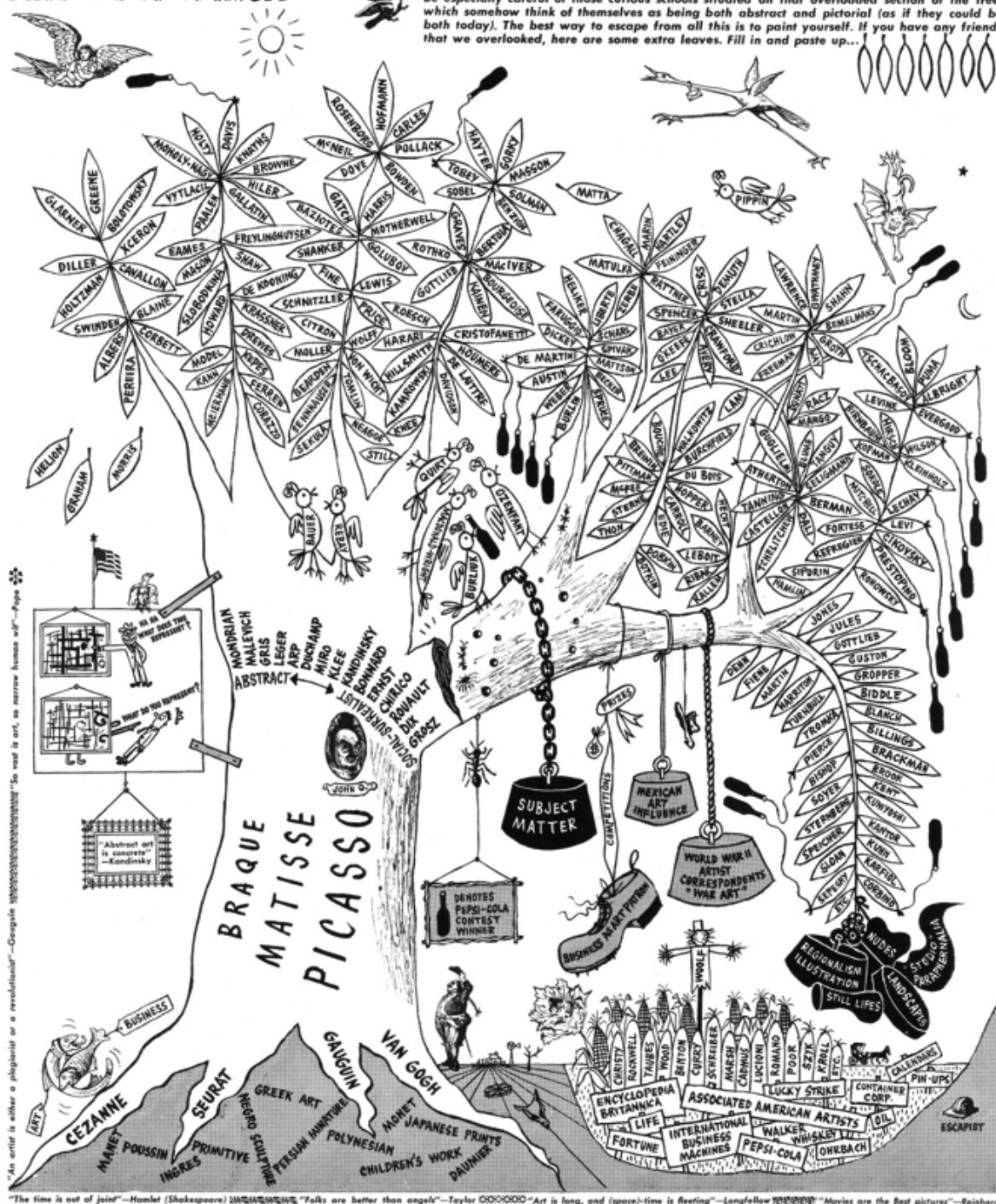


Figura 5: How to Look at Modern Art in America, PM, 2 junio 1946.

A ellos se añadió en 1943 Ad Reinhardt. Desde ese momento empezó a generar una ingente cantidad de dibujos, viñetas, chistes y gráficos que irían configurando la personalidad del periódico. Pero no iba a ser hasta 1946 cuando pudiera desarrollar la serie de cómics que curiosamente le ha hecho destacar en este ámbito y que han pasado a la historia del arte antes que a la del Cómic: *How to Look*. Este va a ser su proyecto más ambicioso, en el que sus dibujos y collages transformaron su labor inicial de pequeñas y suplementarias ilustraciones a lecciones a toda página de complejas e irónicas historietas sobre historia y teoría del arte [Figura 4]. Articuladas con un ojo agudamente crítico y un sarcástico sentido del humor, siguen siendo relevantes en la actualidad. Esta peculiar contribución mensual fue publicada en *PM* desde el 27 de enero de 1946 hasta el 5 de enero de 1947 con un total de veintidós cómics. La caída de la serie, sin embargo, no fue porque dejase la revista ni vino debida a su despido, ya que Reinhardt continuó colaborando en el periódico hasta el 28 de marzo de 1947. Las causas parecen venir de un intento de renovación comercial frente a la bajada de ventas. Poco más de un año después, en junio de 1948, el periódico fue cerrado y vendido, desapareciendo.

No vamos a entrar en un análisis pormenorizado de las páginas, ya que ya está hecho con un gran conocimiento de causa tanto por parte de Thomas B. Hess (1975) como de Robert Storr (2013). Tan solo indicaremos por nuestra parte que el estilo agresivo de estos *collages* era deudor de aquellos que hiciera Max Ernst en *La Femme 100 Têtes* (1929) o *Une Semaine de Bonté* (1933), siendo esta confluencia posible gracias al similar inmenso archivo de recortes de antiguos grabados comerciales y periodísticos que ambos poseían. Sus contenidos siempre hacían un repaso por alguna cuestión más o menos relevante sobre el arte moderno, resolviéndola entre el didactismo, la crítica mordaz y la sátira despiadada. En ellas se revisan conceptos estilísticos como el cubismo, el surrealismo o la abstracción, figuras como la del artista, el espacio, la propia mirada, la relación del arte y la industria, como se mira una casa o una galería de arte, pasando por grandes esquemas arborescentes sobre el arte moderno americano que son un detallado mapa que sirve para repasar el camino de muchos artistas, críticos, conservadores y galerías, unos ahora olvidados y muchos aún conocidos, pero siempre relevantes en el mundo del arte contemporáneo [Figura 5].

Acompañadas de apasionadas advertencias contra el peligro de la obsesión por el mercado, estas páginas dan vida al inimitable espíritu de provocación y crítica reflexiva de Reinhardt. Existen como un testimonio del legado de uno de los artistas más significativos del siglo XX y sus cómics siguen resonando como ejemplos importantes de comentarios políticos, culturales y sociales. Esta serie, a pesar de su cancelación en *PM*, tuvo resurgimientos ya fuera de esta cabecera, siendo publicados posterior y esporádicamente nuevos cómics del mismo jaez en revistas como *Critique* (*Political Cartoon*, 1946), *Transformation* (*Museum Landscape*, 1950; *Museum Racing Form*, 1951; *Art of Life of Art*, 1952), *Art d'aujourd'hui* (*Imaginary Museum*, 1951), *Jubilee* (*The Insiders*, 1961) y *ARTnews* (*Our favorites*, 1952; *Foundingfathersfollyday*, 1954; *A Portend of the Artist as a Yhung Mandala*, 1956; y el final *How to Look at Modern Art in America*, 1961, un «árbol» que recoge el eco del que hiciera previamente en 1946).

Junto con esas colaboraciones satíricas en revistas y periódicos no se pueden olvidar dos obras muy poco conocidas y que resultan cuando menos sorprendentes por su calidad y su compromiso humano. La primera de ellas son las ilustraciones para el cuento infantil *A Good Man and His Good Wife* de Ruth Krauss (1944). Esta prolífica y exitosa autora de cuentos infantiles era una vieja conocida de Reinhardt, esposa de Crockett Johnson¹⁰, de quien era colega en *PM* y excompañero, aunque en promociones distintas, del Newtown High School. En la edición de este divertido cuento las ilustraciones se reprodujeron a dos tintas, en el ya consolidado estilo gráfico de Reinhardt, con una limpieza de línea y una eficacia absoluta. Las angulosidades de los años 30 han desaparecido para encontrarnos con un estilo fluido y fresco que ya le va a ser característico. Casi se podría adscribir a un tipo de línea clara donde no hay atisbo de sombra ni de volumen. El recurso gráfico-narrativo de pared transparente que utiliza para dejarnos ver la acción en el interior de la casa es sabiamente administrado para que los personajes puedan interactuar con todo el edificio. Es realmente magistral el uso de la acción no localizada en un espacio concreto de la casa, sino que se conecta entre varias habitaciones. Es quizá la obra en la que Reinhardt se acerca más a una narración más convencional del cómic y se aleja de la estética del chiste. Esta cotizada primera edición es única, ya que aunque esta obra se reeditó por la misma editorial en 1962 ya fue sin los dibujos originales de Reinhardt, que fueron sustituidos por los de otro autor (Marc Simont) [Figura 6].

La otra obra a destacar va a ser *The Races of the Mankind*, un panfleto de 32 páginas escrito por la antropóloga Ruth Benedict y el Dr. Gene Weltfish en 1943, ambos de la Columbia University¹¹. En él intentan desmentir y desmitificar con humor y datos la segregación y el odio racial impuesto por Hitler y sus seguidores. Fue una publicación pensada para ser difundida entre los soldados que estaban en el frente, cosa que no llegó a hacerse, pero que tuvo un gran éxito entre el público en general, y de la que se distribuyeron diez millones de ejemplares. Este libro formaba parte de un proyecto más amplio para utilizar el lenguaje de los cómics como material educacional en el ejército norteamericano [Figura 7]. La labor de Reinhardt aporta un toque de humor muy en su línea que posee una gran efectividad metanarrativa: simplificando y caricaturizando las distintas razas de igual manera las contrapone a todas sin prevalencias de ningún tipo. De este modo, las imágenes de Reinhardt contrastan con otras obras realizadas en el mismo proyecto mencionado y en las que sí se remarcaban las diferencias étnicas, como por ejemplo en *A Pocket Guide to China* (1942), que contenía un capítulo final titulado «How To Spot A Jap» dibujado por Milton Caniff¹², destinada a ayudar a los

10. Como dijimos antes, este amigo de Reinhardt, autor del clásico de la *comic-strip* norteamericana *Barnaby*, también posee una desconocida faceta de «pintor matemático» y de él se conserva una interesante correspondencia con Ad Reinhardt en los «Ad Reinhardt Papers, 1927–1968» (Archives of American Art, Smithsonian Institution).

11. En la citada *Chronology*, Reinhardt lo fecha erróneamente en 1944 y dice de él con sarcasmo: «1944 Hace caricaturas para el panfleto de Ruth Benedict, *Races of Mankind* del cual un congresista intentó censurar en su distribución entre las fuerzas armadas a causa de que un dibujo mostraba a Adán con ombligo. La revista *Time* reprodujo el Adán de Miguel Ángel con ombligo, difundiéndolo por todo el país en un número sobre la libertad de opinión» (Rose, 1991: 6).

12. Autor del clásico *Terry y los piratas*, que estaba de pleno éxito en esa época.



Figura 6: R. Krauss y A. Reinhardt, *A Good Man and His Good Wife*, 1944.

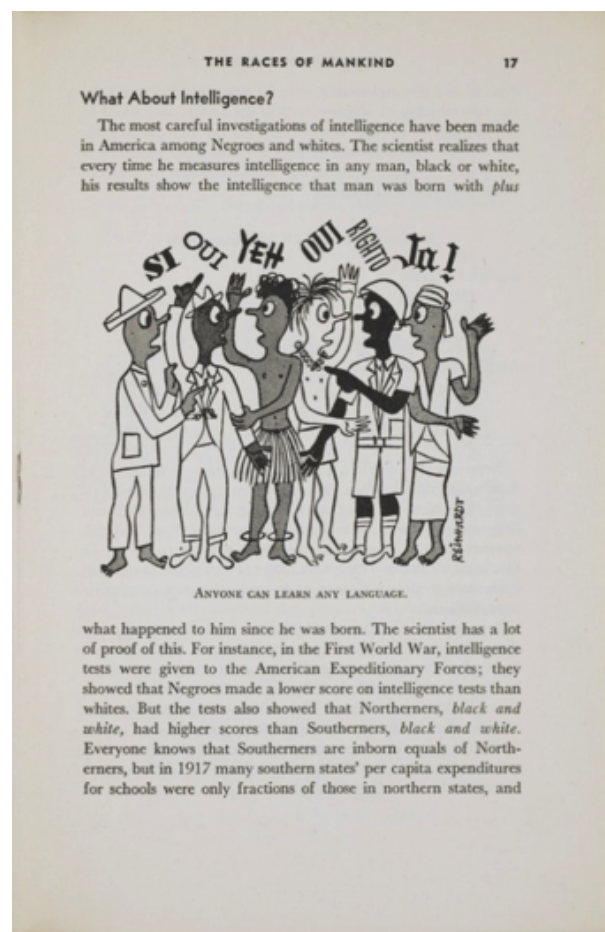


Figura 7: Ilustración de A. Reinhardt para *The Races of Mankind* de Benedict y Weltfish, 1942.

soldados estadounidenses en la identificación de las razas de tipo asiático en los distintos escenarios de batalla del Extremo Oriente, principalmente entre chinos y japoneses [Figura 8].

Al enfrentarnos a estas obras, la elegancia de las composiciones de Reinhardt, la destreza con la que juxtapone el texto y la imagen, y su uso infrecuente pero discordante de la caricatura dibujada a mano hacen de cada página una joya.

Estas obras, más o menos olvidadas durante un tiempo, resurgieron a partir de 2013 con motivo del centenario de su nacimiento. La galería David Zwirner, junto con la Ad Reinhardt Foundation, hizo revivir a Ad Reinhardt reuniendo de nuevo las *Black Paintings*, las cuales desde la retrospectiva del MoMA de 1991 no se habían expuesto juntas. Pero en este caso, además, se reivindicaron al mismo nivel que sus lienzos, sus cómics y sus fotografías¹³. La exposición en Zwirner fue brillantemente comisariada por Robert Storr¹⁴, experto en esos entrecruzamientos (no) tan extraños entre la alta y baja cultura¹⁵. De hecho, Reinhardt no fue el único artista de su época que traspasó esas fronteras, pero de entre ellos solo unos pocos, como Philip Guston y Saul Steinberg, emplearon sus habilidades en la caricatura al servicio de sus principales objetivos artísticos y no como algo marginal. Sin embargo, como señala Storr (2013:5), solo hubo uno que aprovechó su arte en el ámbito del cómic producido en serie no como un «trabajo diario» sino como una dimensión completa, pero separada, de una empresa estética más grande. Y ese fue Reinhardt.

Para concluir esta interrelación entre arte y edición, entre estética y ética, cabría hacerse las preguntas que pavimentaban el andar de Reinhardt en su labor artística y considerar lo que hubiese pensado sobre la reunión de estas dos facetas de su labor en una misma sala. El traspasar el puente, para él infranqueable, entre «el arte como arte y todo lo demás»; el juntar esas dos actividades que tan celosamente distinguía y amorosamente cultivó y presentarlas juntas, tal vez lo considerara una afrenta. Pero seguramente y a la vez le complacería, tal vez se reconocería a sí mismo como un visionario de lo que hoy es habitual, lo aceptaría para sus adentros sabiendo que el monocrómico no tuvo su origen en estudios científicos, sino que nació como una broma conceptual para menospreciar a Whistler, Turner y Monet. Y que fue precisamente en viñetas cómicas donde se pudieron ver las primeras propuestas de «pinturas últimas que cualquiera puede pintar»: como el chiste de Bertall *Vue de la Hougue (effet de nuit) par M. Jean Louis Petit*, publicado en 1843, o el posterior *Combat de negres dans un tunnel*

13. Parte del material de esta exposición está teniendo un recorrido europeo con el título de *Art vs. History*, comisariada por Diana Baldon, iniciándose en el Malmö Konsthall (Suecia, 2015), siguiendo en el Museo de Arte Moderno de Espoo (Finlandia, 2016) y en la Galería Cívica de Módena (Italia, 2018).

14. Uno de los principales críticos y comisarios que reconocen su interés por el cómic y el arte. Entre otras actividades que así lo muestran se puede citar su colaboración en catálogos de exposiciones tan relevantes como *High & Low: Modern Art and Popular Culture* del MoMA de Nueva York (1990), *Masters of American Comics* en el Hammer Museum/MoCA Los Angeles (2005) o la reciente sobre George Herriman en el Reina Sofía de Madrid (2017-18).

15. Es conocido que de entre los maestros del siglo XX que dibujaron cómics se puede citar a Juan Gris, Marcel Duchamp, Lyonel Feininger, Georg Grosz, Edward Hopper, Frantisek Kupka, Reginald Marsh o John Sloan. (Shikes y Heller, 1984).

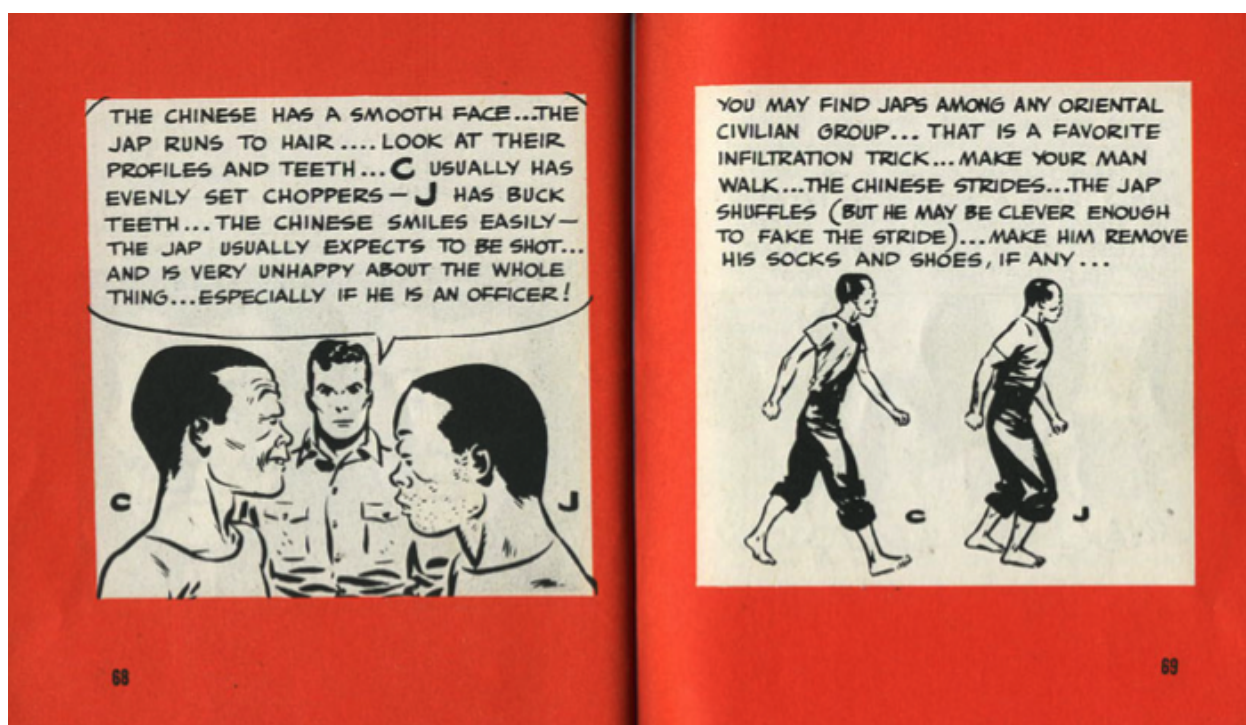


Figura 8: Ilustraciones de Milton Caniff, A Pocket Guide to China, 1942.

de Paul Bilhaud y Alphonse Allais en 1882 (cfr. Rose, 2004: 23-24). Si le quedara alguna duda, acabaría de convencerlo el que, finalmente, los rayos X hayan desvelado que debajo del *Cuadrado negro* (1915) de su amado Malévich hay un dibujo cubo-futurista y unas palabras en ruso que dicen: «Dos negros peleando en una cueva» (Sánchez, 2015, 25 de noviembre). Con ello se confirmarían las paradojas sobre las que se fundamentaba la personalidad de Reinhardt, ya que, como comenta Thomas B. Hess (2010:21y 42), Reinhardt no hablaba más en serio que cuando bromeaba y no bromeaba más que cuando hablaba en serio.

Bibliografía

Cembalest, R. (2013, 13 de noviembre). The Semi-Secret History of Modernism's Best Comic Artist. *ARTnews*. Recuperado de <http://www.artnews.com/2013/11/13/the-semi-secret-history-of-modernist-comic-artist-ad-reinhardt/>

Corris, M. (2008). *Ad Reinhardt*. Londres: Reaktion Books.

Craven, D. (1999). *Abstract Expressionism as Cultural Critique. Dissent During the McCarthy Period*. Cambridge: Cambridge University Press.

Helfand, J. (2007, 17 de mayo). Ad Reinhardt, graphic designer. *Design observer*. Recuperado de <https://designobserver.com/feature/ad-reinhardt-graphic-designer/5507/>.

Hess, T. B. (1975). *The Art Comics and Satires of Ad Reinhardt*. Roma: Marlborough Gallery. (Versión española: Hess, T.B. (2010), Los cómics de arte y las sátiras de Ad Reinhardt. En D. Ortega y S. Shulz (Eds.), *Una página de chistes por Ad Reinhardt*. México: Alias).

Hill, J. E. (2018). *Artist as Reporter: Weegee, Ad Reinhardt, and the PM News Picture*. Berkeley y Los Angeles: University of California Press.

Krauss, R. (1944) *A Good Man and his Good Wife*. New York: Harper and Brothers.

Rose, B. (1991). *Art as Art: The Selected Writings of Ad Reinhardt*. Berkeley y Los Angeles: University of California Press.

Rose, B. (2004). *Monócromos. De Malevich al presente*. Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.

Sánchez, D. (2015, 25 de noviembre). El 'Cuadrado negro' de Malevich escondía un chiste racista. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/cultura/2015/11/20/actualidad/1448022023_567643.html.

Sandler, I. (2014, 16 de enero). My gadfly and my friend. *The Brooklyn Rail. Critical perspectives on arts, politics and culture*. Recuperado de https://brooklynrail.org/special/AD_REINHARDT/ad-and-artists/ad-reinhardt-my-gadfly-and-my-friend.

Sheldon, D. (2016, 3 de agosto). *How To Spot A Jap: A US Army Guide*. Recuperado en <https://ashbak.com/how-to-spot-a-jap-a-us-army-guide-1942-362303/>.

Shikes, R., y Heller, S. (1984). *The Art of Satire. Painters as Caricaturists and Cartoonists from Delacroix to Picasso*. Nueva York: Pratt Graphic Center and Horizon Press.

Spector, N. (2016) Ad Reinhardt. Abstract Painting. Recuperado en <https://www.guggenheim.org/artwork/3698>.

Storr, R. (2013). *How to look. Ad Reinhardt Art Comics*. Ostfildern: David Zwirner / Hatje Cantz Verlag.

Venn, B. (1999). *Collage in America*. Nueva York: Whitney Museum of American Art.

Para un completo y ordenado repertorio de cabeceras e imágenes de las obras editadas de Ad Reinhardt véase la web de su fundación: <http://adreinhardtoundation.org/>.

MÁS ALLÁ DE LA MERCANCÍA: FORMATOS AL MARGEN DE LA CULTURA OFICIAL

Oihane Sánchez Duro

Universidad del País Vasco

oihanesd@gmail.com

www.oihanesanchezduro.com

Recibido: 13/01/2019 | Aceptado: 20/02/2019

doi:10.30827/sobre.v5i0.8533

17

BEYOND THE MERCHANDISE: FORMATS AT THE MARGIN OF THE OFFICIAL CULTURE

ABSTRACT: The presented article examines a series of artistic initiatives that are managed outside the usual official cultural models of two case study cities: Bilbao and Guanajuato (Mexico).

The analysis addresses the factors that facilitate the creation of the «cultural city» model as a means to be adopted by cities that seek an economic spur from culture. In both cases, culture plays an important role in the creation of a city brand: as the cities become new consumer products, their cultural offer is standardized.

The artistic projects undertaken are positioned outside the official sphere while being embedded in the specific contexts and in the identity of each place.

The spaces that have been used or that have motivated each project manifest a strong symbolic and historical load, and display their own forms of associationism and self-sustaining activities.

KEYWORDS: culture, cultural city, city brand, models, identity

RESUMEN: El artículo presentado analiza una serie de iniciativas artísticas cuya gestión se sitúa al margen de los modelos culturales oficiales habituales de dos ciudades objeto de estudio: Bilbao y Guanajuato (México).

Se analizan los factores que favorecen la creación del modelo de «ciudad cultural» como un medio a adoptar por las ciudades que buscan en la cultura un revulsivo económico. En ambos casos, la cultura desempeña un importante papel en la creación de marca de ciudad: conforme las ciudades se convierten en nuevos productos de consumo, la oferta cultural de las mismas se estandariza.

Los proyectos artísticos realizados se sitúan al margen de la oficialidad al tiempo que arraigan en los contextos específicos y en la identidad de cada lugar. Los espacios sobre los que se ha intervenido o que han motivado cada proyecto cuentan con una marcada carga simbólica e histórica y despliegan formatos propios del asociacionismo y la autogestión.

PALABRAS CLAVE: cultura, ciudad cultural, marca de ciudad, modelos, identidad



1. Introducción

A continuación vamos a presentar una serie de proyectos artísticos que surgen con la intención de señalar una situación habitual en el ámbito de la cultura: a menudo, la priorización de formatos concretos repercute sobre el ecosistema cultural local de cada ciudad.

Utilizamos el concepto de ecosistema para referirnos a un ámbito mucho más heterogéneo, compuesto por una amplia variedad de iniciativas y expresiones artístico-culturales, y cuya gestión se encuentra próxima a formatos propios del asociacionismo, la colaboración, la autogestión, etc., y que pueden desarrollarse tanto con el apoyo de la promoción económica o de una manera más independiente. Citando algunos ejemplos, nos referimos a proyectos de intervención cultural, programas y festivales independientes de música, cine o autoedición, espacios expositivos no institucionales..., y en relación a los cuales desarrollan su actividad profesional diversos agentes (como gestores culturales, comisarios, críticos, investigadores, artistas, estudiantes de arte, etc.).

La problemática reside en que, por lo general, estas prácticas no suelen coincidir con el modelo cultural oficial establecido, lo cual puede afectar tanto a la visibilidad como a la perdurabilidad de las mismas. Por este motivo, el objetivo de los trabajos que se describen reside en la visibilización de otras prácticas y expresiones artístico-culturales inherentes a la ciudad (como veremos concretamente en el caso de Bilbao).

Antes de continuar, cabe detenernos en los factores que favorecen el desarrollo de los formatos hegemónicos.

La cultura cumple un papel fundamental en el establecimiento de un modelo de ciudad basado en la economía de servicios. Este es un fenómeno común a muchas ciudades del globo que, tras un periodo de declive, encuentran en lo cultural un motor de regeneración económica.

Es el caso de numerosas ciudades occidentales en las que ha tenido lugar, fundamentalmente, un proceso de desindustrialización y que ahora se encuentran en el tránsito hacia un modelo de ciudad cultural. Ya que se trata de un fenómeno generalizado e influido, entre otros factores, por el desarrollo del neocapitalismo y el turismo global (Barcenilla, 2016:30), muchas localidades de diferentes continentes pueden optar por este modelo de desarrollo económico, como es el caso de numerosas ciudades latinoamericanas.

Así, la cultura pasa a entenderse como un medio para otros fines, como pueden ser la regeneración económica, la planificación urbana o la legitimación política y mediática. De hecho, Yúdice (2002:23) define la cultura como un medio para la inversión: «El papel de la cultura se ha expandido de una manera sin precedentes al ámbito político y económico, al tiempo que las nociones convencionales de cultura han sido considerablemente vaciadas».

Con esto, la cultura pasa a formar parte de una clara estrategia de creación de una marca de ciudad que dará paso a procesos de transformación estrechamente ligados a la «elitización» de espacios urbanos concretos. El patrimonio, las infraestructuras culturales y el ocio es una de las variantes que Checa-Artasu (2011) identifica como activadora de los procesos de gentrificación¹: en esta nueva escena, proliferan proyectos arquitectónicos icónicos, los arquitectos-estrella y mega-eventos internacionales que actúan como propaganda y *marketing* urbano, favoreciendo la creación de una imagen de ciudad cuyo propósito es atraer tanto inversores como consumidores, asentando una nueva fase en el crecimiento económico de las ciudades.

1. Gentrificación es un neologismo que deriva de la palabra inglesa «gentry» (burgués) y actualmente es un fenómeno global fácilmente detectable en numerosas ciudades del globo, especialmente, pertenecientes al primer mundo. El término es acuñado en 1964 por la socióloga Ruth Glass a raíz de una serie de estudios en torno a la renovación del barrio obrero de Islington en Londres, como consecuencia de una mayor presencia de la clase media-alta londinense. Como norma general, el término gentrificación suele traducirse como «aburguesamiento» y normalmente se señala a un tipo de transformación urbana que lleva como consecuencia la modificación del carácter social de un barrio o distrito, conforme aumenta el número de residencias e infraestructuras más costosas así como ciertos servicios destinados a una clase más pudiente que la predecesora. Una de las consecuencias de este fenómeno es el desplazamiento de los grupos sociales de menores recursos que se ven forzados a abandonar un espacio urbano concreto en busca de otros más accesibles en relación a sus ingresos.

En definitiva, y tal y como indica Delgado (2011:96-97) lo cultural pasa a configurarse como un instrumento,

...tanto al servicio de la legitimación simbólica de las instituciones políticas de la ciudad como de la promoción mercadotécnica de sus singularidades estéticas de cara a promotores inmobiliarios, clases medias ávidas de nuevos y viejos «sabores locales» y al turismo de masas, todo ello en un contexto generalizado de reapropiación capitalista de las metrópolis y de conversión de éstas en mero producto de y para el consumo.

En este documento, vamos a presentar los casos de dos ciudades pertenecientes a países y continentes diferentes: Bilbao, situada al norte de España, y Guanajuato, capital del estado homónimo en México. En ambas ciudades se opta por acciones culturales tanto permanentes (por ejemplo, dotar el entramado urbano de infraestructuras culturales como los museos) como efímeras (realización de eventos y festivales o programas concretos) propias de la creación del nuevo modelo de ciudad.

En Occidente, tomamos Bilbao como ejemplo de una ciudad sumida en el declive industrial provocado por la crisis económica de la década de los 70 y que en el paso hacia un modelo basado en los servicios apuesta, entre otras estrategias, por un contenedor cultural. En la década de los 90 se ponen en marcha diversos proyectos para promover la regeneración urbana. Entre ellos, destaca la construcción del museo Guggenheim de Bilbao, inaugurado en 1997 como uno de los elementos del cambio más paradigmáticos. En este sentido, el llamado «efecto Guggenheim» ha supuesto un referente a nivel internacional: la instalación de este emblemático equipamiento cultural en una zona decadente pero céntrica de Bilbao ha promovido la transformación del lugar y sus áreas vecinas, posicionando la ciudad en el panorama universal como un ejemplo de transformación, y cuyo éxito, además, han tratado de replicar en otros lugares.

Guanajuato es otro caso de una ciudad cuya economía es impulsada por la cultura. En 1988, esta localidad latinoamericana fue declarada patrimonio de la humanidad por la UNESCO debido a su importante patrimonio cultural (Herrera y Navarrete, 2017) compuesto por numerosas obras arquitectónicas destacables (como el teatro Juárez y el teatro principal, entre otras dedicadas al arte y la cultura; o la Alhóndiga de Granaditas, el mercado Hidalgo y el edificio de la Universidad de Guanajuato, entre otros). Al mismo tiempo, dicha capital es conocida por la celebración de grandes eventos y festivales: Guanajuato es la sede del Festival Internacional Cervantino (FIC), dedicado al poeta y dramaturgo español Miguel de Cervantes (1547-1616) y su personaje Don Quijote de la clásica novela española *Don Quijote de la Mancha* (1605), que tiene lugar anualmente en dicha localidad desde 1972. Aunque no se ha demostrado la relación entre Cervantes y la capital guanajuatense, el origen del festival se achaca al profesor de la Universidad de Guanajuato y director de teatro Enrique Ruelas (1913-1987), quien en 1952 comienza a interpretar los entremeses cervantinos con un grupo de estudiantes de teatro².

Tanto el museo Guggenheim de Bilbao como el FIC de Guanajuato forman parte de la identidad de las mismas, sin embargo, ambos elementos responden a formatos importables que bien podrían ser reproducidos en otras ciudades. De hecho, se trata de desarrollar un modelo cultural cuyos resultados han resultado positivos en otras ciudades. El éxito de este tipo de formatos, como, por ejemplo, la realización de festivales y eventos internacionales (entre otros, de música y cine), la apertura de museos, centros y proyectos culturales dirigidos al turismo y el público masivo, conforma una oferta cultural estandarizada «cuyo efecto homogeneizador no diferencia a oriente de occidente ni al norte ni al sur» (Lauzirika y Rodríguez, 2014:45). De hecho, en el caso de ambas ciudades podemos hablar de turistización de centros urbanos y procesos de gentrificación en general.

2. Metodología

Los proyectos que se presentan profundizan en los procesos, las motivaciones y el análisis del contexto cultural de cada ciudad así como en la multiplicidad de lugares y entornos en los que la cultura tiene lugar. Las propuestas hacen especial hincapié en los formatos de

2. Hoy por hoy, el FIC o «el Cervantino» aglutina, además de múltiples representaciones en torno a la obra de Cervantes, todo tipo de proyectos, eventos y actividades artísticas y culturales durante su celebración. Tal ha sido la repercusión de dicho festival a nivel internacional que en el año 2005 Guanajuato fue declarada Ciudad Cervantina de América.



Figura 1: Sánchez Duro, O. (2015-2016). *Bilbao Dé-Tour-Nement. Catálogo de Espacios y Prácticas Artístico-Culturales* (catálogo). Bilbao.

intervención y actuación extraoficiales y en la transformación de los espacios públicos de comunicación (desde formatos editoriales hasta otro tipo de medios estrechamente relacionados con la cultura popular). El objetivo es traer sobre la mesa una situación habitual en el ámbito cultural: la priorización de una oferta estandarizada repercute sobre otro tipo de formatos.

Los dos proyectos que se producen en relación al contexto cultural de Bilbao están relacionados entre sí, pero muestran diferentes formalizaciones. Por un lado, *Bilbao Dé-Tour-Nement. Catálogo de Espacios y Prácticas Artístico-Culturales/Espazio eta Praktika Artistiko-Kulturaleen Katalogoa* adopta el formato de la publicación. En este caso, se opta por un medio extraído de los recursos de la promoción urbana de la ciudad: los planos y guías turísticas. En este sentido, el mapa que se incluye en este trabajo supone un medio para la visualización estética de datos, concretamente, para dar cuenta de las iniciativas y expresiones artístico-culturales que se desarrollan en el entorno cercano. Por otro lado, con la intervención titulada *Aquí no hay banderas blancas* se muestra un enfoque más poético en relación a esta misma problemática: para ello, se utiliza el formato de la pancarta para llamar la atención sobre la situación de precariedad inherente al ámbito cultural de Bilbao.

Volviendo al segundo caso de ciudad que citábamos más arriba, Guanajuato, el empleo de medios de comunicación pública nos permite ahondar en la promoción de la ciudad como destino turístico. En este aspecto, la ciudad y sus expresiones culturales se han convertido en un producto de consumo focalizado en el centro urbano, concentrando grandes masas de visitantes durante todo el año.

En respuesta a la imagen de una ciudad capaz de «... atraer al turista medio, ofrecer una ciudad limpia, moderna y global, cómoda y silenciosa» (Barcenilla, 2015:42) y aparentemente desproblematizada que se trata de proyectar, las obras que vamos a comentar tienen como objetivo poner en cuestión ese mismo artificio a través de la tergiversación de contenidos, mediante la creación editorial y la reproducción y la modificación de la señalética municipal (en este aspecto, describiremos los proyectos *Ensayo para una callejoneada* y *No deposite basura en este lugar*).

2.1 Circuitos culturales más allá del espectáculo

El proyecto *Bilbao Dé-Tour-Nement. Catálogo de Espacios y Prácticas Artístico-Culturales/Espazio eta Praktika Artistiko-Kulturaleen Katalogoa* surge con la motivación de recoger y visibilizar la oferta cultural implícita en Bilbao que se desarrolla con independencia del circuito cultural oficial.

Uno de los objetivos del catálogo se ha basado en detectar iniciativas que surgen desde la práctica artística y que cuentan con un marcado componente social que, bien a través de un espacio o sin él, asumen el contexto socio-cultural específico como parte integral de su práctica (Claramonte, 2010:10). Ello indica la capacidad del arte para integrarse en otras capas que difieren del hecho cultural sobreentendido como un producto de consumo espectacular (Debord, 1967).

Recordando al teórico situacionista³ Guy Debord, resulta interesante destacar una de las obras que nos acercan al empleo del imaginario cartográfico con otros fines más allá de su uso habitual: *Guide Psychogéographique de Paris* (1957) era un mapa desplegable confeccionado a partir de fragmentos de la ciudad mencionada; bajo el imaginario de las guías turísticas al uso, se trataba de un mapa que invitaba al visitante a perderse por la ciudad.

En este caso, también se utiliza la táctica del *détournement*⁴ para alterar el contenido general de las guías y planos turísticos que recogen los espacios más emblemáticos de la ciudad (como los principales museos y salas de exposiciones) ofreciendo una oferta cultural normalizada. Por lo tanto, durante la realización de este proyecto se decide modificar y ampliar el plano turístico típico de Bilbao con el fin de incluir otros espacios y proyectos que desarrollan un programa cultural con independencia de los circuitos legitimados para ello.

3. El movimiento situacionista o situacionismo sería la denominación del pensamiento y la práctica en la política y en las artes inspirada por la Internacional Situacionista (1957-1972).

4. Concepto surgido dentro del movimiento situacionista que habla sobre la posibilidad artística y política de tomar un objeto creado por el capitalismo o el sistema político hegemónico y distorsionar su significado y uso original.

Así, este mapa se transforma en un formato poético para la visualización de contenidos y supone un medio de reivindicación de los espacios y expresiones culturales y artísticas que tienen lugar al margen de la oficialidad. Además, se subrayan las múltiples prácticas que se integran en la propia cotidianidad del entorno social y cultural que las motiva, siendo éste un factor fundamental que permite entender el arte no como un motor de generación de valor económico, sino como un bien en sí mismo.

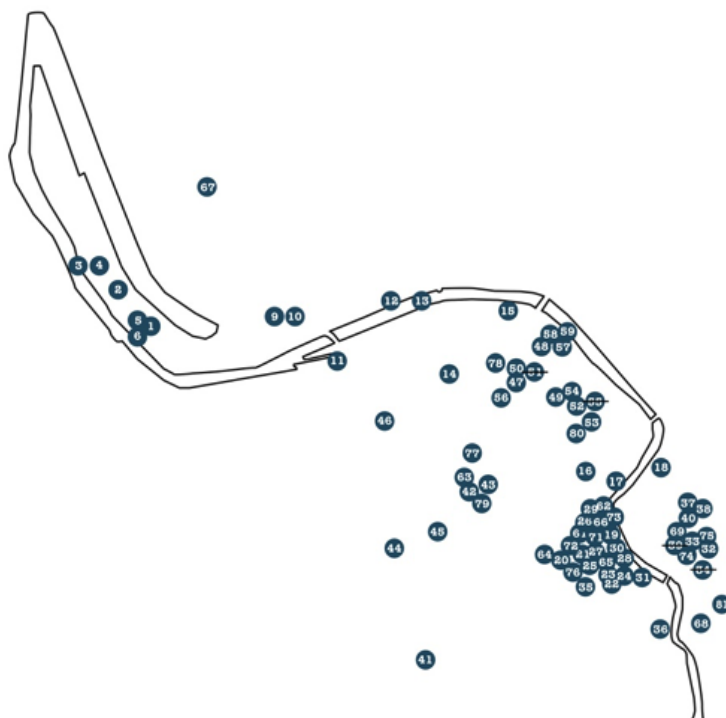


Figura 2: Sánchez Duro, O. (2018). *Bilbao Dé-Tour-Nement. Catálogo de Espacios y Prácticas Artístico-Culturales* (mapa). Bilbao

Otro de los proyectos realizados en Bilbao que nos interesa destacar es la intervención artística *Aquí no hay banderas blancas*. En el contexto social y cultural particular de esta ciudad, las pancartas han supuesto un medio de comunicación frecuente, formando parte del imaginario postindustrial: podemos relacionar este medio con las huelgas y protestas obreras derivadas de la crisis y de la subsecuente reconversión del sector industrial. Dicha intervención traslada este mismo imaginario al ámbito de la cultura: sin ir más lejos, el salto hacia el modelo de la ciudad cultural está presente en el desplazamiento de una sociedad industrial (productiva) a una sociedad de consumo y del sector servicios. Este proyecto alude, concretamente, a una de las consecuencias de establecer un modelo cultural rígido y jerárquico: la precariedad del ecosistema cultural local.

La producción de este proyecto se inscribe en el programa de intervenciones artísticas que se lleva a cabo en la caseta del puente de Deusto⁵.

En el centro neurálgico de la transformación de Bilbao, el barrio de Abandoibarra,⁶ se sitúa la caseta que contenía la maquinaria para elevar las dos secciones del puente de Deusto y permitir el tráfico marítimo que discurría a través del Nervión. Durante los años 80, el puente y sus cercanías se convirtieron en el escenario en el que tuvo lugar la huelga obrera promovida por los trabajadores de los Astilleros Euskalduna en respuesta al cierre de éstos, desembocando en una batalla frente a las fuerzas policiales de la ciudad conocida como la batalla del Euskalduna.

5. <http://artepuentededeueto.blogspot.com/>

6. La zona donde se construye el museo Guggenheim, Abandoibarra, fue anteriormente una zona de gran actividad industrial. Actualmente se sitúan aquí todo tipo de infraestructuras relacionadas con el ocio y los servicios.

En 1995 tuvo lugar la última apertura del puente por motivos comerciales; con el cese de la actividad que se venía vaticinando desde 1992, paulatinamente, tanto caseta como maquinaria fueron quedando en desuso. Actualmente, el puente de Deusto es transitado por vehículos y peatones.

En 2012, el artista Juan Pablo Ordúñez (MawatreS) pone en marcha un programa de intervenciones artísticas en el interior de la caseta. Este proyecto curatorial viene a señalar, por una parte, la recuperación de un elemento arquitectónico del pasado portuario e industrial de la Villa como parte activa de la actividad cultural de la ciudad contemporánea. Una de las intenciones de este proyecto es llevar a cabo un programa cultural (en este caso, las intervenciones artísticas) sin la necesidad de contar con importantes inversiones como las destinadas a macroequipamientos o proyectos culturales con «apariencia cultural pero con intencionalidad política» (Ordúñez y Lauzirika, 2012) o con el ánimo de cumplir con otro tipo de intereses alejados de lo cultural como son el urbanístico, el económico, el político y el simbólico y el social, tal y como identifica Esteban (2007:25). Por otra parte, se trata de dar visibilidad a un elemento que había quedado en desuso y neutralizado por el entorno y casi imperceptible para los transeúntes, a través de una serie de propuestas artísticas cohesionadas con el contexto histórico, social y político del entorno de la caseta. Como concretan Juan Pablo Ordúñez (MawatreS) y Arantza Lauzirika Morea (2012) a propósito de dicho proyecto:

...la caseta se recupera de una forma activa y deja de ser un residuo de la ciudad industrial, para formar parte activa de una ciudad cultural. Su función ahora, es acercar el arte emergente, para mostrarlo en el espacio público de la ciudad de Bilbao, sin que los ciudadanos tengan que visitar salas o galerías, simplemente tienen que pasear para ver.

El proyecto artístico que hemos introducido es seleccionado en la actual convocatoria de nuevas propuestas de intervención en la caseta (2018-2019). El tema se sitúa en el intersticio de esa cultura empleada como recurso, como apostilla Yúdice (2002), y una cultura más cohesionada con el entorno social y cultural local que, sin embargo, no cuenta con garantías para el desarrollo de una actividad prolongada⁷.

Uno de los referentes que motiva el uso de formatos relacionados con la cultura popular (por ejemplo, la pancarta) es el artista británico Jeremy Deller, cuyo trabajo se vertebra en torno al cambio de Reino Unido hacia una sociedad postindustrial. Sus obras incluyen, precisamente, una clara reflexión en torno al desplazamiento social mismo mediante el cual la sociedad pasa de ser productora a ser consumidora como consecuencia implícita del tránsito hacia el capitalismo tardío (Ferrero, 2010).

En ese desplazamiento que se produce hacia las sociedades de consumo, la intervención realizada en la caseta supone una reivindicación de una cultura que se aleja de su concepción como mercancía.

2.2 Itinerarios más allá de la promoción turística

Tal y como argumenta el colectivo YProductions (2009) en relación a Harvey (1989), «En los procesos de construcción de ciudades marca [...] se hace necesario proyectar un imaginario atractivo que pueda crear un valor diferencial en el mercado...». Como adelantábamos más arriba, los trabajos artísticos que se realizan en Guanajuato cuestionan esa imagen atractiva y aparentemente aséptica que se trata de proyectar de esta ciudad.

Podemos mencionar a Rogelio López Cuenca como uno de los artistas que ha abordado la creación de un *branding* de ciudad y la tematización y turistización de los centros urbanos a través de su trabajo⁸. Entre otras estrategias, utiliza formatos próximos a la cartelería o la

7. Por ejemplo, los espacios culturales autogestionados. En el País Vasco, son comunes los *gaztetxes*: se trata de espacios que han estado largamente en desuso (viejas fábricas, almacenes, edificios industriales...) y que son *okupados* por un grupo de personas que ponen en marcha un proyecto socio-cultural con la intención de dar respuesta a una serie de necesidades del propio lugar. La palabra *gaztetxe* está compuesta «*aazte*» (joven) y «*etxe*» (casa), pudiendo traducirse como «casa para, o de los jóvenes», quienes llevan a cabo la gestión.

8. *Ciudad Picasso* es un proyecto de investigación y creación artística en curso que analiza precisamente este hecho basado en la figura del pintor del siglo XX Pablo Picasso y su relación con la ciudad de Málaga. Este proyecto señala la transformación del centro histórico de Málaga en un parque temático sobre la vida y obra del pintor, que ha devenido en un producto de consumo atractivo para el turismo cultural en masa.



Figura 3: Sánchez Duro, O. (2018). *Aquí no hay banderas blancas* (intervenciones). Intervenciones en la caseta del puente de Deusto. Bilbao.

24

señalética urbana (por ejemplo, las placas municipales que señalan hechos históricos destacables ocurridos en el propio lugar) para alertar sobre el proceso de «picassización» (esto es, la tematización de áreas urbanas concretas a partir de la figura del pintor Pablo Picasso) que ocurre en la ciudad de Málaga.

Como hemos adelantado en el apartado anterior, los proyectos artísticos realizados en Guanajuato han tenido como referente la tergiversación de formatos relacionados con la promoción urbana, turística y cultural; la siguiente obra se enfoca en una de las expresiones culturales más características de esta ciudad: la callejoneada.

Esta actividad es uno de los principales atractivos para aquellos que visiten la capital: los recorridos tienen lugar varias veces al día de manera casi ininterrumpida durante todo el año, en los cuales se transitan los callejones más emblemáticos de Guanajuato. La visita se realiza de la mano de las diferentes estudiantinas (o tunas), mientras éstas interpretan canciones populares, acompañando la voz de los intérpretes con diversos instrumentos.

Ensayo para una callejoneada es una tergiversación del contenido habitual del cancionero a través de una serie de experiencias personales vividas en los propios callejones: así, se contraponen la *callejoneada* como una actividad turística y la *callejoneada* como una experiencia cotidiana que discurre al margen de los espacios menos conflictivos de la ciudad.

Así, este proyecto opera como un *détournement* a través de varias capas de significado. Principalmente y tal como acabamos de describir, se modifica el sentido de la callejoneada como una actividad turística normalizada y localizada en el centro de la ciudad. Seguidamente, se plantea una tergiversación de los contenidos que componen los temas del propio cancionero desde un enfoque feminista: *Ensayo para una callejoneada* visibiliza sin titubeos que esos otros recorridos conforman una suerte de itinerarios en los que, por otra parte, no hay cabida para leyendas románticas e historias de desamor, sino la evidencia del acceso desigual de la mujer al espacio urbano.

El proyecto se materializa en un formato de edición que recuerda a las cuartillas o panfletos empleados, entre otras cosas, para difundir la letra de las canciones entre los asistentes.



Figura 4: Sánchez Duro, O. (2018). *Ensayo para una callejoneada* (proyecto editorial). Guanajuato, México.

Sin abandonar el escenario que nos ofrece el centro de Guanajuato, encontramos un curioso cartel municipal que reza: «No deposite basura en este lugar. Es paso turístico: evite ser multado. Atentamente, Presidencia Municipal». El callejón Antigua de Gallos es uno de tantos callejones pintorescos que se encuentran en el centro histórico de la ciudad.

Resulta curioso que la razón por la que no debería arrojar basura en este callejón es que se trate de un «paso turístico», lo cual concuerda con la intención de mostrar una ciudad tranquila, cómoda y moderna, pero, sobre todo, limpia para los visitantes. Parafraseando este cartel, se reproduce uno nuevo imitando la estética del primero, pero alterando la frase original a partir de un enunciado absurdo que sintetiza la idea anterior.

3. Conclusiones

La comparación establecida entre Bilbao (País Vasco) y Guanajuato (México) indica que a pesar de ser contextos distantes y diferentes entre sí (por una parte, una ciudad occidental y,



Figura 5: Sánchez Duro, O. (2018). *No deposite basura en este lugar* (cartel). Guanajuato, México.

26

por otro lado, una ciudad mexicana) ambas muestran una serie de coincidencias surgidas en torno al empleo del hecho cultural como un activador económico.

En ambos casos, destacamos que se reproducen formatos culturales que bien podrían darse en cualquier otra ciudad del mundo, sin asumir las particularidades de cada contexto. Por esta misma razón, resultan elementos indispensables en la creación de un modelo de ciudad especialmente dirigido al turismo global, generando cierta tensión entre los formatos importados y otras expresiones culturales.

A través de la imitación de las guías y mapas turísticos, el proyecto *Bilbao Dé-Tour-Nement. Catálogo de Espacios y Prácticas Artístico-Culturales/Espazio eta Praktika Artistiko-Kulturrak* ha resultado un medio para mostrar aquellas expresiones alejadas de la lógica de consumo contemporánea y poner sobre la mesa la situación de precariedad que experimentan diferentes colectivos culturales. Una formalización más poética la encontramos en la obra *Aquí no hay banderas blancas*, la cual crea una relación entre los formatos de la protesta como medio de comunicación pública ligado a la era postindustrial (momento clave en la búsqueda de nuevos modelos de desarrollo económico de las ciudades) y la situación de continua precariedad que se produce en el ámbito cultural local.

Por su parte, los resultados de creación artística obtenidos en Guanajuato cuestionan la construcción de un tipo concreto de ciudad a través de medios ligados a la promoción turística.

Los proyectos editados permiten ahondar en las fisuras de los modelos hegemónicos de la ciudad cultural, proponiendo alternativas, relaciones de mediación y de integración, asumiendo la discrepancia como fundamento para la intervención.

Bibliografía

- Barcenilla, H. (2016). Kultur politikak: paradigma aldaketa? *Jakin*, (215-216), 29-45.
- Checa-Artasu, M. M. (2011, 15 de marzo). Gentrificación y cultura: algunas reflexiones. *Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, 15(914). Recuperado de <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-914.htm>.
- Claramonte, J. (2010). *Arte de contexto*. Donostia-San Sebastián: Nerea.
- Delgado, M. (2011). *El espacio público como ideología*. Madrid: Catarata.
- Esteban, I. (2007). *El efecto Guggenheim. Del espacio basura al ornamento*. Barcelona: Anagrama.
- Ferrero, Á. (2010). La Batalla de Orgreave. Entre el simulacro, el teatro de masas y el cine político. *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 25(1), 127-149. <https://doi.org/10.5209/NOMA.27089>.
- Guy, D. (2002). *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-Textos.
- Harvey, D. (1989). *The Urban Experience*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Herrera, J. C. L. C., y Navarrete, D. (2017). Turismo y gentrificación en ciudades patrimoniales; los casos de las ciudades de Guanajuato y San Miguel de Allende. *Verano de la Investigación Científica*, 3(2). Recuperado de <http://www.jovenesenlaencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaencia/article/view/2095/1596>.
- Lauzirika Morea, A., y Rodríguez Arkate, N. (2014). Arte y trabajo. En Estankona, A., Lauzirika, A., y N. Rodríguez. (Eds.), *Áreas emergentes e innovación en el sector cultural y creativo vasco*. Bilbao: Euskal Herriko Unibertsitateko Argitalpen Zerbitzua/Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Ordúñez, J. P., y Lauzirika, M. (2012). Arte para recuperar la memoria. Arte Puente de Deusto [blog]. Recuperado de <http://artepuentededesto.blogspot.com/2012/12/arte-para-recuperar-la-memoria.html?q=Arte+para+recuperar>.
- YProductions. (2009). *Nuevas economías de la cultura. Tensiones entre lo económico y lo cultural en las industrias creativas. Parte I*. YProductions.
- Yúdice, G. (2002). *El recurso de la cultura: usos de la cultura en la era global*. Barcelona: Gedisa.

LA ESTÉTICA DE ARCHIVO EN EL ATLAS DE GERHARD RICHTER: LA PRÁCTICA ARTÍSTICA SIN HORIZONTE DE ESPERA

Víctor Murillo Ligorred

Universidad de Zaragoza

vml@unizar.es

Recibido: 02/03/2018 | Aceptado: 25/09/2018

doi:10.30827/sobre.v5i0.7190

THE AESTHETICS OF ARCHIVE IN GERHARD RICHTER'S ATLAS: THE ARTISTIC PRACTICE WITHOUT AN HORIZON OF WAITING

ABSTRACT: The present article approaches the Atlas of photographs, collages and sketches of Gerhard Richter from the logics of archival aesthetics. For this, the tradition of the atlases is studied in its documentary aspect and how its artistic production has to do with the multiplicity of readings, discontinuities and fragments of the society of its time. Then the Richter Atlas is analyzed as a file, in a broad sense, as well as the functions it develops from this understanding. In the third place, the discourse focuses on the *bilderatlas Mnemosyne* by Aby Warburg and the connection established between it and that of Richter, with its similarities and differences. To, finally, reflect in iconic terms, on the very nature of the atlas as a mnemonic archive. A documentary work about the iconic that forces the gaze of those who contemplate it and immerses it in the infinity of its multiple readings.

KEYWORDS: atlas, archive, aesthetic, Gerhard Richter, mnemonic

RESUMEN: El presente artículo aborda el *Atlas de fotografías, collages y bocetos* de Gerhard Richter desde las lógicas de la estética de archivo. Para ello, se estudia la tradición de los atlas en su vertiente documental y cómo su producción artística tiene que ver con la multiplicidad de lecturas, de discontinuidades y fragmentos de la sociedad de su tiempo. Después se analiza el *Atlas* de Richter en tanto que archivo, en sentido amplio, así como las funciones que desarrolla desde este entendimiento. En tercer lugar, se centra el discurso en el *Bilderatlas Mnemosyne* de Aby Warburg y la conexión que se establece entre éste y el de Richter, con sus semejanzas y diferencias. Para, en último lugar, reflexionar en términos icónicos sobre la propia naturaleza del atlas como archivo mnemónico: una obra documental sobre lo icónico que fuerza la mirada de quien la contempla y lo sumerge en la infinitud de sus múltiples lecturas.

PALABRAS CLAVE: atlas, archivo, estética, Gerhard Richter, mnemónico

29



Introducción: sobre la tradición de los atlas

El *Atlas* de Gerhard Richter forma parte de una tradición artística que sitúa en los sesenta, un punto álgido en su producción, donde su principal objetivo era la acumulación y ordenación de ingentes cantidades de documentos (Buchloh, 1999). Guasch (2011:53) sitúa a este modelo de trabajos como archivos que asumen el concepto foucaultiano de la arqueología entendida como momento y genealogía; desde este punto de vista, se desarrollan como la suma de las discontinuidades, ausencias, silencios, rupturas, fisuras y disrupciones en oposición al discurso histórico reafirmado en la noción de discurso continuo. Este tipo de trabajos reclaman un retorno a lo real cercano a las postulaciones lacanianas que confirman la muerte del autor propuesta por Roland Barthes.

El *Atlas* asume, desde este entendimiento, una tensión interna que se sustenta a medio camino entre su estructura rigurosamente formal, frente a las discontinuidades y la dificultad que presentan las estructuras acumulativas a la hora de ser interpretadas. Este proyecto se sitúa en un momento en el que la estética documental estaba en constante desarrollo. En este sentido, Richter no es el único que inicia un proyecto así, ya que es común a otros artistas en aquellos años, como Polke, Boltansky, Baldesary y otros muchos artistas que se interesaron desde un principio por esa estética documental y acumulativa. Todos estos artistas comparten la afición manifiesta por la foto, el aura del documento gráfico familiar y por la estética de la imagen doméstica (Del Río, 2000). Este acercamiento con el proyecto de Richter del atlas no pretende adentrarse en la trama fotográfica, la cual había sido superada a través de otras perspectivas teóricas y prácticas. La cuestión del atlas está incluida con la idea del documento y de su asimilación en forma de mecanismos connotados de la imagen fotográfica con respecto a la sociedad de masas con la que convivía. En esta dinámica en el estudio de los atlas, en el año 2010 se realizó una exposición que recogía la idea de esa documentalidad de las imágenes de la que fue comisario George Didi-Huberman¹. Ésta había sido concebida para favorecer la comprensión del trabajo de algunos artistas y cómo, ese trabajo, puede considerarse desde un punto de vista de método auténtico. A partir de aquí la visión que pretendía mostrarse era la de un conocimiento transversal y no estandarizado del mundo. En esta exposición no se mostraban las obras, como podía ser el caso de las acuarelas de Paul Klee, sino su modesto herbario y las ideas gráficas o teóricas que brotaron de aquel caldo de cultivo. Tampoco se mostraban los cubos minimalistas de Sol LeWitt, sino sus montajes fotográficos en las paredes de su estudio en Nueva York. Antes que las obras vistas como el resultado final del trabajo, se mostraban los espacios operativos, los procesos y las superficies de realización de los trabajos mismos. Esta relectura constituía una nueva forma de contemplar la visión de la historia en tanto que es contada por las bellas artes, alejada de los esquemas teóricos y estilísticos del academicismo tradicional. La tradición del atlas como ha puesto de manifiesto Didi-Huberman (2002:76) está vigente todavía hoy en día en

el arte contemporáneo en una de esas máximas de conceptos revisables y de eterno retorno de las problemáticas no resueltas de la modernidad.

En el presente texto, el proyecto de *Atlas de fotografías, collages y bocetos* de Gerhard Richter se entiende en los cauces de una lógica de «acumulación de géneros visuales y de imágenes que una estructura de archivo de marco ilimitado permite redistribuir y reorganizar en el interior de una obra que en los primeros paneles obedecía a un valor sentimental vinculado tanto a historias familiares como sociales y políticas» (Guasch, 2011:53): una suerte de macro proyecto de archivo iniciado en 1962 y activo como *work in progress* hasta la actualidad de nuestros días. Este trabajo serial y acumulativo se inicia desde la tradición del *ready-made*, seleccionando documentos encontrados de archivos familiares, policiales, de ámbitos públicos y privados. La obra se constituye por fragmentaciones y discontinuidades que permiten establecer distintos e innumerables niveles de lectura, bien por afinidades o bien por rupturas epistemológicas, que arrojan nuevos significados sobre las propias imágenes y la forma de relacionarlas entre sí: un archivo de la memoria de la segunda mitad del siglo XX.

El *Atlas* de Gerhard Richter: un archivo sin horizonte de espera

En su descripción formal, el *Atlas* muestra una estructura compositiva diseñada sobre paneles de madera de unos determinados formatos, regulares y estandarizados por el propio Richter, que se han mantenido en el tiempo. La grandiosidad, la elocuencia y la monumentalidad están presentes a la hora de elaborar esta obra y, como señala Dorothea Dietrich (1996), se plantea un aspecto modular que sugiere la ampliación indefinida de la serie, circunstancia que se advierte en el trabajo del artista durante los últimos más de cuarenta años. Su estructura en paneles es de clara predominancia horizontal y, hasta el año 1996, el artista utilizó sólo tres medidas únicas de paneles². En sus primeras ediciones expositivas, los paneles aparecían sin una denominación determinada, sin ningún tipo de mácula o título. En las dos últimas ocasiones que ha sido mostrado, aparecen unas tablas adicionales en las que se añaden los títulos y los años de realización de las obras. Además de esto último, en las dos últimas exposiciones del *Atlas* aparecen otras numeraciones y otros órdenes correspondientes a los anteriores sistemas de ordenación que se habían aplicado a la obra en las exposiciones anteriores. Si se analiza el número de documentos que aparecen en los distintos paneles, tampoco se encuentra un denominador común. Los paneles pueden aparecer con tan solo un documento, como contener hasta cuarenta y cuatro documentos. Las imágenes por lo general se muestran agrupadas en número par y en muchos paneles se repite la cifra de cuatro y diez. Otro aspecto a tener en cuenta en la estructura formal de la obra es que se repite el uso continuado de una retícula. Este sistema es

¹ Exposición: «Atlas. ¿Cómo llevar el mundo a cuestas?». Comisario: George Didi-Huberman. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. Del 26 de noviembre de 2010 al 28 de marzo de 2011.

² En el estudio de los paneles se observa que, hasta esa fecha de 1996, todos los paneles correspondían a las siguientes medidas: 51,7 x 66,7 cm (esta medida aparecía colocada tanto vertical como horizontalmente); 36,7 x 51,7 cm (ídem); 51,7 x 73,5 cm (horizontales). A partir de 1997 Richter introduce seis nuevas medidas: 51,7 x 71 cm (en horizontal y vertical); 50 x 35 cm (siempre en vertical); 50 x 65 cm (siempre en horizontal); 50 x 72 cm (en horizontal y vertical); 51 x 85 cm (siempre en horizontal); 56,2 x 73 cm (en horizontal y vertical).

muy utilizado en estos sistemas de archivo. Como afirma David Company (2003) el uso generalizado de la cuadrícula puede deberse al aplanamiento ejercido sobre la pintura y el énfasis de las estructuras constructivas.

El *Atlas* en tanto que estética de archivo

El *Atlas* de Richter parece seguir una estética denominada como estética de archivo, acuñada ésta por Buchloh a propósito del *Atlas* de Gerhard Richter. La estética de archivo la define este teórico como una idea de proyectos acumulativos en la que los artistas, en este caso Richter, se adentran en la acumulación de fotografía no ya con el aura propia de la imagen instantánea, sino prestando atención a esos mecanismos de la propia imagen como documentos. Richter, al igual que Polke, Boltansky o Baldessari, comparte la atracción por la foto fallida, la imagen degradada (Del Río, 2000) y la imagen íntima de los álbumes familiares; en otros términos, fotografías *amateurs* que, sin embargo, no poseen ningún artificio y son imperfectas en la mayoría de casos. Estas imágenes contenidas en el *Atlas* tienen mucho que ver con los invisibles pero eficaces mecanismos de connotación de la imagen a través de los medios de comunicación de masas. Como señala Del Río (2000), Richter entraría a formar parte de esa estética de artista-archivero tan en boga en los años sesenta. Estos proyectos se enmarcarían dentro de la estética pop de los años sesenta.

El tratamiento de las imágenes –sostiene Guasch (2011)– no ya como fotografías en cuanto a género sino en cuanto a documentos gráficos le permite entrar dentro de los cauces de la estética del archivo. Sea de esta manera el tema de la muerte, la exposición de la realidad en múltiples situaciones y el mapeado sociológico que plantea le pueden conferir esta categoría puesto que son tratadas como apunta Del Río (2000) a pertenecer a la idea del documento y con los invisibles, pero eficaces mecanismos de connotación de la imagen fotográfica a través de los medios de masas.

Principales funciones del *Atlas*

A lo largo de las páginas de los apartados hemos atendido a las distintas naturalezas del *Atlas* de Richter desde diferentes posturas y distintos enfoques en el análisis. Se ha estudiado su temática, su composición, su homogenización, su temporalidad sus distintos mecanismos de crítica, su sustento o apoyo para su producción pictórica, pero todavía no se ha abordado el hecho de que tenga una función como tal. El hecho de que no se haya abordado esta situación es debido a la complejidad por ofrecer un significado coherente, único y razonado a dicho proyecto. Parece haber una imposibilidad para alcanzar una respuesta unánime del proyecto, lo que posibilita la interpretación de una serie de funciones o situaciones que se contemplan en las imágenes y en los paneles.

En dicho repertorio de imágenes y paneles no parece haber una causa-efecto única y prioritaria, sino que, por el contrario, en la obra nos encontramos con diversas temáticas y registros o estrategias que nos dan cuenta de los diferentes significados de lectura y distintas funciones del proyecto. Para referirnos a esas funciones debemos remitirnos a ciertos apartados explicados anteriormente

y reflexionar sobre ellos. Sin embargo, antes de comenzar con las diferentes funciones del *Atlas* debemos establecer una consideración previa de la obra misma que ayudará a esclarecer los significados de la obra. Esta consideración estriba en situar a ella como obra autónoma e inacabada (cada vez que se ha expuesto como instalación o catálogo); o bien si nos referimos a ella como una obra documental archivística que recoge, por ejemplo, los soportes sobre los cuales se han sustentado las diferentes etapas de la obra de este autor. Y de ahí que no deba de tomarse como una obra total y completa sino parcialidades de la misma que sirven a otros propósitos (Guasch, 2011:55).

Por tanto, la primera función del *Atlas*, como obra total e inacabada responde a la función de archivo, puesto que contiene un repertorio de imágenes, además de otros documentos de muy variada y distinta procedencia. Su propia estructura formal, ordenada, clasificada y montada en un determinado orden y regularidad así nos lo indica. Por tanto, esta clasificación del *Atlas* en tanto que proyecto ordenado atendería a ese carácter archivístico que señalamos (Bauzá Bardelli, 2012:33).

También hemos señalado que el *Atlas* para Richter es una herramienta en la que apoyarse para extraer imágenes para su pintura. Lo cual es muy cierto si atendemos a la obra pictórica así como a lo que aparece en algunos paneles del *Atlas* o, más concretamente, a algunas fotografías de esos paneles. En esta teoría destacamos las fotografías en blanco y negro que sirvieron como modelo de las grisallas de los años sesenta y setenta. Se trata, por tanto, de una obra que tiene que ver con una intimidad del documento fotográfico en su forma originaria y que sirve al propio artista para establecer una primera relación entre las fotografías y sus pinturas hechas a partir de las mismas. Por tanto, esa sería una de sus principales funciones también, actuar como cajón de sastre donde buscar motivos para pintar. Pero no solo es cierto esto, sino también lo es que exista en el mismo una experiencia personal: una conexión con el pasado y con el devenir del tiempo que puede funcionar como una vitrina de la memoria (Sales Andrés, 2003). La experiencia personal a través de ese carácter mnemónico de los recuerdos y de la experiencia de la muerte a través de las imágenes de los paneles supone para el autor algo más que un archivo familiar. Puede que contenga cierta familiaridad y queden constatados algunos aspectos personales, pero también hay una vitrina de la memoria colectiva, un pasado común y una historia extensiva a muchas familias alemanas. Cuando nos enfrentamos con un archivo familiar como pueda ser el de Richter, en este caso, también la lógica de archivo se impone al respecto; desde su apertura de utilidades, el archivo se encuentra siempre entre el uso privado y el uso público. Con el tiempo, las imágenes privadas del propio Richter han pasado de ser del ámbito privado y personal a una dimensión pública y colectiva, poniendo en evidencia ese carácter móvil de todo documento archivístico.

También otra de sus funciones pueda ser la exposición de una particular relación del artista con la muerte, la aniquilación y el sufrimiento a través del dolor. Las imágenes de los campos de concentración, las calaveras, la serie *18. Oktober 1977*, las enfermeras, su tío Rudi, los funerales, los leones y los turistas, los bombarderos... No es menos cierto que esta

relación con el dolor está presente a lo largo de los casi cincuenta años de acumulación, ordenación y edición; y que el archivo tiene mucho que ver con esa idea de muerte y dolor a través de la literalidad de lo mostrado por la imagen.

Parece que, a tenor de lo expuesto, sea difícil encontrar una sola significación homogénea, coherente y unaria por no decir imposible. Pero más allá de encontrar una sola función o significado, la idea de Richter se nos desvela en ofrecer múltiples lecturas y, con ello, enriquecer tanto la obra como la recepción. Puede que el *Atlas* tenga una serie de lecturas intencionadas y programáticas, al igual que sucedía con *Ra-yuela*, de Cortázar (2008), o no tenga que ver nada con esto. Cabe la posibilidad de que verdaderamente lo que explique el *Atlas* fuese, como señalaba Batjin (1994), «la reconstrucción de un presente de fragmentos que va abriéndose hacia su opción más intemporal, sin sentidos predeterminados, sin mensajes codificados ni establecidos o un destino que aguardar pasivamente con una confiada actitud y una «fe» ciega» (p.64).

Del *Atlas Mnemosyne* de Aby Warburg al *Atlas de fotografías, collages y bocetos* de Gerhard Richter

Existen diversas teorías de algunos autores que afirman que el proyecto archivístico del *Atlas* de Gerhard Richter contiene una intencionalidad última más profunda. Más allá de lo establecido en torno a lo inventarial o lo archivístico, se encuentra muy relacionado este trabajo con el término «atlas» en su contexto originario. En el origen de la tradición de estos tipos de documentos gráficos u obras de gran envergadura documental en relación con el documento fotográfico. Un posible antecedente en su intimidad se encuentra en la obra del *Atlas Mnemosyne* de Aby Warburg. Por tanto, desde este prisma el *Atlas de fotografías, collages y bocetos* de Gerhard Richter sería su legítimo heredero, como estudiaremos a continuación.

El *Atlas Mnemosyne*, en su texto originario introductorio al documento, escrito por el propio Warburg, cuenta su pre-tensión con esta obra de la siguiente manera: «Mnemosyne [...] quiere ser sobre todo un inventario de pre-formaciones documentables, las cuales hayan planteado a los artistas el problema del rechazo o de la asimilación de esta opresiva masa de impresiones» (Warburg, 2010:17). Desde esta óptica el propio Warburg asumió una tarea hasta el momento sin precedentes en la que trató de evidenciar las huellas de las imágenes clásicas en el mundo moderno y cómo esas imágenes primigenias habían pervivido en las manifestaciones artísticas occidentales. Didi-Huberman (2001) lo señala así en su obra: «esta gestualidad heredada del mundo clásico, presente de manera ininterrumpida sobre todo en el ámbito de la expresión pictórica y plástica de las emociones». La obra de Warburg se gestó como el resultado de una selección, acumulación y reordenación³ de fotografías

que se contaban por centenares, en la que como apuntaba Didi-Huberman se trataba de establecer una conexión entre la expresión artística antigua en sus formas plásticas y las nuevas fórmulas contemporáneas, dando lugar a una relación del imaginario antiguo con el actual de principios de siglo XX.

Por tanto, el hecho de no pertenecer a los territorios del arte en ninguna de sus formas le confiere un *statu quo* de atlas en tanto que archivo y sólo eso. Warburg elaboró un *Bilderatlas* en el que desarrolló un discurso visual plasmando sus planteamientos historicistas y no centrándose en ningún momento en concepciones artísticas. A diferencia de otros proyectos posteriores esta cualidad del proyecto de *Mnemosyne* lo diferencia del resto dado que su intencionalidad no fue en ningún caso ser obra de arte o herramienta artística de ninguna clase o tipo. A pesar de que Gombrich (1992) afirmase que el proyecto podía tener ciertas afinidades con el *collage* y los montajes dadaístas (Buchloh, 1994) la intencionalidad de Warburg remite única y exclusivamente a un mapeado sociológico de la época en la que se gestó; un *Bilderatlas* en el que reflejar las imágenes de sus planteamientos teóricos como historiador.

Así, lo que nos encontramos en el *Atlas Mnemosyne* de Aby Warburg es un archivo con un compendio de más de un millar de fotografías en el momento de su muerte. Warburg suscribió un proyecto psichistórico en el que el eje vertebrador de tal programa debía hacer realidad la interpretación materialista de la memoria social, por medio de las reproducciones fotográficas del amplio espectro representacional. Warburg estaba empapado en un entusiasmo por la imagen dentro de la corriente del paradigma positivista y de la fotografía más concretamente (Buchloh, 1998). Warburg adaptó en su *Mnemosyne* la tradición de los atlas ilustrados, como el *Atlas* de Lübke (1864), y de otras obras científicas anteriores (Bauzá Bardelli, 2012).

Similitudes y diferencias entre el *Atlas* de Warburg y el de Richter

Es cierto que el *Atlas* de Richter y el *Mnemosyne* de Warburg siguen una estética de archivo en la que convergen en determinado modo. Quizá sean más las diferencias que las similitudes, pero parece haber una serie de convergencias comunes en los dos proyectos a través de las cuales podemos deducir que la obra de Richter pueda ser en cierto modo heredera de la tradición de Warburg. El *Atlas* de Richter en este sentido se adapta más a la estructura de la obra de Warburg que a ninguna otra obra precedente como puedan ser los paneles didácticos de Malévich y el *Samme-lalbum* de Höch (Buchloh, 1994), por citar dos ejemplos.

Como primera apreciación o aproximación a esta convergencia se observa que los dos obedecen a esa estética de archivo, estribando su efectividad en una aparente lógica administrativa y burocrática en la que existen una serie de posibles lecturas paralelas o alternativas frente al shock de imagen única y mensaje unario propuesto por la estética dadaísta y el surrealismo. Si bien es cierto esto, también es cierto que tanto Warburg como Richter muestran un interés por las escenas populares y cotidianas. En el caso de Warburg, se observa una tendencia clara hacia las artes

³ La actual obra de Warburg de *Mnemosyne* obedece a una ordenación no realizada por el historiador. Sus discípulos Gombrich y Bing en el año 1937 se encargaron de la tarea de reordenar los documentos siguiendo las directrices de su mentor. Por tanto, se puede afirmar que el *Mnemosyne* se gestó desde su inicio de forma progresiva, acumulativa y no definitiva (*work in progress*), con constantes ajustes en su reordenación y configuración hasta llegar a su versión definitiva. Warburg murió en 1929 y la reordenación definitiva es de 1937, por tanto, la versión que conocemos es la ofrecida por Gombrich y Bing.

y oficios, y en el caso de Richter, existe una predominancia de fotografías de escenas cotidianas y populares. Buchloh (1994:13) explica que en Richter «la fotografía y más concretamente la suma de las fotografías anónimas sobre la cotidianidad –fotos *amateur* o de reportaje– serán más útiles en tanto que diccionario de la cultura visual, o incluso mejor, de una historia colectiva de la percepción». Por su parte, Didi-Huberman (2002) apunta a la existencia de la convicción en la obra de Warburg de formas culturales populares como depositarias más claras de las supervivencias.

Otro aspecto en la convergencia común es la pertenencia a un momento que sacudió a los dos personajes. El nazismo sucede en los años en los que Warburg gestaba este proyecto y sobre ciertos aspectos del nazismo y de su imbricación en la sociedad alemana que es, en parte, un tema recurrente sobre el que reflexiona y trata la obra de Richter. También podemos asumir que en Richter además del hito del nazismo existe el hito del consumismo capitalista. Sea en uno o en otro, la sociedad se vio altamente amenazada por dos hechos tan espectaculares como fueron la escala del nazismo o la del consumismo capitalista. Estos dos momentos del siglo XX se encontrarían situados en los extremos opuestos del proceso histórico liquidador de la modernidad (Buchloh, 1994).

Otro tema a destacar entre estas dos obras es la evidencia de que comparten una concepción expositiva y, a través de ella, establecer un discurso, o crítico o descriptivo, en torno a la propia historia en imágenes. Tanto en la obra de Warburg como en la de Richter, la fotografía actúa como eje hegemónico que da cuerpo a la obra en conjunto. Las dos obras son expuestas para su contemplación y análisis en sus respectivos paneles. Así, el *Atlas* de Warburg se concibió como un complemento a sus conferencias, mientras que en la obra de Richter no se encuentra ese carácter didáctico que sucede en el anterior. En Richter parece no haber un hilo conductor en este sentido, no pretendiendo explicar ni descifrar nada a este respecto. Quizá Richter esté en esa máxima benjaminiana que Buchloh (1994) señala de «no tengo nada que decir, sólo mostrar». En este sentido, el acto expositivo es asumido como parte inexorable de una devaluación paulatina de la experiencia.

En el *Mnemosyne* hay una existencia de imágenes que se articulan en la supervivencia de la gestualidad clásica de las representaciones de la vida en movimiento en la Europa moderna. En cambio, en el *Atlas* de Richter no se articula ni vertebrata el proyecto bajo ningún eje principal; a pesar de que coexistan imágenes y escenas en torno al tema de la muerte, la memoria o temas triviales como los álbumes familiares, no puede establecerse un dogma en las temáticas dentro del *Atlas* (Bauzá Bardelli, 2012). El *Atlas* de Richter, en estos términos entendido, debe considerarse un auténtico archivo que abarca casi medio siglo y aglutina en él la diversidad de temáticas, técnicas e intenciones señaladas, y otras todavía no resueltas. Temas tan importantes como la memoria, la muerte, la intimidad de la sociedad alemana con el nazismo, la pornografía, los campos de concentración, las cartas de colores, las fotos triviales, recortes de periódicos, imágenes de archivos policiales, los Baader-Meinhof..., traen al frente una lógica acumulativa que se distancia de una finitud programada. La serialidad

de lo presentado muestra una intención última de querer concentrar el pulso de una sociedad, gestado en tiempo real, con una clara ilusión de encapsular aquellos aspectos que llaman la atención del artista.

Vigencia del *Atlas* en el siglo XXI: sociedades de imágenes y prácticas artísticas

En la actualidad, el *Atlas* de Richter, en términos de archivo, es un referente que se ha anticipado a los tiempos actuales, un precursor de la esfera contemporánea. Las redes sociales, entendidas como archivos mnemónicos individuales y de colectividades, se desarrollan en una lógica cercana a la del propio *Atlas* de Richter. La fragmentación, las discontinuidades, la heterogeneidad de contenidos, pero con un nexo común como son los visuales, concentran el pulso de una vivencia en tiempo real. En la época en la que Richter comienza a realizar su proyecto acumulativo, la democratización del arte y el uso de la cámara fotográfica en el ámbito doméstico estaban asentados en las sociedades modernas. Este hecho, y observado desde la perspectiva de la organización del propio *Atlas* en tanto que archivo, se desvela como la antesala de una superproducción de imágenes, la mayoría de ellas irrelevantes, gestionadas a través de los entornos digitales. Las redes sociales traen al frente una lectura centrada en un uso exacerbado de la proliferación de los nuevos soportes de creación de imágenes, sin ningún tipo de reflexión acerca de su propio fenómeno. Algo común a todo ello es la construcción de un discurso icónico temporal que, *a priori*, no puede ser alterado por los usuarios. No importa la heterogeneidad de los temas, retratos, paisajes, fiestas, activismos, apariencia de felicidad, conflictos, sexualidad, todo es ordenado por una lógica temporal, del mismo modo que sucede en el *Atlas* de Richter.

Incluso las temáticas presentadas en el *Atlas* son las que hoy en día podemos encontrar en el universo de las redes sociales. El artista únicamente sigue una ordenación de la temporalidad de los motivos que utiliza, con el fin de construir un relato que siga a la historia. Los medios de comunicación de masas también siguen esta fragmentación. Las noticias se suceden unas tras otras, las agencias de medios superponen unas sobre otras, creando un tejido informacional que, visto en conjunto y con distancia suficiente, producen un *shock* en quien las mira. Sucede un desconcierto parecido al expuesto por Richter. Comprendemos cada imagen, cada noticia, todas por separado, pero somos incapaces de encontrar un hilo argumental que las recompongan en un todo, en una proposición lógica que arroje una visión de conjunto. Los procesos acumulativos en la gestión de los contenidos visuales son una estrategia de trabajo actual que sigue la estela del proyecto richteriano, así como de aquellos que en los sesenta fundaron esta estética archivística. Pero también, los paradigmas detectivescos y las imágenes parciales sustentan este nuevo proceder en imágenes sin ningún horizonte de espera. No hay un fin concreto, no existe una última imagen de la serie, su estructura es abierta, igual que sucede con el *Atlas de fotografía*. Por ello, que la actualidad del *Atlas* sea una necesidad en el momento presente que reivindica en nuestra sociedad una profunda reflexión en términos icónicos acerca de las determinaciones epistémicas de las imágenes y nuestra relación con ellas.

En este sentido, las prácticas artísticas contemporáneas dentro de este contexto pueden desarrollarse en un prolífico campo de pruebas desde la interrupción y la repetición que posibilita el montaje. Igualmente, Agamben señala que trabajar con imágenes fotográficas tiene una importancia fundamental, porque permite «proyectar la potencia y la posibilidad hacia lo que por definición es imposible, hacia el pasado» (Agamben, 2001:106). Las imágenes se sitúan en una zona entre lo verdadero y lo falso, pudiendo a través del archivo, en tanto que repetición e interrupción, incidir en la narratividad de las imágenes, forzando un tipo de discurso siempre en conexión con la memoria. Los sistemas de producción artística desde esta óptica dialogan entre su visión del mundo y las posibilidades del arte en un continuo ejercicio mnemónico. La configuración del archivo desde el montaje y producción, tal como señala Didi-Huberman, se sitúa en «la acción de la disolución previa de lo que construye, de lo que en suma no hace más que remontar, en el doble sentido de la anamnesis y de la recomposición estructural» (Didi-Huberman, 2005:150).

Conclusiones

El proyecto enciclopédico de Richter cumple, como se ha visto, la función de atlas solamente en algunos aspectos. De una parte, sí ofrece unas visiones del mundo y muestra un contenido parcial del mismo, pero en su conjunto, al no establecerse una lectura continua ni un mensaje descifrado de todo el compendio de documentos dispuesto en paneles, carece de una lectura comprensiva y global. Como advierte Zweite (1999), si lo que el *Atlas*, en tanto que atlas, pretende reivindicar es la representación de un todo como repertorio de los motivos ordenados y clasificados para mantenerlo disponible, se nos muestra desde esta concepción como una obra sesgada y, por ello, condicionada. Desde esta perspectiva en la recepción, el *Atlas* de Richter se nos muestra como un compendio heterogéneo y disperso, carente de definición, como sucede, en caso contrario, con el *Atlas Mnemosyne* de Warburg. Por ello, que se defina desde sus discontinuidades y carácter fragmentario, en lo que Derrida (1997) denomina como archivo y, al mismo tiempo, sin el objetivo de redefinir tal concepto desde la producción y edición artística, se sumerge en una historiografía, un anhelo de lo pasado, una documentografía y una arqueología de lo acontecido. Con la singularidad del *shock* que deja en suspenso lo pasado y trae al frente la incertidumbre del porvenir (Derrida, 1997).

A partir de aquí, el *Atlas* como archivo se centra en una obra expresada en la espera sin horizonte de espera, como la impaciencia absoluta de un deseo de memoria, que activa las conciencias desde la parcialidad, el fragmento, el sesgo y la serialidad de lo mostrado. En Richter, la concepción de acumulación, burocracia, edición y, finalmente, exposición actúan como herramientas discursivas vehiculares documentales que conectan con temáticas como la muerte contenida, el nazismo, la política, pero todo ello desde la intimidad con el documento gráfico. Un archivo, con todo lo que este concepto supone, que conecta el pasado reciente con el porvenir a través de lo presente desde el espacio de reflexión privilegiado que ostenta el arte.

Igualmente, presenta una actualidad con la lógica de la revolución digital encaminada hacia los contenidos visuales. Las redes sociales, los medios de producción de imágenes, la proliferación de nuevos soportes digitales traen al frente un discurso en clave acumulativa, en clara lógica con la apariencia del *Atlas* de Richter desde la fragmentación, la discontinuidad, la parcialidad donde no existe una lectura única, sino pequeñas historias a partir de la interrupción de los discursos. Una construcción de la memoria colectiva a partir de la selección individual de cada internauta que aporta una visión parcial de su vivencia, asumiendo una tensión interna a medio camino entre su estructura formal, la que conforman las propias imágenes, con la dificultad derivada que presentan sus estructuras acumulativas en el momento de ser interpretadas.

En este sentido, la producción de esta gran obra de temática dispar, de funciones pretendidas, pero indeterminadas, se sitúa en el centro de una producción monográfica en auge desde los años sesenta y muy identificada con la cuestión de mapeado sociológico que comienza a realizar el arte en esa misma época, y de plena actualidad en la segunda década del siglo XXI por su posibilidad de relectura. Una obra que ha abierto la puerta, junto a otras de su época, a nuevas perspectivas sobre lo icónico, lo documental, lo archivístico y lo historiográfico, pero, como se señala, desde la reflexión en términos icónicos que se hace de todo ello.

Bibliografía

- Agamben, G. (2001). Il cinema di Guy Debord. En E.Ghezzi y R.Tu-
gliatto. (Eds.), *Guy Debord (contro) il cinema*. Milán: Castoro.
- Batjin, M. (1994). «Autor y héroe en la actividad estética» en
Toponimias. 8 ideas de espacio. Barcelona: Fundación la Caixa.
- Bauzá, A. (2012). «El Atlas de Gerhard Richter» en http://globalartarchive.com/wp-content/uploads/2012/02/Alejandro-Bauza_El-Atlas-de-Gerhard-Richter.pdf.
- Buchloh, B. H. D. (1999). «El Atlas de Gerhard Richter: el archivo
anónimo» en *Fotografía y pintura en la obra de Gerhard Richter: cuatro ensayos a propósito del Atlas*. Barcelona: Consorci del Museu d'Art Contemporani de Barcelona.
- Buchloh, B. H. D. (1994). «L'archive anonyme de Gerhard Richter» en *Gerhard Richter essays; la peinture a la fin di sujet*. París. Musée d'art Modern de la Ville de París.
- Buchloh, B. H. D. (1998). «Warburg's paragon? The end of collage and photomontage in postwar Europe» en *Deep Storage: Collecting, Storing and Archiving in art*. Múnich: Prestel.
- Buchloh, B. H. D. (1994). «Ready-made, photographie et peinture dans la peinture de Gerhard Richter» en *Gerhard Richter. Essais. La peinture a la fin du sujet*. París. Musée d'Art Modern de la Ville de París.
- Campany, D. (2003). «Survey» en *David Campany. Art and photography*. London. Phaidon Press Limited.
- Cortázar, J. (2008). *Rayuela*. Madrid: Cátedra.
- Del Río, V. (2000). «La estética del documento. Revisiones del arte y la teoría» en *Lápiz. Revista internacional de arte*, nº 166.
- Derrida, J. (1997). *Mal de archivo. Una impresión freudiana*. Madrid. Trotta.
- Didi-Huberman, G. (2001). «Dialektik des Mostrums: Aby Warburg and the Symptom Paradigm» en *Art History*. Vol. 24.
- Didi-Huberman, G. (2002). «The Surviving Image: Aby Warburg and Tylorian Anthropology» en *Oxford Art Journal*.
- Didi-Huberman, G. (2005). *Ante el tiempo*. Buenos Aires. Adriana Hidalgo.
- Dietrich, D. (1996) «Gerhard Richter's Atlas: One-man Show in a Shipping Crate» en *The Print Collector's Newsletter*.
- Gombrich, E. H. (1992). *Aby Warburg: una biografía intelectual*. Madrid. Alianza.
- Guasch, A. M. (2011). *Arte y Archivo. 1920- 2010. Genealogías, tipologías y discontinuidades*. Madrid. Akal.
- Lübke, W. (1864). *Grundriss der Kunstgeschichte*. Stuttgart. Neff Verlag.
- Sales, M. M. (2003). *La vitrina de la memoria. Testimonio poético de la segunda mitad del siglo XX en la pintura de Gerhard Richter*. Tesis doctoral Universidad Politécnica de Valencia Fac. BBAA de San Carlos.
- Warburg, A. (2010). *Atlas Mnemosyne*. Madrid. Akal.
- Zweite, A. (1999). «El Atlas de fotografías, collages y bocetos, de Gerhard Richter», en *Fotografía y pintura en la obra de Gerhard Richter: cuatro ensayos a propósito del Atlas*. Barcelona. Consorci del Museu d'Art Contemporani de Barcelona.

El Corte Inglés Pancarta

Manel Armengol

Valla publicitaria de El Corte Inglés intervenida por miembros
de la Asamblea de Vecinos de Verneda Alta

Barcelona, 1976

37





La imagen ha sido cedida por el autor para su publicación en la Revista SOBRE. Prácticas artísticas y políticas de la edición.



FRAGMENTOS DE CIUDAD E IMAGINARIO TURÍSTICO. EL MITO DE TORREMOLINOS

Alberto E. García-Moreno y Ma José Márquez-Ballesteros

Universidad de Málaga

algamor@uma.es

mjmarquez@uma.es

Recibido: 18/01/2019 | Aceptado: 20/02/2019

doi:10.30827/sobre.v5i0.8570

41

CITY FRAGMENTS AND TOURIST IMAGINARY. THE MYTH OF TORREMOLINOS

ABSTRACT: Images play an essential role in the transmission and reception of cities, as a sign and symbol capable of mediating the perception, behavior and desire of the viewer. The graphic element participates decisively in tourism experiences especially, not only for the visitor, but for the local inhabitant.

From a contemporary reading, inserted in the mass and technological culture, we use images from the cultural productions linked to tourism on the Costa del Sol to reveal a barely recognized past that we transfer to the present for its recognition.

The cinematographic, literary or advertising images act as fragments - instantaneous and obsolescent- through which to understand and reconstruct the cultural sequence of the territory that served them as support, in this case the town of Torremolinos and the tourist phenomenon that impregnated it in the Sixties and Seventies of the last century.

KEYWORDS: city, tourism, film, literature, advertising

RESUMEN: Las imágenes juegan un papel esencial en la transmisión y recepción de las ciudades, como signo y símbolo capaces de mediar en la percepción, comportamiento y deseo del espectador. El elemento gráfico participa de manera decisiva en las experiencias turísticas especialmente, no sólo para el visitante, sino para el habitante local.

Desde una lectura contemporánea, inserta en la cultura de masas y lo tecnológico, nos valemos de imágenes fruto de las producciones culturales ligadas al turismo en la Costa del Sol para desvelar un pasado escasamente reconocido que trasladamos al presente para su reconocimiento.

Las imágenes cinematográficas, literarias o publicitarias actúan como fragmentos –instantáneos y obsoletos– a través de los cuales entender y reconstruir la secuencia cultural del territorio que les sirvió de soporte, en este caso, la localidad de Torremolinos y el fenómeno turístico que lo impregnó en los años 60 y 70 del pasado siglo.

PALABRAS CLAVE: ciudad, turismo, cine, literatura, publicidad



1. Introducción

El concepto de imaginario –o más bien lo que en la actualidad entendemos por él– ha sufrido a lo largo de la historia una consideración diversa, oscilando recurrentemente entre un reconocimiento pleno hasta un rechazo irreconciliable, cuando no un trato de apática indiferencia. En palabras de Didi-Huberman (2013:4-5):

[la imagen] nunca ha mostrado tantas verdades tan crudas; nunca, sin embargo, nos ha mentado tanto solicitando nuestra credulidad; nunca ha proliferado tanto y nunca ha sufrido tanta censura y destrucción. Nunca, por lo tanto –esta impresión se debe sin duda al carácter mismo de la situación actual, su carácter ardiente–, la imagen ha sufrido tantos desgarros, tantas reivindicaciones contradictorias y tantos rechazos cruzados, manipulaciones inmorales y execraciones moralizantes.

De un modo u otro, lo imaginario ha ocupado un lugar central en las diferentes culturas y tiempos, por lo que su interés trasciende una posible moda contemporánea, más allá de que el vocablo actual para definirlo haya sido acuñado hace pocos años.

Lo imaginario hace referencia evidente a «imagen» e «imaginación». Y, ciertamente, las imágenes (a través de soportes fotográficos, cartelerías, dibujos, vídeos, películas, cartografías, etc.) tienen un papel principal «–cuando no exclusivo–, como habitantes de ese mundo (o pre-mundo) del imaginario del individuo» (Lizcano, 2006:47). Lo que nos interesa de este potencial de lo visual «no es tanto la imagen en sí misma y lo que ésta impone cuanto la abertura a lo real que ésta puede producir» (Chevrier, 2007:219). De nuevo, Didi-Huberman (2013:4) sentencia:

Nunca [...] la imagen –y el archivo que conforma desde el momento en que se multiplica, por muy poco que sea, y que se desea agruparla, entender su multiplicidad–, se ha impuesto con tanta fuerza en nuestro universo estético, técnico, cotidiano, político, histórico.

42

La legibilidad de la ciudad y su arquitectura es una cualidad específicamente visual (Lynch, 1960), que fue ya analizada especialmente por Venturi, Brown e Izenour (1977), desde un punto de vista simbólico y comunicativo, como signo y símbolo –especialmente en la señal gráfica espacial o cartel–, capaz de persuadir o modificar el comportamiento de los que la observan, sobre todo en los espacios comerciales y turísticos. Por otro lado, la imaginabilidad de la ciudad permite incluir en la formalización de la imagen a «objeto» y «observador», lo que permite a ésta mediar en la reeducación del que percibe, de suscitar una identidad –como reconocimiento de una unidad individual, unitaria y separable–, una estructura –como relación espacial entre observador y lo observado– y un significado –bien emotivo, bien funcional–, del espacio urbano que puede ser, por otro lado, fortalecido o modificado con artificios simbólicos.

Un espacio urbano que es al mismo tiempo social –por cuanto acumulación histórica y humana materializada en una organización física espacial y territorial– y mental –como lugar en el que conviven lo percibido, lo concebido y lo vivido–. Lo urbano como espacio vivido está caracterizado por la representación y construido por una compleja interacción de símbolos y signos que aportan elementos de cohesión social y «tienen su origen en la historia, en la historia del pueblo y en la historia de cada individuo que pertenece a este pueblo» (Lefebvre, 1991:41). En definitiva, las imágenes construyen identidades contemporáneas y articulan unidades culturales coherentes.

2. Lo visual en el turismo

Las imágenes, como transmisoras de la crítica y recepción de la ciudad, el territorio y el paisaje, han jugado desde siempre un papel esencial en la conformación de la identidad y los fenómenos culturales que han impregnado la historia de cada lugar. Como afirma Cosgrove (2002:69):

...si bien buena parte de la visión aprendida es personal, otra gran parte también es social, gobernada por convenciones sobre lo que se debe ver, quién lo debe ver, cuándo y en qué contexto, sobre las asociaciones y significados atribuidos a una escena dada y sobre sus propiedades formales y compositivas.

En este sentido, el lenguaje visual, especialmente a partir de mediados del siglo XX, ha sido el vehículo a través del que se ha promovido cualquier fenómeno turístico, propiciando un juego de miradas en el que lo visual es el elemento central¹.

En muchos casos, la práctica turística se ha basado en corroborar *in situ* la realidad de aquellos lugares que previamente les ha proporcionado unas imágenes –folletos, publicidad, fotografías, lugares filmados en el cine, etc.–, que se han encargado de anticipar o ensoñar esos lugares que podemos visitar (Bruner, 2011), un tipo de experiencia turística que Augé (1998:25) define como «el placer de la verificación, la alegría del reconocimiento». La incorporación de disciplinas como el cine o la fotografía anula, en cierto sentido, «la capacidad y el deseo de poder y querer ser sorprendidos más allá de lo que se esperaba; desaparece, por tanto, el concepto inherente al viaje propio de los exploradores: el riesgo del viaje» (Soto, 2007:109).

Otras veces, sin embargo, las imágenes son capaces de despertar la memoria, de rememorar rasgos y signos olvidados, de un tiempo más allá del que las propias imágenes evocan. Esta condición de «mito», según Roland Barthes (1989), nos introduce en un universo de ambigüedad que propicia un ejercicio de interpretación, permitiéndonos descubrir unas ciertas líneas de descodificación y convirtiendo así a las imágenes de la ciudad, el territorio o el paisaje en un nuevo sistema de signos.

Los estudios de MacCannell (2003) –publicados por primera vez en inglés en 1976 (*The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, Shocken Books)–, han inspirado numerosas investigaciones sobre lo visual como sistema simbólico y su importancia en la conformación de una identidad contemporánea. Shields (1991) plantea el concepto de *place-myth* y, posteriormente, Lübbren y Crouch (2003:4) lo desarrollan afirmando que «los lugares-mito son conjuntos de estereotipos y clichés asociados a unos espacios determinados, que están presentes en una sociedad [...] y que sus imágenes pueden transmitir todo un lugar, región y estructura de experiencia representando solo un fragmento».

El elemento gráfico participa, por tanto, con un rol decisivo en la experiencia turística, no sólo para el visitante, sino para el habitante local, cuya identidad se ve difuminada con la imagen turística de su lugar de origen que se proyecta al exterior².

43

3. Turismo mediado: la imagen como desencadenante del viaje

Desde su aparición, las artes visuales han ensayado recurrentemente modos de comprender y explicar la complejidad de la ciudad y sus relaciones. En la actualidad, las imágenes sobre la ciudad, y especialmente la ciudad turística, se generan y proyectan desde los principales avances que la modernidad y el desarrollo tecnológico han propiciado, como la fotografía, el cine o la televisión. En este sentido, los medios audiovisuales se han convertido en los principales proveedores de imágenes de lugares, jugando así un papel esencial en la difusión de la ciudad, su arquitectura, su paisaje y sus fenómenos culturales. En definitiva, han resultado ser un poderoso instrumento para condicionar gustos, hábitos o crear modas respecto a destinos de viajes.

Lo audiovisual y el turismo han interactuado recurrentemente, sirviéndose como herramienta y vehículo de transmisión y propaganda mutuos. El sector turístico se sirve de la imagen para poner en valor lugares como destino para los viajeros o aquellos que pueden ser susceptibles de convertirse en ello. Numerosas obras cinematográficas han sido capaces de definir auténticos imaginarios territoriales (Gamir y Valdés, 2007), lo que les ha convertido en objetos de investigación sobre las claras consecuencias, tanto a corto como medio plazo, que su producción ha generado en los lugares donde han sido rodadas (Riley, Baker y Van Doren, 1998).

Desde una lectura contemporánea, impregnada desde la cultura de masas y lo tecnológico, los medios audiovisuales son los mediadores del consumo, de una manera especialmente instantánea a través de las imágenes. Como afirma Guerra (2006:107):

¹ Para un mayor desarrollo del concepto de mirada turística y su asimilación como otra forma más de práctica social y cultural, ver Urry (1990).

² Un estudio más amplio al respecto ofrece Fuentes (2015), en el que analiza las aportaciones de lo visual al turismo a través de la iconografía en la época del *boom* en España entre 1950 y 1970.

esta rapidez explica su predominio en los medios de comunicación, pero, simultánea a ella, la imagen cumple otra condición necesaria para su expansión en nuestra cultura, su capacidad de ser aislada, para convertirse en un fragmento, en un testimonio. Su inmediatez y su capacidad de síntesis hacen que las imágenes puedan convertirse en algo parecido a una lente de aumento sobre el pasado, puesto que disponemos de instrumentos de lectura (desde la hermenéutica a la deconstrucción) que nos permiten profundizar y hacer aflorar toda la carga de significado que se condensa en ellas,

desvelándolo así una nueva mirada que interpreta desde el presente.

Las imágenes como fragmentos permiten entender y reconstruir la secuencia cultural del territorio, «entendiendo a su vez ésta como producto de la historia en toda su complejidad, contenedor de las ideas y contextos socio-económicos, de la situación tecnológica y de las estructuras del poder» (Cabrerizo et al., 2011:187). Poseen, además, «funciones de intercambio, de comunicación, y de suplemento [...] y ayudan a localizar, definir y congelar en el tiempo una experiencia transitoria y momentánea» (Palou Rubio, 2006:21).

4. El mito de Torremolinos

4.1 Torremolinos, «capital del mundo»

Torremolinos es distinto –dijo nostálgicamente el profesor–.
Para los jóvenes es la capital del mundo. Allí, en una semana,
encontrarás más ideas que en Yale durante todo un año. Me
refiero a las mejores ideas: las irrelevantes [...]
Es algo que nunca se ha visto en este mundo. Te diré lo que
es: un refugio en el que se puede huir de la locura del mundo.
Aunque resulta que es un refugio totalmente loco

(Michener, 1971:6)

44 En los primeros años del siglo XX la provincia de Málaga, y especialmente su capital, se había convertido en un destino propicio para el invierno, de clima templado todos los días del año, donde encontraban cobijo y refugio ancianos de clase media-alta de delicada salud, que buscaban en la costa malagueña un lugar donde pasar cómodamente los meses invernales. Esta época, antes de que se iniciara el *boom* turístico, se caracteriza por un «turismo de salud» sólo destinado a unos pocos acomodados.

Paralelamente, en la pedanía malagueña de Torremolinos destacaba otro polo de desarrollo turístico. En las primeras décadas del siglo XX Torremolinos era un pequeño pueblo de pescadores, de casas blancas y bajas, con unas extensas playas que permanecían vacías la mayor parte del año, a excepción de algún que otro viajero que visitaba esporádicamente la zona. Era un típico pueblo marinero, como muchos otros del litoral mediterráneo español, en el que los vecinos se reunían a charlar en la plaza al caer la tarde y la actividad fundamental durante el día era la pesca y la agricultura.

Pero a partir de los años 50 se produce la revolución: Torremolinos se convierte en el pionero centro neurálgico de la actividad turística europea. A comienzos del siglo XX ya existían en Torremolinos algunos hoteles con solera e historia, como el Castillo de Santa Clara, construido inicialmente como residencia de amigos y heridos de guerra por George Langworthy, hacia los años 20, el Parador de Montemar (1934) o el Hotel Roca, inaugurado en 1940. No obstante, la construcción del Pez Espada, en 1959, constituyó un acontecimiento de gran alcance social, que captó la inmediata atención tanto de los habitantes de la provincia como de gran cantidad de foráneos. Era la primera vez en la Costa del Sol que un establecimiento hotelero era el desencadenante del viaje, bien para hospedarse en él o simplemente para admirar su moderna e impresionante arquitectura.

Su influencia, sin embargo, es todavía más profunda: su inauguración constituyó la señal de despegue de un turismo atraído por el nombre de Torremolinos, el estímulo para el nacimiento de otros conjuntos arquitectónicos no sólo hoteleros, sino también residenciales. Torremolinos se convirtió en una ciudad cambiante; tan pronto se construían nuevos establecimientos como eran sustituidos al año siguiente por otros más modernos en un proceso de obsolescencia instantánea.

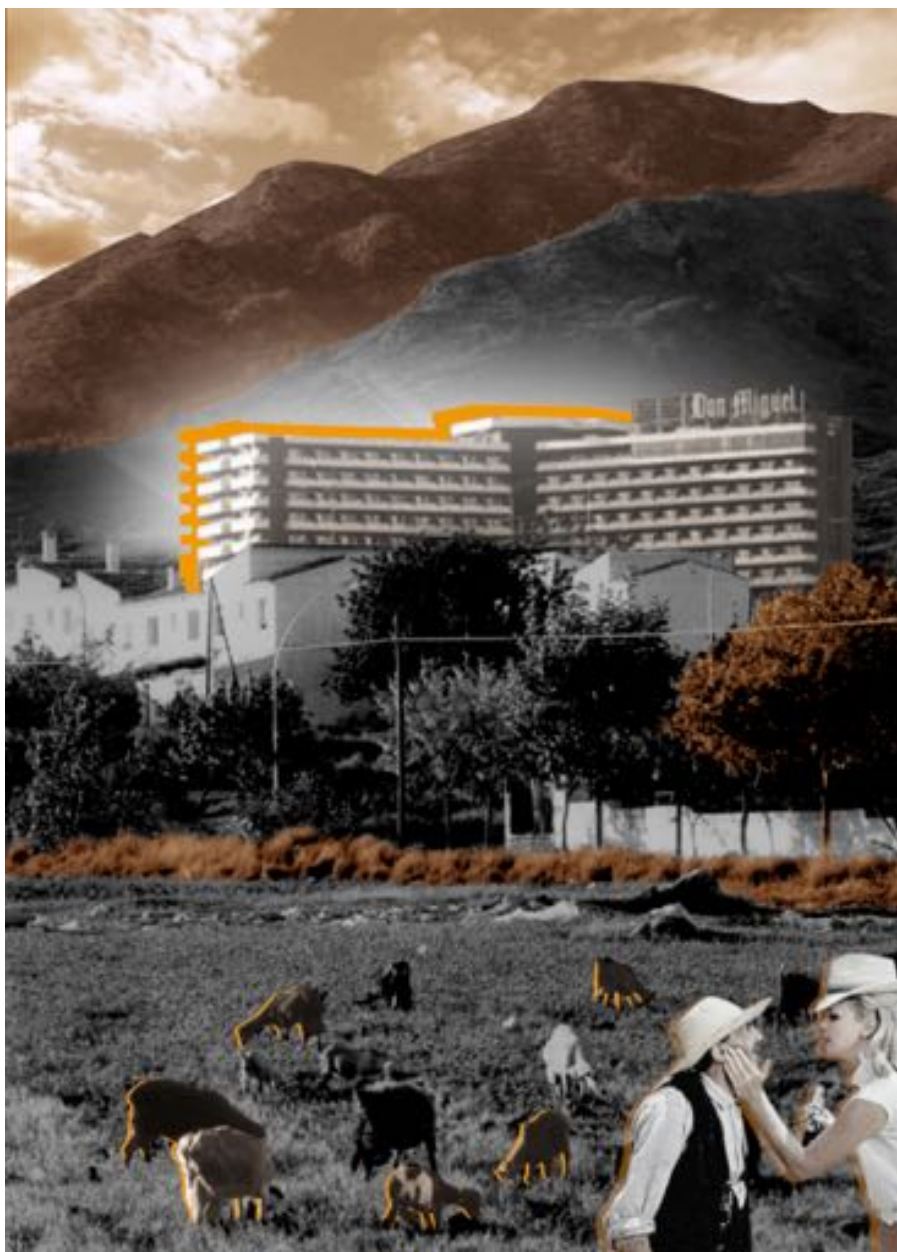


Figura 1: Hotel Don Miguel con la Sierra Blanca al fondo. Marbella, años 60. Fuente: fotomontaje de Alicia Palacios Moreno a partir de fotografía de Michael Reckling.

En este proceso de «neocolonización» del litoral malagueño, el fenómeno turístico desplegó con vertiginosa rapidez una producción arquitectónica y urbana caracterizada, en muchas ocasiones, como caótica y desproporcionada y falta de rigor (Pack, 2009).

Sin embargo, algunos ejemplos supusieron una hábil y novedosa respuesta arquitectónica al fenómeno turístico, caracterizada por una experimentalidad con aspiraciones de modernidad e innovación, que intentaron asimilar las corrientes arquitectónicas modernas que procedían de Europa, sobre todo a partir de la mitad del siglo XX, y que llegaban a España con cierto retraso. El mencionado Hotel Pez Espada (Juan Jáuregui Briales y Andrés Muñoz Monasterio, 1959-60), el Conjunto de apartamentos La Nogalera y el Conjunto Playamar (Antonio Lamela Martínez, 1963) o el Conjunto Eurosol (Rafael de la Hoz Arderius y Gerardo Olivares James, 1963), entre otros, son ejemplos de ello.

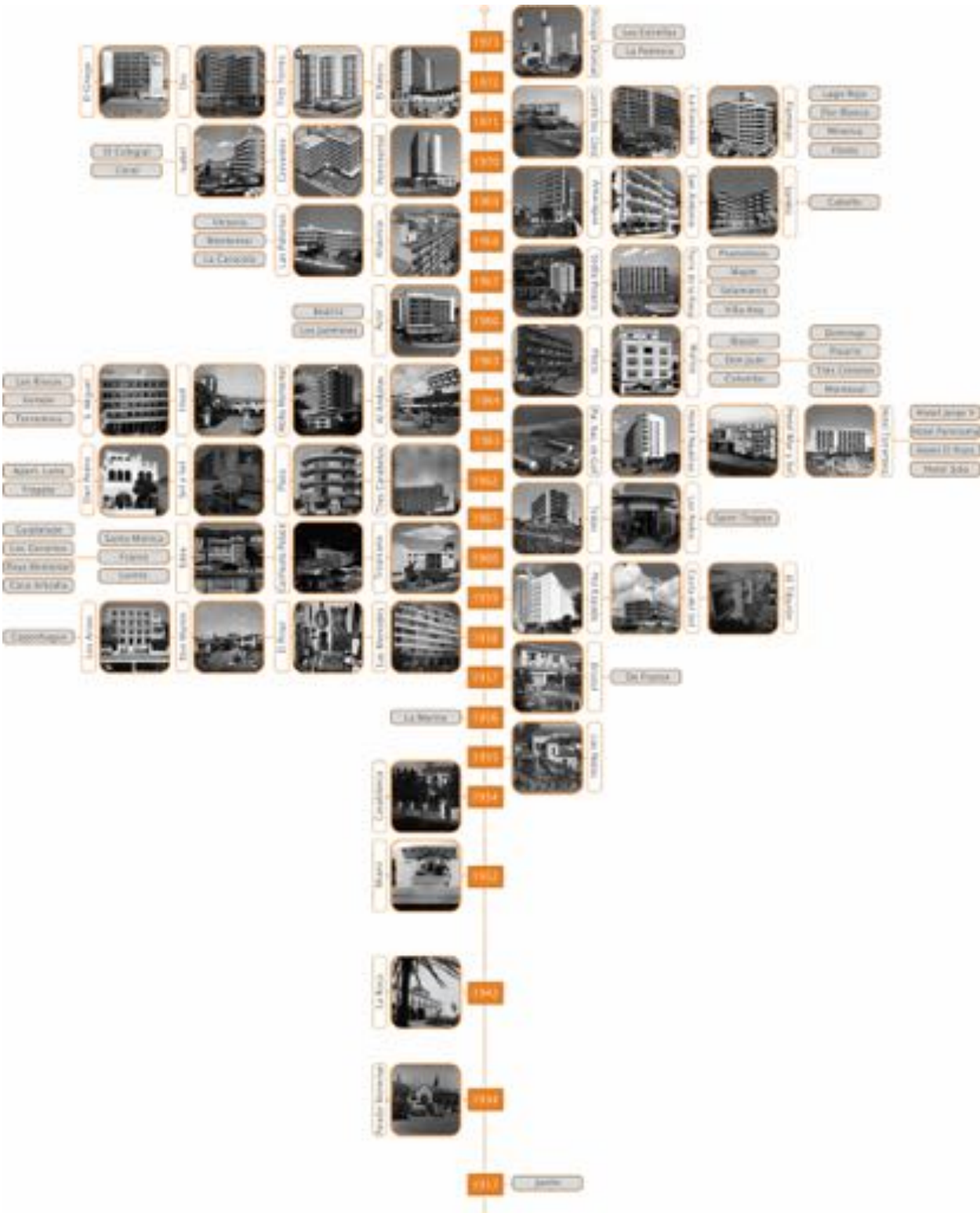


Figura 2: Hoteles construidos en Torremolinos desde 1917 a 1973. Fuente: los autores, 2019.

Modernidad y divisas ingresaron como aire fresco en el país, trascendiendo el fenómeno turístico lo meramente económico para englobar otros aspectos –culturales, sociales, artísticos, ideológicos– y que retrataban los ambientes y modos de vida del verdadero espíritu de la costa.

4.2 Huellas ausentes

Fue necesario que se agrietara la coraza de esa especie de super-yo colectivo que es el imaginario de la época clásica, y que afloraran, entremezclados y caóticos, los imaginarios de las civilizaciones circundantes, para que, entre las grietas del rigor perdido, asomaran los brotes de nuevas maneras de imaginar el mundo...

(Lizcano, 2006:42)

Los lugares, los paisajes, las ciudades son espacios que se transforman constantemente, compuestos de superposiciones de trayectos y huellas. Torremolinos es un territorio de reflejo, un espejo en donde el hombre mismo reconoce sus cambios y los descubrimientos que surgen tras ellos. Como el paseo de Robert Smithson (2006) por Passaic, donde el arte se dirige hacia una curiosidad constante de la mirada por descubrir las formas del espacio recorrido, las formas variadas y modeladas se instalan y configuran el paisaje para que cada caminante encuentre en ellas lo que quiera ver. Miradas, edificios, carteles y fotogramas de películas, portadas de novelas, tipografías publicitarias, etc.: las creaciones del hombre sobre la localidad de Torremolinos cobran vida a través de las imágenes que ellas mismas proponen. Es posible reconocer la ciudad a través de objetos, lugares, edificios, espacios, ambientes o escenarios gracias a su registro fugaz en películas, novelas, postales, posavasos, entradas, logotipos, etc. que dan cuenta de una experiencia –la turística– cultural, lúdica, casi siempre banal, divertida, confortable o arriesgada que atraviesa y congrega modos de vida y localizaciones en un tiempo corto e intenso, constituyendo, en palabras de Foucault (1984), una heterotopía de la contemporaneidad.

Y así como el viajero-espectador Smithson en Passaic toma fotografías como recuerdo, fijación y prueba de lo que vio en su itinerario personal, como una guía turística con las referencias más sobresalientes del lugar o sus cualidades, estas imágenes a las que nos referimos son capaces de (re)construir Torremolinos y su paisaje insertando sobre su soporte urbano ciertas situaciones, escenarios y objetos paralelos, la mayoría banales, dotándolo así de nuevos significados y nuevos valores. Una especie de concepto «as found» (Smithson y Smithson, 1990) que reivindica el valor de estos objetos y medios como una capa más para aprender el lugar. Las huellas y marcas de otro tiempo hablan del pasado, de existencias anteriores, como fragmentos que, junto con otros, componen una mirada compuesta de muchos estratos.

La práctica turística en Torremolinos, como sistema cultural y productivo de masas, se convirtió en productor y contenedor de huellas e imágenes capaces –desde la contemporaneidad–, de explicar experiencias eclipsadas o latentes y las emociones que éstas desencadenaron, en un proceso –con Warburg– de «vuelta a la vida de lo antiguo».

Una especie de ejercicio de «arqueología de la imagen» que «hurga con obstinación en el material –el ingente mercadillo de lo viejo– de todo cuanto nos hemos acostumbrado a no mirar» (Didi-Huberman, 2006:137) para encontrar productos culturales singulares y heterogéneos que pretenden recoger una parte del gran «troceamiento» del mundo: una especie de historia documental del imaginario turístico de Torremolinos en las dos primeras décadas de este fenómeno de masas.

La multiplicidad y heterogeneidad de estas imágenes, huellas olvidadas de una parcela del mundo, y su puesta en relación con la historia de una cultura de la globalización descubren un género de clasificación especial: aquel que recoge los trozos dispersos y olvidados –desechados– de la historia para encontrar hallazgos fuera de las categorías habituales, conocimiento inédito o desvelamientos del mundo que permanecía inadvertido, reprimido en el inconsciente mismo de nuestra percepción. Una especie de «hacer memoria» que, «en lugar de limitarse a la reproducción más o menos fidedigna de un pasado precursor o etiológico, aspira a producir el recuerdo de aquello que aún no ha sido... presente» (Cuesta Abad, 2004:9).

4.3 Fragmentos de una memoria olvidada. Torremolinos a través del cine, la literatura y la publicidad

Sabemos que cada memoria
está siempre amenazada por el olvido,
cada tesoro amenazado por el pillaje,
cada tumba amenazada por la profanación.

(Polastron, 2004:191)

Es posible la lectura del litoral malagueño –de Torremolinos en particular– a través de superposiciones de estratos en los que se insertan fragmentos de producciones humanas. A través de películas, novelas, cartelería o publicidad es posible leer la ciudad y recomponerla a través de las distintas capas que conforman su imaginario.

Cine. Fueron numerosas las películas que retrataron la Costa del Sol en comedias que reflejaban el fenómeno del turismo en la época de su mayor desarrollo –años 60 y 70– y los nuevos visitantes de sus costas. Estos largometrajes, con mayor o menor profundidad y calidad argumental, dejaban entrever el trasfondo amargo de una generación vacilante ante un mundo nuevo de libertades, protagonizados por actores como José Luis López Vázquez, Alfredo Landa, Manolo Gómez Bur o Paco Martínez Soria (Gómez Alonso, 2006). Este cine representa el reflejo del turismo y del comportamiento de los personajes a la hora de abordar los usos sociales, lúdicos y seductivos que ofrecen nuevos espacios, como el litoral malagueño, y nuevos fenómenos, como la llegada masiva de visitantes a nuestras costas. Se trata de una radiografía fiel de la sociedad de la época que expone, de una manera directa o indirecta, cómo el turismo condicionó las tradicionales formas de vida y costumbres del estereotipo español: la percepción que se tiene del estereotipo visitante por parte de los personajes españoles así como la percepción que tiene el turista del estereotipo español; cómo se generan procesos de identidad; el contexto en el que se producen las relaciones y los impactos de culturas; las implicaciones de lo nuevo y lo exótico dentro de la cultura popular autóctona, etc. Algunos ejemplos paradigmáticos de estas películas son *Amor a la española* (Fernando Merino, 1966), *Días de viejo color* (Pedro Olea, 1967), *El coleccionista de cadáveres* (Santos Alcocer, 1967), *Objetivo Bikini* (Mariano Ozores, 1968) o *Manolo, la nuit* (Mariano Ozores, 1973), entre muchos otros.

Pero, sobre todo, las secuencias cinematográficas nos ofrecen visiones arquitectónicas y nos permiten registrar evoluciones y cambios en la morfología e imagen de la ciudad a través de sus diferentes años de rodaje. Como símbolo de la modernidad que estaban transmitiendo en sus producciones cinematográficas, la arquitectura turística, construida siguiendo las corrientes europeas modernas, se convertía en protagonista de muchas de las secuencias de la película, especialmente las filmadas desde un vehículo –otro de los símbolos de la modernidad que allí se estaba gestando–.

Literatura. Por otro lado, la producción literaria inspirada en Torremolinos fue igualmente generadora de un imaginario del fenómeno del turismo de «sol y playa» que comenzó en los años 60. Fueron muchas las novelas que ubicaron su trama y se inspiraron en las calles de Torremolinos de la época, por ser un lugar y un momento en el que todo era novedoso. Estas novelas analizan de manera más o menos directa todo el ambiente y las relaciones sociales, económicas, culturales y políticas que el turismo provocó en esta pequeña localidad, que podía servir como hilo conductor y protagonista de la trama o simplemente como telón de fondo, de soporte, como excusa para contar cualquier otra historia.

Estas novelas fueron el espejo en el que se reflejaba un fenómeno social que excedió de lo meramente económico y que irrumpió como una corriente de aire fresco en un país atenazado por la dictadura franquista, influyendo también en aspectos sociales, culturales, artísticos e incluso ideológicos, aunque para ello en apenas una década Torremolinos dejara de ser un puerto seguro para aquellos que –en palabras de A. Michener– deseaban «huir de la locura del mundo» (1971:6) y pasara a convertirse justo en lo contrario: un «refugio totalmente loco» (1971:6) (Usó Arnal, 2007).

El papel de la literatura y el imaginario que creaba en sus descripciones sería decisivo para el desarrollo de la ciudad de Torremolinos, para convertirla, desde una pequeña localidad desapercibida, en sede mundial del turismo internacional.

Algunas de estas producciones literarias son *La isla* (Juan Goytisolo, 1961), *Cristo en Torremolinos* (José María Souvirón Huelin, 1963), *Desnudo pudor* (Manuel Halcón, 1964), *Torremolinos Gran Hotel* (Ángel Palomino, 1971), *Hijos de Torremolinos (The Drifters)* (James A. Michener, 1971), *Au revoir Torremolinos* (Fernando González-Doria, 1971) o *La costa de los fuegos tardíos* (Antonio Pereira, 1973), entre muchas otras.

Cartelería y logotipos. El diseño, las tipografías, las cartelerías o los logotipos publicitarios ayudaron igualmente a la conformación de una imagen muy singular del fenómeno turístico en Torremolinos, especialmente en lo referido a locales de ocio, discotecas, salas de fiesta, restaurantes, etc.

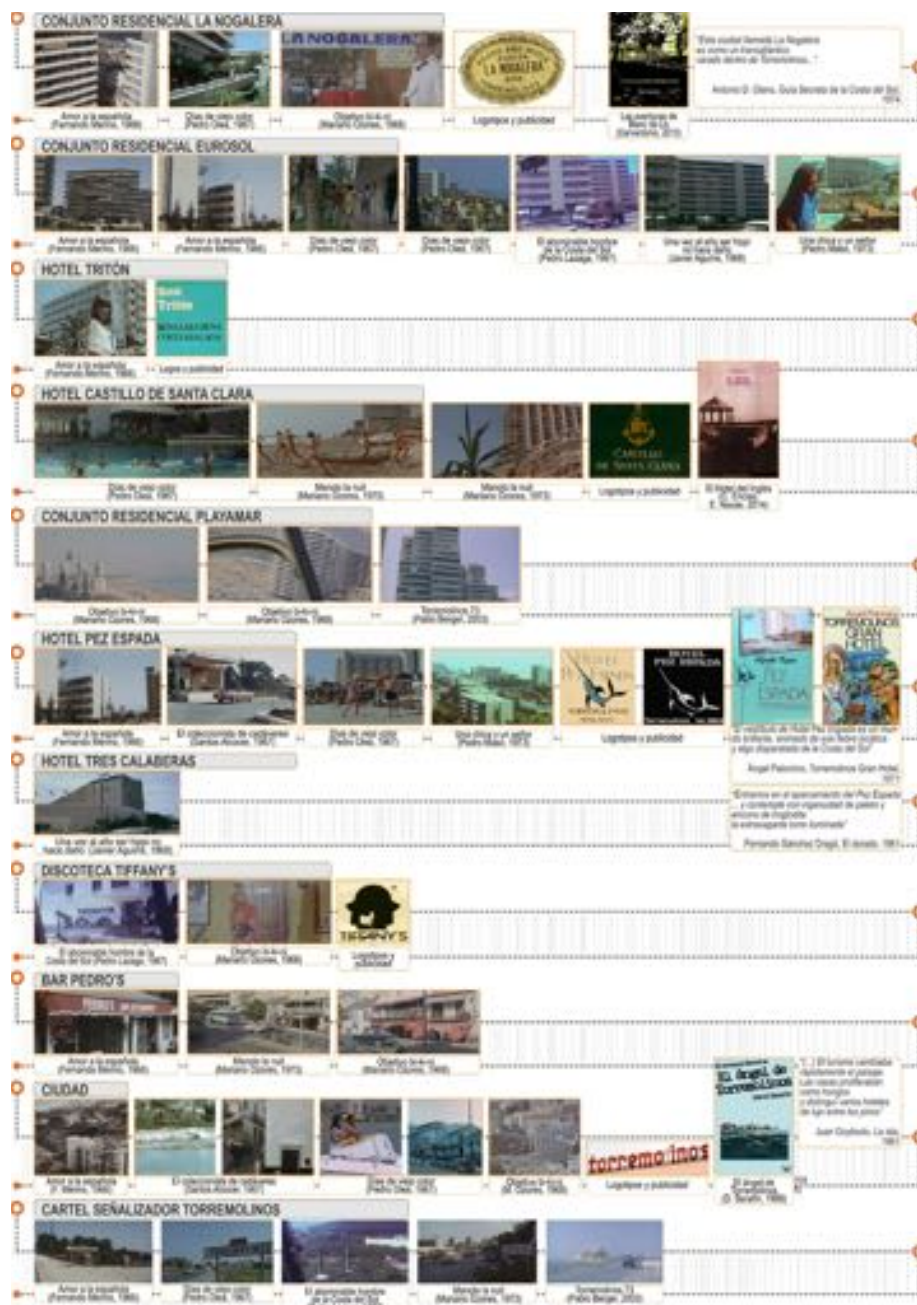


Figura 3: Fragmentos de Torremolinos a través de su cine, su literatura y su publicidad. Fuente: los autores, 2019.

La imagen que de estos establecimientos se proyectaba al exterior a través de estos elementos de promoción empezó a ser objeto de cuidado diseño y originalidad. En una época en la que se produjo una eclosión repentina de cientos de establecimientos turísticos, el interés por estudiar las formas de atracción de los visitantes a través del diseño publicitario era toda una prioridad.

Desde carteles anunciadores hasta tickets de entrada a discotecas y salas de fiesta, anuncios en revistas o periódicos, luminosos, posavasos, etc., cualquier objeto cotidiano valía para anunciarse de la manera más atractiva y sugerente, intentando atraer la atención del turista ante la inmensa avalancha de imágenes y anuncios que empezaban a proliferar en la ciudad (García-Moreno et al., 2016).

5. Conclusiones

El registro de la ciudad a través de sus imágenes nos lleva a una lectura multidisciplinar desde lo simbólico y lo comunicativo, caracterizada por sucesivas inserciones de diferentes enfoques, capaces de mediar en el deseo o interés de quienes las observan.

Desde el ejercicio del turismo en el territorio de la Costa del Sol, como sistema estructurado a través de las capas de una modernidad que ha ejercitado el ocio, hemos propuesto una búsqueda y traslado al presente de un imaginario construido de superposiciones de estratos en los que se insertan innumerables fragmentos de producciones humanas –artísticas, cinematográficas, literarias, etc.–.

Es posible leer la ciudad y recomponerla a través de las distintas capas que conforman su imaginario, de una manera diferente y alternativa a los canales visuales tradicionales. Unas capas que tuvieron un máximo impacto en los años de su creación, pero que habían quedado sepultadas y desechadas instantáneamente una vez consumidas, como productos pertenecientes a la cultura de masas.

- La valoración y traslado al presente de estos fragmentos visuales olvidados permite reconstruir un imaginario –una identidad patrimonial–, incomprensido en su momento por banal y fugaz, y desvelar afinidades entre las diferentes manifestaciones artísticas que lo dotan de una nueva legibilidad.

Bibliografía

- Augé, M. (1998). *El viaje imposible. El turismo y sus imágenes*. Barcelona: Gedisa.
- Barthes, R. (1989). *Mitologías*. México: Siglo XXI.
- Bruner, E. M. (2011). «Afterword: The Tour as Imagined, Lived, Experienced and Told». En J. Skinner y D. Theodossopoulos. (Eds.), *Great Expectations: Imagination and Anticipation in Tourism* (pp.197-200). Nueva York: Berghan Books.
- Cabrerizo, C., Rodríguez, G., y Rodríguez, I. (2011). *Espacios y destinos turísticos en tiempos de globalización y crisis*. Vol. I. Madrid: AGE.
- Chevrier, J. F. (2007). *La fotografía entre las bellas artes y los medios de comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Cosgrove, D. (2002). Observando la naturaleza: el paisaje y el sentido europeo de la vista. *Boletín de la AGE*, 34, 63-89.
- Cuesta Abad, J. M. (2004). *Juegos de duelo. La historia según Walter Benjamín*. Madrid: Abada.
- Didi-Huberman, G. (2006). *Ante el tiempo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora.
- Didi-Huberman, G., Chéroux, C., y Arnaldo, J. (2013). *Cuando las imágenes tocan lo real*. Madrid: Círculo de Bellas Artes.
- Foucault, M. (1984). Des espaces autres. *Architecture, Mouvement, Continuité*, 5, 46-49.
- Fuentes Vega, A. (2015). *Aportaciones al estudio visual del turismo: la iconografía del boom de España, 1950-1970* (Tesis Doctoral). Universidad Complutense de Madrid, España.
- Gamir, A., y Valdés, C. M. (2007). Cine y geografía: espacio geográfico, paisaje y territorio en las producciones cinematográficas. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 45, 157-190.
- García-Moreno, A. E., Rosa-Jiménez, C., y Márquez-Ballesteros, M. J. (2016). Lo banal como patrimonio de la Costa del Sol. Torremolinos (1959-1979). *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(1), 253-273.
- Gómez Alonso, R. (2006). El turismo no es un gran invento: aperturismo y recepción del ocio y consumo a través del cine español de los 60. *Área abierta*, 15, 2-11.
- Guerra de Hoyos, C. (2006). Análisis patrimonial desde la imagen y el pensamiento poético. *PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 58, 107-108.
- Lefebvre, H. (1991). *The production of space*. Oxford: Blackwell.
- Lizcano, E. (2006). *Metáforas que nos piensan. Sobre ciencia, democracia y otras poderosas ficciones*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Lübbren, N., y Crouch, D. (Eds.). (2003). *Visual Culture and Tourism*. Oxford: Berg Publishers.
- Lynch, K. (1960). *The Image of the City*. Massachusetts: The M.I.T Press. doi: 10.2307/427643
- MacCannell, D. (2003). *El turista: una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona: Melusina.
- Michener, J.A. (1971). *Hijos de Torremolinos*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Pack, S. D. (2009). *La invasión pacífica. Los turistas y la España de Franco*. Madrid: Turner.
- Palou Rubio, S. (2006). La ciudad fingida. Representaciones y memorias de la Barcelona turística. *Revista Pasos de Turismo y Patrimonio Cultural*, 4(1), 13-28.
- Polastron, L. X. (2004). *Livres en feu. Histoire de la destruction sans fin des bibliothèques*. París: Denoël.
- Riley, R., Baker, D., y Van Doren, C. S. (1998). Movie induced tourism. *Annals of Tourism Research*, 25(4), 919-935.
- Shields, R. (1991). *Places on the Margin. Alternative Geographies of Modernity*. Londres: Routledge.
- Smithson, A., y Smithson, P. (1990). «The «as found» and the «found»». En D. Robbins. (Ed.), *The Independent Group: Postwar Britain and the Aesthetics of Plenty* (pp. 201-202). Massachusetts y Londres: MIT Press.
- Smithson, R. (2006). *Un recorrido por los monumentos de Passaic, New Jersey*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Soto Vázquez, B. (2007). «Imagen/es de España: de los primeros viajeros con imágenes a las imágenes para los primeros turistas». En A. Rey-Reguillo. (Ed.), *Cine, imaginario y turismo. Estrategias de seducción* (pp.103-115). Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Urry, J. (1990). *The tourist gaze*. Londres: SAGE.
- Usó Arnal, J. C. (2012, 17 de enero). Turn On, Tune In, Drop Out... y ¡Olé! *Ulises (Revista de viajes interiores)*, 9. Recuperado de <http://www.revistaulises.com/>
- Venturi, R., Brown, D., y Izenour, S. (1977). *Learning from Las Vegas* (revised edition). Cambridge MA: MIT Press.

EL MEDIO COMO DISPOSITIVO AFECTIVO EN LA CULTURA MAINSTREAM. EL HASHTAG FEMINISM Y SUS CONTRADICCIONES

Gloria López Cleries

Universidad de Gotemburgo (Suecia)

glorialopezcleries@gmail.com

Recibido: 25/08/2018 | Aceptado: 15/10/2018

doi:10.30827/sobre.v5i0.7873

53

MEDIA AS AN AFFECTIVE APPARATUS WITHIN MAINSTREAM CULTURE. HASHTAG FEMINISM AND ITS CONTRADICTIONS

ABSTRACT: The circulation of emotions, affections and isolated testimonies told in the first person through hashtags –and their viral dissemination– has accentuated the binary structures of power and the hierarchies imposed by patriarchal normalization and violence debated through the mainstream media. These protests and social/media campaigns, articulated around the hashtag as a political and affective apparatus, are set within the context of Twitter and feminist digital activism called «Hashtag Feminism». Through the affective circuits comparative analysis generated by the suffrage publications of the early twentieth century and the corporate nature of social networks and the Web 2.0 critical study, this article exposes the contradictions associated with the medium as a political and affective apparatus and its relationship with the consumption culture and the affective capitalism.

KEYWORDS: hashtag feminism, neoliberal feminism, affective capitalism

RESUMEN: La circulación de emociones, afectos y de testimonios aislados contados en primera persona a través de *hashtags* –y su diseminación viral– ha acentuado el debate a través de los medios *mainstream* sobre las estructuras binarias de poder y las jerarquías impuestas por la normalización del patriarcado y su violencia. Estas protestas y campañas sociales/mediáticas, articuladas en torno al *hashtag* como dispositivo político y afectivo, se enmarcan dentro del contexto de Twitter y del activismo digital feminista denominado *Hashtag Feminism*. A través del análisis comparativo de los circuitos afectivos generados por las publicaciones periódicas sufragistas de principios del siglo XX y el estudio crítico de la naturaleza corporativa de las redes sociales y la Web 2.0, este artículo expone las contradicciones asociadas al medio como dispositivo político y afectivo y su relación con la cultura de consumo y con el capitalismo afectivo.

PALABRAS CLAVE: *hashtag feminism*, feminismo neoliberal, capitalismo afectivo



Introducción

El presente artículo parte de los fundamentos de los llamados estudios culturales en cuanto analizan los procesos que tienen lugar en las formas institucionalizadas, tratan la producción y la recepción de significados mediados por las masas y estudian las interacciones simbólicas diarias que se funden dentro de y entre subculturas y otras colectividades (Van Zoonen, 1994). Asimismo, y bajo el paraguas de los estudios feministas y medios de comunicación, este texto establece una visión crítica sobre el rol del medio utilizado en campañas activistas feministas y su contextualización con las redes sociales en el entorno corporativo de «la Web 2.0» (O'Reilly, 2005).

Para la realización del siguiente análisis es imprescindible partir de las publicaciones periódicas sufragistas, las cuales demuestran muchas de las contradicciones y problemáticas que caracterizan el movimiento *Hashtag Feminism* en relación al medio con la cultura de consumo y cómo el propio medio ha condicionado con su naturaleza el movimiento de protesta. Para las autoras DiCenzo, Ryan y Delap (2011:3): «la prensa [sufragista] proporciona la evidencia del papel crucial que desempeñaron los medios impresos en la formación de los llamados nuevos movimientos sociales y en la redefinición de la «política» que se originó en los márgenes de la esfera institucional formal». En el caso del *Hashtag Feminism* y su desarrollo en plataformas «entendidas como servicios web que se integran en el dispositivo neoliberal en relación con la identidad individual» (Caro, 2015:127), el *hashtag* –bajo una lectura foucaultiana– funciona como dispositivo político en el marco del capitalismo afectivo e informacional que manipula el feminismo, nombra sus demandas y las devuelve en forma de eslóganes reaccionarios azucarados (Power, 2018).

Este planteamiento situado en la diversidad y complejidad de la historia de los medios de comunicación feministas (*Feminist Media History*) –que «señala las lagunas en la historia de los medios, reescribe y reconfigura sus suposiciones y narrativas con el objetivo de problematizar suposiciones sobre el pasado y expandir las dimensiones históricas» (DiCenzo, Ryan y Delap, 2011:10)– tiene como objetivo mostrar los problemas y contradicciones inherentes a la historia de los medios de comunicación y los movimientos activistas en las redes sociales, y concretamente, aquellos vinculados al llamado *Hashtag Feminism* como consecuencia de las restricciones y políticas del medio.

Antecedentes: *Votes for Women* y la circulación de emociones

Desde la creación de la imprenta de tipos móviles de Gutenberg, el papel impreso como publicación independiente ha sido «un elemento clave como medio de difusión de ideas a través del modelo de comunicación «viral» aplicado a la prensa alternativa» (Ludovico, 2012:31). A comienzos del siglo XX y con la transformación que supuso la introducción de la electricidad en el contexto industrial y medial, emergieron publicaciones autoeditadas vinculadas a los movimientos de vanguardia artísticos: el futurismo italiano y el magazine *Lacerba* (1914) o *L'Italia Futurista* publicado

entre 1916 y 1918; el movimiento dadá y el magazine *Dadá* diseñado por Tristan Tzara en julio de 1917; el movimiento surrealista y la edición de *La Révolution Surréaliste* (1924-1929), cuyo primer número fue editado por André Breton; o el periódico *Documents* editado por Georges Bataille (1929-1930) (Ludovico, 2012).

Paralelamente, más de 25 publicaciones periódicas comprometidas con el debate de la campaña del sufragio femenino circularon por Gran Bretaña. La prensa como medio impreso supuso un gran impacto en las campañas iniciadas por las sufragistas; sirvió como herramienta de movilización y organización ofreciendo «no solamente un espacio de debate sobre el rol político de las mujeres, sino que influyó la opinión pública internacional en un momento en el que la prensa se alzaba como el medio más efectivo de divulgación de ideas» (DiCenzo, Ryan y Delap, 2011:2).

La investigadora Barbara Green en *Feminist Periodicals and Daily Life* analiza la evolución de la cultura periodística feminista y el impacto que tuvieron las columnas de correspondencia y las columnas de moda en Gran Bretaña para generar un espacio de debate en el que los temas políticos y cotidianos se entremezclaban. Editoriales de periódicos publicados en Londres como *Votes for Women* (1907-1912), *The Suffragette* (1912-1918), *The Vote* (1910-1911, 1913-1933), *Common Cause* (1909-1933) o *The Freewoman* (1911-1912) utilizaron «métodos publicitarios, de marketing y espectáculo promocional para circular ideas feministas en la esfera pública» (Green, 2017:43).

El periódico *Votes for Women* formó parte de la campaña propagandística y militante del movimiento sufragista británico liderado por la Women's Social and Political Union –la principal organización militante de la campaña–. El periódico, fundado por Emmeline y Frederick Pethick-Lawrence, fue un artefacto clave para tales exploraciones, ya que «ninguna otra organización sufragista explotó con más entusiasmo la relación entre la cultura activista y mercantil» (Offen, 2000:269). El formato incluía cómics, fotografías, anuncios, literatura, críticas de libros y teatro, editoriales, reportajes, noticias y artículos sobre «moda feminista» (Green, 2017:42). El periódico *Votes for Women* ofreció a sus lectores y lectoras una nueva forma de imaginar un compromiso con lo cotidiano y lo político bajo una perspectiva sufragista y reivindicativa a través de sus anuncios, sus columnas de moda y de correspondencia.

Lo que en la actualidad demuestra el archivo de la prensa es que el movimiento sufragista era consciente de que la publicación periódica tenía un valor más allá del propio medio de difusión propagandístico y que a través de su circulación podía forjar relaciones sólidas entre el público lector y el periódico. En este sentido, los periódicos sufragistas «hacían circular emociones» y funcionaban como «repositorios de afecto» (Green, 2017:41) tanto en el plano público, en las ventas, como en su circulación en los espacios privados. Gracias al espacio generado por las columnas de correspondencia, que aparecieron también en semanarios como *Woman Worker*, *Women Folk* o *Freewoman*, numerosas lectoras pudieron describir la compleja relación entre su vida privada y las cuestiones feministas de la época, haciendo visible una realidad hasta entonces poco compartida. Esta

oportunidad de contribución y participación activa generó una multiplicidad de voces que respondían ante la queja colectiva, convirtiéndose en un «mecanismo de identificación y desidentificación mediante el cual las mujeres se conectaron con las nuevas comunidades feministas e identidades de principios del siglo XX» (Green, 2017:148).

Por tanto, las columnas de correspondencia analizadas como elementos secundarios históricamente tienen hoy un valor significativo en cuanto se transforman en lo que Green denomina «vocabularios de intimidad» (2017:148), generados intertextualmente a partir de las relaciones producidas por la circulación de las publicaciones.

Hashtag Feminism como espacio afectivo colectivo

En un primer análisis –y del mismo modo que las columnas de correspondencia en las campañas sufragistas actuaron como espacios de convergencia e interacción– el dispositivo *hashtag* en la actualidad funciona como altavoz de numerosas campañas en las plataformas de redes sociales de *micro-blogging* (Twitter, Facebook, Instagram). El uso de *hashtags* fue introducido en Twitter en 2007 como un método de clasificación de mensajes (*tweets*) según su tema, permitiendo a los usuarios/as un mejor acceso de contenido específico (Caleffi, 2015). Un *hashtag* es un sistema mínimo informacional –caracterizado por el símbolo #–, una palabra clave o término que funciona como metadato. Este protocolo de comunicación en tiempo real basado en texto generó las bases de los funcionamientos básicos de los chats populares hoy utilizados en la web social o Web 2.0.

Su potencial como etiquetado social (*social tagging*) ofrece la posibilidad de creación de un sistema colaborativo de etiquetado e indexación colectiva –o Folksonomía– donde «la acción de etiquetado es generada por la persona que consume la información» (Vander, 2007). Lejos de la categorización impuesta por la tradicional taxonomía jerárquica, el *social tagging* permite el acceso a la comunicación instantánea, genera una mayor circulación del flujo comunicativo y facilita la propagación orgánica de la información.

Los usuarios/as han adaptado el uso de *hashtags* a las necesidades individuales por compartir –*retweetear*– ideas, promoción de marcas o eventos o señalar una información concreta en un tiempo real, llegando a alcanzar un impacto viral a pesar de que surgieran como método de categorización. La inmediatez del medio ha provocado que el uso de *hashtags* se haya extendido en movimientos sociales, de tal modo que muchos movimientos son referidos por su propio *hashtag*, funcionando como eslogan de la campaña (Tufekci, 2017). El incremento de popularidad de este tipo de campañas en Twitter ha sido uno de los desarrollos más destacados del activismo digital feminista durante la última década, situándose en el centro del debate público gracias a campañas como #FreeTheNipple, #FemFuture, #MeToo, #WhyIStayed, #YesAllWomen o, en el ámbito hispanico, #NiUnaMenos, #Cuéntalo, #YoSiTeCreo, etc.

Estos movimientos sociales digitales asociados al *Hashtag Activism* forman parte del popularizado *Hashtag Feminism*, considerado un espacio virtual que engloba múltiples narrativas personales en forma de protesta discursiva (Yang,

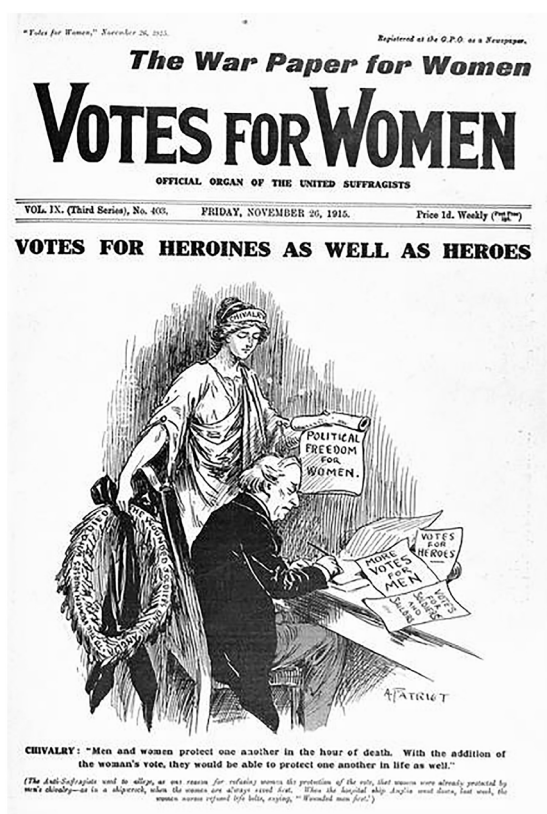


Figura 1: Portada del periódico *Votes for Women* del 26 de noviembre de 1915. © Museum of London.



Figura 2: Sufragista inglesa. (1900-1919). Ch. Chusseau-Flaviens. George Eastman House Collection.



Figura 3: Captura del Twitter de @AlyssaMilano del 15 de octubre de 2017. https://twitter.com/alyssa_milano/status/919659438700670976

56

2016). Dicho espacio está condicionado por las características de la «lógica narrativa del *hashtag*» (Clark, 2016:780), con la capacidad de producir y conectar historias individuales, impulsando su crecimiento político, y con la capacidad de generar una afectividad comunitaria. La posibilidad de activar la circulación de emociones y los repositorios de afecto remite directamente a las publicaciones periódicas sufragistas anteriormente descritas por Green (2017:41) y su función como constructores de identidad comunitaria. En el caso del *Hashtag Feminism*, estas características se ven condicionadas y ampliadas por la naturaleza digital del medio contextualizado en el marco de la sociabilidad mercantilizada de la Web 2.0 y que requieren de un enfoque distinto.

Numerosas investigaciones feministas han descrito –de modo desafortunado e incompleto– el movimiento del *Hashtag Feminism* como un nuevo modelo de activismo feminista y como una poderosa táctica para combatir las inequidades de género en una escala global (Baer, 2015). Esta descripción está fundamentada en las «potencialidades asociadas a la posibilidad de crear contra-narrativas que van más allá de los límites físicos inmediatos» (Tufekci, 2017:112) y la capacidad de ofrecer «un gran potencial para difundir ampliamente las ideas feministas, dar forma a nuevos modos de discurso sobre género y sexismo, conectar con diferentes grupos y permitir que surjan modos creativos de protesta» (Baer, 2015:17). Uno de los casos con más repercusión en los medios y en manifestaciones públicas ha sido la campaña surgida en 2015 en Argentina *#NiUnaMenos* y expandida posteriormente a gran parte de Latinoamérica y España (Musgrave, 2016). La campaña, basada en un eslogan que tomó la consigna de un poema de la víctima de

feminicidio Susana Chávez, permitió evidenciar las dimensiones interrelacionadas de la subjetividad y las relaciones sociales implicadas en la violencia sexual en una escala internacional (Lebovici y Zapperi, 2018).

Por otra parte, y sirviendo como ejemplo clave para el análisis posterior, la campaña estadounidense *#MeToo* ha sido una de las más señaladas en el contexto mediático internacional ante la violencia sexual y el acoso, en relación a las conexiones entre la sexualidad, el poder y la violencia de género. La actriz Alyssa Milano activó el sistema circulatorio en 2017 haciendo una llamada a la participación en Twitter. La campaña ha permitido evidenciar abusos silenciados durante décadas: desde escándalos fuertemente mediatizados en Hollywood hasta otros menos visibles y mediáticos (Majewska, 2018).

La naturaleza corporativa del medio y sus mecanismos de marketing

Una vez descrita la funcionalidad del *hashtag* como dispositivo afectivo del *Hashtag Feminism*, es necesaria una segunda perspectiva que analice el propio medio como generador de esas potencialidades y poner en duda la apropiación de los colectivos sobre las plataformas sociales como Twitter. Las campañas del *hashtag* –y, en general, el movimiento socio-afectivo en Twitter– están condicionadas por el uso del medio, siguiendo la propuesta de las prótesis tecnológicas de McLuhan (2001:26):

All media work us over completely. They are so pervasive in their personal, political, economic, aesthetic, psychological, moral, ethical, and social consequences that they leave no part of us

untouched, unaffected, unaltered. The medium is the message. Any understanding of social and cultural change is impossible without a knowledge of the way media work as environments.

Para comprender las contradicciones que conlleva el *hashtag*, utilizado como base de las interrelaciones de subjetividad asociado a las campañas de los –diversos– movimientos activistas feministas, es preciso definir su función como dispositivo político y afectivo. Siguiendo la premisa de McLuhan y la definición establecida por Foucault (1977), el propio dispositivo actuaría como la red de relaciones, estructuras y dinámicas que condicionan su funcionamiento y, por tanto, las relaciones que a partir de él se generan. El dispositivo *hashtag* asociado al contexto neoliberal del ciberfetichismo (Morozov, 2009) actúa como engranaje de una maquinaria desde donde inscribe en los cuerpos reglas y procedimientos y condiciona conductas y patrones de comportamiento concretos.

A modo de ejemplo, el éxito de la repercusión mediática de las campañas como *#MeToo* –aparte del carácter mercantil de la Web 2.0 y la naturaleza mediática de Hollywood (Hausladen, 2018)– se debe a la propia configuración de la plataforma. Twitter se estructura a través de los *followers* (seguidores) e *influencers* (celebridades) como base de su mecanismo operativo –a diferencia de otras redes sociales como Facebook que funcionan bajo la premisa de localizar supuestos amigos/as–. Además, la acción de *retweet* permite que la conectividad digital sea capaz de construir dinámicas sociales y enfatizar «la lealtad de los/las *followers*» (Dixon, 2014:37). A través de estos mecanismos que acentúan los sistemas corporativos de celebridad y *branding*, se desarrollan sentimientos de conexión en los que el propio lenguaje y los afectos que generan forman la idea ilusoria de identidad vinculada a una comunidad (Dixon, 2014).

La citada «autonomía» del espacio digital –desde donde actúan las anteriores campañas mencionadas– se ve condicionada por el liderazgo de empresas y plataformas de *software* como Google, Twitter o Facebook, convertidas en el centro de la organización de movimientos sociales. Esta «revolución de la Web 2.0» está condicionada por «la gran seducción por la promesa hueca de los medios «democratizados»» (Keen, 2007:16). La «gran seducción», según argumenta Andrew Keen, esconde que lo que entendemos como un espacio eficaz para la acción y reivindicación política no es más que un espacio fragmentado y que básicamente «la Web 2.0 ayuda a confirmar nuestros propios puntos de vista vinculados a otros con las mismas ideologías» (2007:56).

Siguiendo el estudio crítico que realiza Keen, los *trending topic* (o temas de tendencia) son generados automáticamente por un algoritmo cuya finalidad es identificar aquellos temas más tratados en el momento inmediato –«no por la trascendencia del evento, sino por su popularidad» (Keen, 2007:93)–. Según la plataforma de Twitter la lista de tendencias está diseñada para ayudar a los usuarios/as a descubrir «the most breaking breaking news» en tiempo real (Twitter, 2010). Por este motivo, el propio contenido presenta una mediación preestablecida por la plataforma, donde los algoritmos funcionan como *curators* que ofrecen un contenido más «personalizado». Esta acción de personalización y de estratificación de la

información conlleva una censura obvia, cuyos fines vienen enmascarados por «el culto de lo social» (Keen, 2012:10). De este modo, la plataforma –y el denominado espacio de convergencia– limita las posibilidades de difusión y divulgación, en el que el medio impone unas dinámicas de consumo rápido de mensajes que cumplen la función de eslogan publicitario por la limitación de los 140 caracteres. El resultado es, pues, un tipo de discurso en el que predomina la emisión de las celebridades –recuérdese el caso de la campaña *#MeToo*– en el que el debate se ve reducido a las premisas preestablecidas de la plataforma.

Lo que se planteó como un espacio abierto y de libre expresión, la World Wide Web, no es sino el entorno en el que las plataformas operan bajo una variedad de presiones y normativas autoritarias, que van desde comerciales y legales a sus propios modelos de negocio, así como a sus elecciones ideológicas. Las políticas explícitas sobre el tipo de contenido que está permitido o prohibido generan cada vez mayor controversia (Tufekci, 2017; Keen, 2007), como evidencia el caso de las censuras de exhibición pública de pezones en Instagram –catalogados como femeninos por la plataforma– que desencadenó la protesta de *#FreeTheNipple* en 2012.

El corporativismo de las redes sociales ha implantado su propio vocabulario, del mismo modo que las campañas ciberactivistas han adquirido sus mecanismos de actuación. El desarrollo de las tecnologías de la comunicación y de la información ha creado una utopía en la que solucionar las carencias del mundo *offline*, donde un nuevo modelo de organización social horizontal ya no es posible. En la actualidad, el objetivo de las plataformas de las redes sociales «responde a intereses políticos y modelos de financiación» (Tufekci, 2017:139) y se centra en la «autorrepresentación mercantilizada y la difundida diseminación digital de imágenes del cuerpo material [que] escalan las demandas de feminidad hegemónica» (Baer, 2015:20) –dejando atrás el énfasis utópico ciberfeminista del cuerpo ciborg, la superación del binarismo de género y la organización colonial y heteropatriarcal–.

Consumer Feminism o el ¿nuevo? feminismo de consumo

Retomando el estudio del periódico *Votes for Women*, el vínculo mercantil del medio fue explotado de modo diferente por el movimiento sufragista de la WSPU a través de sus periódicos –incluso asociado a publicidad relacionada con una nueva «moda feminista»– que sirvieron de apoyo a una presencia activa en el espacio público a través de grandes manifestaciones, reuniones en espacios comunes y una gran variedad de técnicas publicitarias para difundir su lema de «Votes for Women» (Green, 2017). Según Green, «las relaciones íntimas entre las lectoras y el periódico concebido como una «cosa» única abrieron una ventana a las formas en que la cultura periódica sufragista re-imaginaba los rituales ordinarios cotidianos y saturados con afecto» (2017:42).

Esta relación mercantil/afectiva ha sido llamada *Consumer Feminism* al considerar el sufragio coleccionable y el papel suficiente como cosas, más que como mercancías, permite una discusión de las relaciones sentimentales imaginadas entre una sufragista y los artefactos culturales impresos y los recuerdos que la ataron al movimiento (Green, 2017).



Figura 4: Penique con el lema sufragista «Votes for women» (1903). Colección del British Museum.

88

Además, el medio impreso se vio expandido a otras tácticas más violentas, como protestas en el senado y otros modelos de presión en espacios públicos. Uno de los ejemplos de la insistencia de difusión del lema de campaña «Votes for Women» como insignia de la movilización sufragista puede verse en la acuñación de peniques –estrategia utilizada anteriormente por el movimiento anarquista francés–, en el que la sobreacuñación de la moneda adquiría un valor simbólico significativo ya que la alteración de la moneda en curso supuso una acción de vandalismo y ofensa criminal grave.

En la actualidad, el *Hashtag Feminism* explota su vínculo mercantil de forma invertida al movimiento sufragista, ya que es el propio movimiento el que prolifera especialmente como una mercancía, entre *gifs*, memes, *tweets* virales de *celebrities* y la ola del *trending topic* en el contexto del ciberfetichismo y la ideología californiana neoliberal. Muchas de las campañas se mantienen en el espacio digital sin reflejar un impacto «real» más allá de las plataformas digitales y los medios. Este hecho sitúa el activismo del *Hashtag Feminism*, en una especie de «precariedad de los feminismos digitales, que reflejan tanto la naturaleza opresiva del neoliberalismo como las posibilidades que ofrece para las nuevas subjetividades y las formaciones sociales» (Baer, 2015:22).

En su estudio sobre feminismo neoliberal y activismo digital, Hester Baer centra la atención en esta contradicción en la que el medio condiciona la efectividad del movimiento de reivindicación feminista. Por otra parte, otras autoras han denunciado la parálisis de la imaginación política del femi-

nismo en el contexto mediático (Power, 2009) y, en otros casos, se alude al aumento de plataformas digitales en la creación del concepto de *pop-feminismo* –acuñado por Sonja Eismann en 2007– que describe la discusión pública generalizada sobre el feminismo en los medios de masas (Baer, 2015).

Según Nina Power, los mensajes optimistas de autorrealización y emancipación del sector consumidor (femenino) enmascaran la naturaleza neoliberal del concepto de *labour*-trabajo. A pesar de su alegría y entusiasmo, el feminismo autocomplaciente que celebra la identidad individual por encima de todo es un feminismo unidimensional (2009). Para la investigadora, «la feminización del trabajo y la *laborización* de las mujeres seguirán a la deriva sobre las principales contradicciones del capitalismo y el sexismo oportunista que lo acompaña» (2009:69). Tomando como referencia el libro de Marcuse de *El hombre unidimensional* (1964) –que mostraba cómo la emancipación no es más la libertad ilusoria del capitalismo–, Power sitúa el feminismo contemporáneo en el entorno de las sociedades de consumo, donde la autopromoción perpetúa la posición laboral de las mujeres así como su cosificación sexual, donde el capitalismo ha absorbido los lemas feministas y los ha transformado en referentes *mainstream*.

Conclusiones

Tras las anteriores observaciones podemos concluir que las plataformas y redes sociales utilizadas como medio de las campañas del *Hashtag Feminism* enmascaran sus tendencias neoliberales hacia la mercantilización y el individua-

lismo, caracterizadas por los valores de la organización social capitalista y en línea con los objetivos de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (Boltanski y Chiapello, 2002). El modelo de negocio basado en el capitalismo afectivo (Prada, 2011) –en el que el afecto se convierte en un elemento capitalizado y manipulado–, la estructura egocéntrica y el debate reducido a *followers* ha absorbido las intenciones reivindicativas del activismo digital. Como resultado, el propio medio exalta y perpetúa modelos vacíos de autocritica, en los que el espectáculo y la superficialidad del discurso predominan sobre las relaciones sociales afectivas y los cuidados «reales».

Este modelo de feminismo mercantilizado ha generado «una situación de inseguridad permanente que afecta desproporcionadamente a los grupos minoritarios» (Baer, 2015:17). Susana Loza, en el artículo «Hashtag Feminism, #SolidarityIsForWhite Women, and the Other #FemFuture», pregunta si el feminismo convencional está destinado a seguir siendo el terreno de las mujeres blancas. En el artículo la autora evidencia las voces excluidas del movimiento feminista dominante –*mainstream*–, como es el caso de la pobreza (#*EconomicViolence*), los estereotipos raciales y sexuales (#*NotYourAsianSidekick*), la invisibilidad cultural de Latin@s (#*SecretLivesof Feministas*), el sexismo racista (#*BlackPowerIsForBlackMen*), la parcialidad de los medios (#*NotYourNarrative*), la explotación sexual de niñas negras (#*FastTailedGirls*) y la visibilidad de mujeres trans (#*GirlsLikeUs*), entre muchos otros (Loza, 2014).

Hay que remarcar que las proclamadas plataformas sociales como Facebook y Twitter no fueron creadas para activistas y por activistas; se crearon con fines de entretenimiento. Este entorno en el que la identidad se convierte en una mercancía y marca personal ha llevado a la proliferación del *slaktivismo*, que hace referencia a actividades políticas en la red que no tienen impacto en los resultados políticos de la vida real pero que solo sirven para aumentar el factor de bienestar de los usuarios/as (Morozov, 2009). Con las siguientes contradicciones se evidencia que el *Hashtag Feminism* potencia las fisuras que en él se generan; a pesar de que la plataforma sirva como altavoz de las minorías, estas se ven silenciadas por la estructura del medio como dispositivo. En este aspecto, los medios de comunicación en red y, en especial, las redes sociales «refuerzan la hegemonía de los medios a través de sus estrategias mercantiles, donde la participación y las opiniones personales quedan fetichizadas por el capitalismo comunicativo y el activismo político queda reducido a los estándares de la cultura del entretenimiento» (Dean, 2009:17).

La utopía ciberfetichista a la que se refiere Morozov genera la ficción de la posibilidad de nuevas formas de sociabilidad y nuevos modelos de acción. Sin embargo, el discurso de *ciber-sociabilidad* forma parte de las metáforas tecnológicas hegemónicas que imaginan las redes sociales como dispositivos de coordinación colectiva, donde «la tecnología se ha convertido en una especie de ortopedia social» (Rendueles, 2016:21). En esta efervescencia social digital, la propia construcción de la identidad personal y de las relaciones personales se convierten en relaciones mercantiles y la participación y la cooperación social se ve limitada por las políticas de privacidad. Los artefactos participativos son mostrados

como mecanismos tecnológicos para componer la actividad social –y la afectividad social– generando «vínculos difusos y discontinuos pero aumentados, tecnológicamente potenciados» (Rendueles, 2013:91).

Las organizaciones sufragistas impulsaron y controlaron todos los procesos de edición, impresión y difusión de sus periódicos. Estas dinámicas de autoedición y creación de identidad y comunidad fundamentaron la circulación de afectos en el plano real, en los espacios privados y públicos. Por el contrario, en el entorno digital de relaciones sociales ficticias y de comunidades digitales ilusorias, la base material de nuestros lazos sociales ya no se fundamenta en el cuidado real mutuo (Rendueles, 2013). Según Rendueles «Internet genera una ilusión de intersubjetividad que, sin embargo, no llega a comprometernos con normas, personas o valores» (2013:185). Las herramientas 2.0 no permitirían, por tanto, establecer un vínculo social político y afectivo más allá de la acción de *retwitt* o *like* en muchas de las campañas anteriormente comentadas, en las que los vínculos de afecto y deseo son el resultado de estrategias publicitarias propias del medio, dado que, siguiendo las premisas de Morozov, «cada nuevo artículo o libro sobre una revolución de Twitter no es un triunfo de la humanidad; es un triunfo del departamento de marketing de Twitter» (2011:305).

Bibliografía

- Baer, H. (2015, 16 octubre). Redoing Feminism: Digital Activism, Body Politics, and Neoliberalism. *Feminist Media Studies*, 16(1), 17-34. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.1080/14680777.2015.1093070>.
- Boltanski, L., y Chiapello, É. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal.
- Calefi, P-M. (2015). Hashtag. *SKASE Journal of Theoretical Linguistics*. 12(2). Recuperado de http://www.skase.sk/Volumes/JTL28/pdf_doc/05.pdf.
- Caro, L. (2015, 24 de diciembre). Construir y comunicar un «nosotras» feministas desde los medios sociales. Una reflexión acerca del «Feminismo del Hashtag». *Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 4(2), 124-154. Recuperado de <https://revistas.uca.es/index.php/cayp/article/view/3098>.
- Clark, R. (2014, 4 de noviembre). #NotBuyingIt: Hashtag Feminists Expand the Commercial Media Conversation. *Feminist Media Studies*, 14(6), 1108-1110. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/14680777.2014.975473>.
- Clark, R. (2016, 22 de febrero). «Hope in a Hashtag»: The Discursive Activism of #WhyIStayed. *Feminist Media Studies*, 16(5), 788-804. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/14680777.2016.1138235>.
- Dean, J. (2009). *Democracy and other Neoliberal Fantasies. Communicative Capitalism and Left Politics*. Durham & London: Duke University Press.
- DiCenzo, M., Delap, L., y Ryan, L. (2011). *Feminist Media History. Suffrage, Periodicals and the Public Sphere*. New York: Editorial Palgrave Macmillan.
- Dixon, K. (2014, julio). Feminist Online Identity: Analyzing the Presence of Hashtag Feminism. *Journal of Arts & Humanities*, 3(7), 34-40. Recuperado de <https://www.theartsjournal.org/index.php/site/article/view/509/286>.
- Foucault, M. (1977). *Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Green, B. (2017). *Feminist Periodicals and Daily Life. Women and Modernity in British Culture*. IN, USA: Editorial Palgrave Macmillan. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-63278-0>.
- Hausladen, K. (2018, marzo). My, Your, Our #MeToo Moment Human Megaphones and Their Bodies. *Texte Zur Kunst, Art without Rules?*, (109). Recuperado de <https://www.textezurkunst.de/109/mein-dein-unser-metoo-moment/>.
- Higgs, E. (2015, 19 de febrero). #JusticeforLiz: Power and Privilege in Digital Transnational Women's Rights Activism. *Feminist Media Studies*, 15(2), 344-347. Recuperado de <https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1008746>.
- Keen, A. (2007). *The Cult of the Amateur. How Today's internet Is Killing our Culture*. New York: Doubleday.
- Keen, A. (2012). *Digital Vertigo. How Today's Online Social Revolution Is Dividing, Disminishing, and Disorienting Us*. New York: St Martin's Press.
- Lebovici, É., y Zapperi, G. (2018, junio). Maso and Miso in the Land of Men's Rights. *E-flux Journal* #92. Recuperado de <https://www.e-flux.com/journal/92/205771/maso-and-miso-in-the-land-of-men-s-rights/>.
- Loza, S. (2014, 8 de julio). Hashtag feminism, #SolidarityIsForWhiteWomen, and the other #FemFuture. *Ada: A Journal of Gender, New Media, and Technology*, (5). Recuperado de <https://adanewmedia.org/2014/07/issue5-loza/>.
- Ludovico, A. (2012). *Post-Digital Print- The Mutation of Publishing since 1894*. Rotterdam: Onomatopée.
- Majewska, E. (2018, junio). Feminism Will Not Be Televised. *E-flux Journal* #92. Recuperado de <https://www.e-flux.com/journal/92/206022/feminism-will-not-be-televised/>.
- McLuhan, M., y Quentin, F. (2001). *The Medium Is the Massage. An Inventory of Effects*. California: Gingko Press.
- Morozov, E. (2009). From Slactivism to Activism. Recuperado de <https://foreignpolicy.com/2009/09/05/from-slactivism-to-activism/>.
- Morozov, E. (2011). *The Net Delusion. The Dark Side of Internet Freedom*. New York: PublicAffairs.
- Musgrave, H. (2016, 7 de octubre). #NiUnaMenos: femicide in Argentina. *Law School International Immersion Program Papers*, (15). Recuperado de http://chicagounbound.uchicago.edu/international_immersion_program_papers.
- Offen, K. (2015). *Feminismos europeos, 1700-1950. Una historia política*. Madrid: AKAL.
- O'Reilly, T. (2005, 30 de septiembre). What is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation Software. Recuperado de <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>.
- Prada, J. M. (2011). ¿Capitalismo Afectivo? En: *Exit Book: Revista de Libros de Arte y Cultura Visual*, (15), 32-37.
- Power, N. (2009). *One-dimensional Women*. Winchester, UK: Zero Books.
- Power, N. (2018, 5 de abril). Entrevista SON[IIA] #256 NINA POWER. Radio web MACBA [Audio]. Recuperado de <https://www.macba.cat/en/sonia-256-nina-power>.
- Rendueles, C. (2013). *Sociofobia. El cambio político en la era de la utopía digital*. Madrid: Capitan Swing.
- Rendueles, C. (2016). Cyber-fetishism. *Arena Magazine* (Fitzroy, Vic), 143(6), 20-21. Recuperado de <https://search.informit.com.au/documentSummary;dn=261903488230856;res=IELAPA>.
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas. The Power and Fragility of Network Protest*. Yale University Press.
- Twitter Inc. (2010, 8 de diciembre). To Trend or Not to Trend... [Entrada blog]. Recuperado de https://blog.twitter.com/official/en_us/a/2010/to-trend-or-not-to-trend.html.
- Van Zoonen, L. (1994). *Feminist Media Studies*. London: SAGE Publications.
- Vander Wal, T. (2007, 2 de febrero). Folksonomy. [Entrada blog]. Recuperado de <http://vanderwal.net/folksonomy.html>.
- Yang, G. (2016). Narrative Agency in Hashtag Activism: The Case of #BlackLivesMatter. *Media and Communication*, 4(4), 13-17. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.17645/mac.v4i4.692>.

ESFERA PÚBLICA Y EXPOSICIÓN

Manolo Laguillo

Universidad de Barcelona

manolo@manololaguillo.com

Recibido: 10/03/2019 | Aceptado: 21/05/2019

doi:10.30827/sobre.v5i0.8875

61

PUBLIC REALM AND EXHIBITION

ABSTRACT: This article covers the way fifteen 3 x 4.5 meters big photographs are being shown between July 2018 and October 2019 in the Besòs River Park, which is a remarkable case of river recovery ('blue path'). These fifteen big canvases represent that very same zone, and were made in 2017 following an assignment of the Catalan Architects Association to Manolo Laguillo. Those walking along that part of the river are confronted with photographs of their own surrounding. Experiencing them would never happen if they would be hanged on the walls of a gallery or museum. The huge amount of detail of these black and white photographs allows an observation of the landscape which goes beyond the usual one with nude eyes.

KEYWORDS: Photographic Survey, public sphere, show, documentary photography, detail representation

RESUMEN: Este artículo trata de cómo se exponen durante quince meses (entre julio de 2018 y octubre de 2019) quince fotografías de gran tamaño (3 x 4,5 m) al aire libre en el Parc Fluvial del Besòs, uno de los ejemplos más sobresalientes de restauración fluvial ('vía azul'). Las quince fotografías son de esa comarca misma, el bajo cauce del Besòs, y fueron hechas por su autor, Manolo Laguillo, un año antes, en 2017. Forman parte de su proyecto 'Levantamiento fotográfico del Besòs', que le fue encargado por el Colegio de Arquitectos de Catalunya. Quienes caminan a lo largo del río se ven confrontados con unas fotografías de su entorno habitual, algo que nunca ocurriría si estas se mostrasen en una galería o un museo. El enorme detalle de estas fotografías en blanco y negro permite adentrarse en el paisaje de una manera distinta a la observación con los ojos desnudos.

PALABRAS CLAVE: Levantamiento fotográfico, esfera pública, exposición, fotografía documental, representación del detalle



Este texto versa sobre la manera en que *El Besòs 2017: Un levantamiento fotográfico*, uno de mis últimos trabajos, se expone a lo largo de un año, entre julio de 2018 y julio de 2019, en el Parque Fluvial del Besòs, un espacio abierto y público que discurre en paralelo al cauce de dicho río en sus últimos seis kilómetros, entre Montcada i Reixac y el mar¹.

Enseñarlo en este lugar hace que le salga al paso, en el sentido literal de la expresión, a mucha gente que nunca entraría en un espacio de exposición cerrado. Pero esas personas son, con mucha probabilidad, precisamente quienes habitan las zonas que fueron el objeto del trabajo de levantamiento fotográfico².

Este artículo considera así dos cuestiones: por un lado un trabajo fotográfico concreto, por el otro la forma inusual de exposición que está teniendo. Uso el presente de indicativo pues escribo en marzo de 2019, cuando aun faltan unos meses para que esta se clausure.

Utilizo el concepto 'esfera pública' en el título, con todas sus resonancias, porque se trata de una publicación, en un lugar insólito y muy prolongada –tanto que se la podría considerar semipermanente–, de un trabajo fotográfico cuyo 'destino expositivo' era en principio otro, el habitual: ser mostrado en un espacio cubierto –galería de arte o museo– que solo visitarían los habituales de esos lugares³.

El Besòs 2017: un levantamiento fotográfico

Antes de contar de qué forma se enseña en el Parque Fluvial el trabajo sobre el río Besòs es preciso explicarlo. Para hacerlo describiré en primer lugar los trazos generales del territorio que este trabajo fotográfico se ocupa, y a continuación me referiré a la toma de las fotografías.



La zona fotográfica

Realizado a partir de un encargo del Archivo del Colegio Oficial de Arquitectos de Cataluña (COAC) el proyecto consiste en su forma final en sesenta y siete fotografías. Estas las seleccioné a partir de un total de un millar, que hice entre los meses de enero y marzo de 2017 en el territorio situado en torno al último tramo del Besòs, es decir, entre Montcada i Reixac y el mar. Se trata de un área relativamente extensa –mide 3 o 4 km de ancho por 6 km de largo–,

1. Este Parque Fluvial es un ejemplo de vía azul, un tipo relativamente reciente de intervención sobre el paisaje que convierte las márgenes de un río en transitables con fines de ocio y recreación.

2. Entiendo aquí el término 'levantamiento' en un sentido próximo al topográfico.

3. 'Esfera pública' es la traducción habitual del concepto de 'Öffentlichkeit', cuya historia narra Jürgen Habermas en su escrito de habilitación (Habermas, 1982). Habermas proporciona la clave para entender –y traducir adecuadamente: obviamente 'opinión pública' falla el golpe– 'Öffentlichkeit' cuando la contraponen a la 'Privatsphäre', a la esfera privada. Me inclino por esta expresión para evitar la expresión 'espacio público', que considero excesivamente limitante y descriptiva.



Figura 1: El grupo de cinco lonas situado cerca de la desembocadura.

y es una de las zonas periféricas por donde aún puede crecer Barcelona⁴. Abarca partes de Badalona, Santa Coloma, Sant Adrià, Montcada i Reixac y Barcelona, y va desde el mar hasta el punto donde el río penetra en la plana del Barcelonés a través de una interrupción en la línea de montaña. Este desfiladero, que ya en sí mismo, geológicamente, es accidentado, también lo es por el denso tráfico que soporta, pues por él pasan las autopistas de entrada y salida en el Barcelonés –que se bifurcan en Vallbona en la C-33 y la C-17, que van hacia el Norte y el Vallès Oriental, y la C-58, que lleva al Vallès Occidental–, y al menos dos tendidos de ferrocarril –el del AVE y el de cercanías–, además de una serie de carreteras comarcales. Estamos en un paisaje periférico a las puertas de Barcelona, inmediatamente antes del Nudo de la Trinidad, una ‘banlieue’ que se acaba de complicar con unos núcleos de población –de entre los cuales destaca Ciudad Meridiana– y polígonos industriales que tapizan de forma violenta la totalidad del suelo disponible. Solo queda sin ocupar el suelo cuya pendiente es excesiva o que pertenece al parque natural de la sierra de Collserola.

Hasta hace quince años el Besòs era en su último tramo un albañal. Las industrias que estaban instaladas a ambos lados de su curso llevaban décadas vertiendo en él sus desechos. La flora y fauna autóctonas hacía mucho que habían desaparecido, y unas enormes torres de alta tensión punteaban el cauce. Los barrios que lo flanqueaban, desprovistos de servicios, estaban habitados mayoritariamente por gente venida de la España rural. Junto con los municipios del Baix Llobregat, la comarca situada en la parte baja del río que flanquea Barcelona por el otro costado, configuraron a partir de los sesenta el así llamado ‘cinturón rojo’ de Barcelona. Jaume Fabre y Josep Maria Huertas Claveria (1976) narran los detalles de esos años en su gran trabajo sobre los barrios de Barcelona. Y el escritor Javier Pérez Andújar (2011) cuenta cómo era esta zona antes de que el Parque Fluvial del Besòs le devolviera algo del aspecto que debió tener en el siglo XIX.

La zona posee una serie de elevaciones. Sobre Montcada i Reixac está el Turó de Montcada, que ha ido menguando en su ladera menos visible para beneficio de la fábrica de cemento situada a sus pies. Sobre el Nudo de la Trinidad y Ciudad Meridiana está Torre Baró, y sobre el Singuerlín, al otro lado del desfiladero, está el Puig Castellar, rematado por las ruinas de un poblado ibérico. Ya río abajo, enfrente del Bon Pastor y a la altura del vado del Puente del Molinet, está la colina que corona el edificio abandonado del antiguo hospital de l’Esperit Sant. En esta emergencia se sitúa la línea de carena que separa la cuenca del Besòs de las de los torrentes del término municipal de Badalona.

Nombro estos promontorios porque la única manera de hacerse con una idea general de cualquier territorio es verlo desde arriba, desde puntos elevados. No sobra preparar esta visión directa mediante el estudio de planos actuales, pero este no puede sustituir la experiencia inmediata del paisaje iluminado por una luz que cambia a medida que avanza el día. Conocer la antigua fisonomía de la zona a partir de la consulta de mapas antiguos es imprescindible para entender la actual configuración. Así, la memoria de las antiguas vías por las que se entraba y salía de la ciudad, de las casas de labor, de las redes de riego y canalización de las aguas, etc. se perpetúa no solo en la toponimia, sino también en detalles residuales que hay que saber encontrar para que, incluidos deliberadamente en la fotografía, nos hablen de la historia de los lugares. Este paisaje, a pesar de la ocupación desahogada y carente de planificación del último siglo, aún conserva restos que permiten hacerse una idea de lo que debió de ser antes de que las actividades del sector secundario lo ocupasen.

La totalidad de la comarca está dominada por las tres chimeneas de la antigua central térmica de la desembocadura. Su inevitabilidad las convierte en un hito visual.

Describo los rasgos que caracterizan la zona a la que se refiere mi trabajo fotográfico con la esperanza de que llegue a percibirse mínimamente lo que la hace especial. Ello es, expresado brevemente, que carece de tipología o, mejor dicho, que su tipología consiste en no tenerla. Su alto grado de desestructuración se debe a que en ella se encuentran y desencuentran simultáneamente unas texturas urbanas distintas –que se corresponden con una gran variedad de usos y actividades–, pero también temporalidades diferentes, es decir, vestigios

4. Barcelona saltó en la década de los 90 del pasado siglo la línea de montaña paralela al mar, una barrera que limitaba su crecimiento de forma natural desde que a mediados del XIX se demolieron las murallas que artificialmente la constreñían y se comenzó a ocupar el Ensanche, siguiendo con más o menos literalidad el proyecto del ingeniero de caminos Ildefons Cerdà.



Figura 2: El grupo de cinco lonas situado a la altura del Pont del Molinet, enfrente del Bon Pastor.

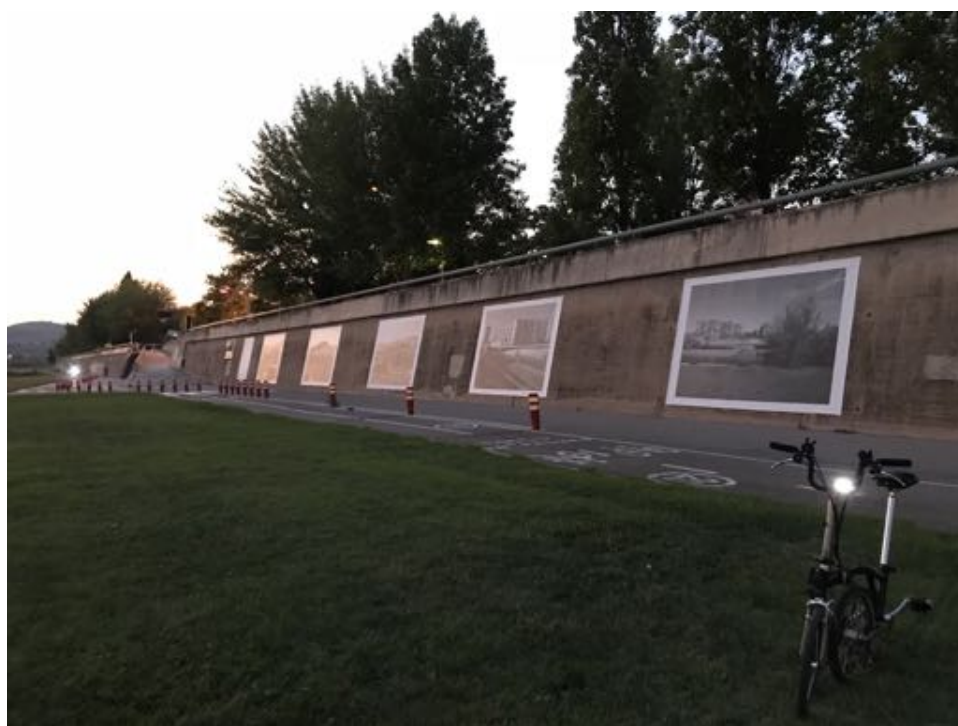


Figura 3: El grupo de cinco lonas situado a la mayor distancia de la desembocadura, junto a Can Zam.

del pasado y anuncios de lo que está por venir. Todo esto la convierte en representativa de zonas similares situadas en otros puntos del mundo.

La toma fotográfica

Tras esta descripción de la zona paso a referirme con cierto detalle a las decisiones más directamente relacionadas con la toma de las fotografías.

La acotación de cada escena, la fijación de su tamaño, es lo que determinó a qué distancia me coloqué de ella. Un tercio de las escenas que fotografié tiene un ancho de como mínimo medio centenar de metros, y el de los dos tercios restantes supera con creces el kilómetro. Solo en unos pocos casos trabajé con escenas cuyo ancho rondó la docena de metros. El ser humano ocupa por lo tanto en la inmensa mayoría de las fotografías una parte muy pequeña del total del encuadre. La distancia corta que adopta el reportero de calle era incompatible con la gran escala de lo urbano, que es lo que me interesaba representar.

En la elección de los puntos de vista, un acto que es simultáneo a la acotación que da origen a la escena, ajusté el encuadre para que apareciesen representadas al menos tres de las actividades que realizamos los seres humanos, y ello mediante los correspondientes espacios o edificios (vivienda, taller, fábrica, almacén, tienda, bar, mercado, biblioteca, museo, escuela, cine, templo, tanatorio, campo de deporte, hospital, calle, avenida, plaza, carretera, puente, camino, vía férrea).

Esta atención a la variedad de funciones de las construcciones que erigimos se complementa con el deseo de representar las grandes líneas que determinan la estructuración de este territorio, y que reflejan su infraestructura física. Además del Besòs y las vías que discurren en paralelo con él, está la entrada actual en el tejido urbano de Barcelona que es la Gran Vía, su avenida más larga, pero también la antigua carretera de Mataró, la vieja salida de Barcelona que es la continuación de la calle de Pere IV, una de esas extrañas vías que cortan diagonalmente la trama ortogonal del Ensanche. Otra zona importante que me interesó es el así llamado triángulo ferroviario, situado al final de la Rambla Prim y a las espaldas del barrio del Bon Pastor. En esas hectáreas de terreno, que está aparentemente vacío para la mirada del ciudadano de a pie completamente alejado de los centros de poder donde se toman las grandes decisiones, van a ocurrir muchas cosas en los próximos años, entre otras la instalación de la gran estación central. Ello hará que el centro de gravedad se desplace de la izquierda del Ensanche a esta zona, con las consecuencias previsibles, como una recalificación del suelo, la subida de su precio y, a medio plazo, la gentrificación.

En estas fotografías prevalece así la intención descriptiva por encima de cualquier otra consideración, incluida la estética. Su eficacia tiene que ver con el hecho de que informan, dan a conocer y evitan la anécdota. Por eso empleo el dispositivo fotográfico de una manera deliberadamente inexpresiva, neutral y, en apariencia, desapasionada.

Pero esta potencia descriptiva de la fotografía arrastra consigo una capacidad prospectiva que la fuerza de los hechos me ha obligado a reconocer y que solo a regañadientes me decido ahora a expresar. Tras décadas de trabajar machacona e insistentemente en la representación fotográfica de la ciudad he acabado por darme cuenta de que en algunas fotografías se puede adivinar el futuro. Creo que esto tiene que ver con mi interés por aquellos puntos donde se tensiona la textura urbana, por las líneas de encuentro de los diferentes tejidos, por las rótulas y las transiciones bruscas. Que muchas de estas fotografías provoquen desasosiego es la prueba de que reflejan la inestabilidad que pueda haber en el territorio, una disfuncionalidad y desajuste que me esfuerzo en detectar.

En lo que respecta a las herramientas y las técnicas del oficio me inclino por las que proporcionan la mayor cantidad de detalle y la gradación tonal más rica. La razón es que deseo crear en quien contemple estas fotografías la sensación de encontrarse ante la realidad misma, la que estuvo delante de la cámara en el momento de hacerlas. Que la fotografía acabe registrando y dando cuenta del detalle que hubo previamente en la realidad no depende tanto de este cuanto de la capacidad del aparato que se use. Concluyo esta primera parte con la pregunta acerca del detalle, porque con ella salto fluidamente a la segunda parte, la dedicada a tratar de la exposición de estas fotografías en el Besòs. Como en un texto reciente planteé este tema me permitiré citarlo. Digo en él lo siguiente:

«La representación que la fotografía hace de la realidad llega cargada con una enorme riqueza de detalle, un detalle que, se trate de lo que se trate, es en sí mismo altamente placentero. [...] La pintura y el dibujo también toleran una doble distancia de observación, la alejada para ver el efecto general y la próxima para apreciar la minucia. Pero cuando la distancia de observación se reduce más allá de un cierto punto la materialidad de la pintura llena la totalidad del campo, y desaparece el cuadro como significante. El cuadro ya no remite a una realidad externa a él, sólo remite a sí mismo. [...] El detalle se deja representar en el dibujo y la pintura sólo hasta cierto punto. La finura de la herramienta –o sea, el tamaño de la marca más pequeña– decide el límite entre lo que se puede y no se puede representar. Por eso, cuando es menester ser muy detallado no queda más remedio que aumentar el tamaño del soporte, ya lo veíamos más arriba. La fotografía rompe el límite que en la representabilidad del detalle supone la pincelada. En este medio el límite ahora lo marca la finura de la ‘unidad mínima’, no informativa, del material de toma, que es el grano en los materiales que se basan en la plata y el píxel en los basados en el silicio. [...] ¿Por qué la noción de detalle ocupa en el imaginario colectivo uno de los puestos más altos, si no el superior, en la escala de los elementos que hacen que una fotografía tenga calidad? [...] Sentimos un deleite ante la representación de los detalles que es muy distinto al que experimentamos ante el detalle real, el de la cosa misma. La mera interposición de un espejo entre el ojo y la realidad basta para provocar este efecto: la contemplación de la imagen reflejada por el más simple de los dispositivos ópticos es más interesante que la de la realidad misma. El aumento del interés viene asociado a que estamos ante una imagen, una representación, un doble, un remedo, una copia. En ella, la realidad reaparece más densa, con un delineamiento más firme y unos colores más intensos, con un grosor y un peso mayores. Y aunque su existencia sea más azarosa que lo real mismo –tanto podría como no podría estar–, gracias a esta imagen lo real se transmuta.» (Laguillo, 2017:12-21)

El Besòs 2017: un levantamiento fotográfico. Su exposición en el Parque Fluvial del Besòs

Consiste la exposición en un total de quince lonas de 3 x 4,5 metros⁵ instaladas sobre el muro de contención de la margen izquierda. Están dispuestas en tres grupos de cinco lonas, uno a la altura de Can Zam, otro enfrente del Bon Pastor y el tercero junto al puente de la calle Torrassa. En cada lona la imagen fotográfica de chorro de tinta en blanco y negro está rodeada de un margen blanco de unos 20 centímetros para evitar que la pisen los ojales que permiten atornillar la lona al muro. El fabricante de las tintas que se han usado garantiza que la imagen permanecerá tres años inalterada sean cuales sean las condiciones climatológicas. La resistencia real se corresponde de momento con la anunciada, pues en estos días de comienzos de marzo de 2019, mientras escribo este texto, se cumplen exactamente ocho meses desde que se montaron las lonas, y las quince fotografías se encuentran en perfecto estado.

Cada grupo va precedido por una lona-cartela de 3 x 2 metros. En ella se explica el proyecto y se hace un índice de la exposición mediante el recurso gráfico de disponerlas en una hilera de quince viñetas, para que los visitantes que recorren el Parque Fluvial se hagan una idea del total. Debajo de cada viñeta se dice el lugar desde donde se hizo esa fotografía en particular.

Las cinco fotografías de los tres grupos están colgadas de manera que la primera de la izquierda sea la que está hecha más río arriba, las siguientes se ordenan siguiendo la corriente y la de la derecha sea la más cercana al mar o, incluso, la desembocadura misma. Las fotografías enseñan lugares que están alejados del punto donde ellas cuelgan. Ocho de estos puntos de vista son elevados, para que los observadores vean lo que verían si estuviesen ahí arriba. Las fotografías los convierten, así pues, en seres sobrenaturales, pues solo ellos poseen el don de la ubicuidad, el de estar en varios sitios a la vez.

El gran tamaño de las lonas⁶ permite una representación del detalle verdaderamente prodigiosa. Y como resulta posible aproximarse a las fotografías todo lo que se quiera, la obser-

5. Estas dimensiones se relacionan con dos factores. Por una parte está la cantidad de muro utilizable, pues los 4 metros de altura que este tiene de promedio no podían cubrirse por completo: arriba está rematado con un saliente de 0,5 metros, y es importante que haya una cierta distancia entre el borde inferior de la lona y el suelo. Por otra parte está la proporción de las fotografías, que es 2:3. Con una altura de 3 metros, a partir de esta proporción resulta un ancho de 4,5 metros.

6. Por muy grande que sea una obra, cuando se instala al aire libre se corre el peligro de que quede pequeña y pase desapercibida. Pero esto no ocurre con estas lonas porque se ajustan al máximo a la superficie disponible de muro.

vacación de las minucias se hace con morosidad y detenimiento. Acercarse a estas fotografías supone entrar en ellas como si se rastrease el paisaje con unos prismáticos. El acto privado y unipersonal de hacer un 'zoom in' para llegar al 100% en la pantalla del ordenador se convierte, gracias a la dimensión de estas fotografías, en algo público y compartido. Mientras le estaba dando vueltas a la manera de resolver el problema de montar las quince lonas y buscaba la mejor solución recordé que los panoramas del XIX estaban montados de forma que los espectadores solo podían observarlos a una distancia fija que era considerable. Por eso en ellos la representación del detalle podía ser relativamente burda. Esto no ocurre, insisto, en estas fotografías, que poseen un detalle casi inagotable.

Las quince lonas se instalaron en el muro de contención de la margen izquierda del Parque Fluvial por un encargo del Consorci del Besòs, la entidad pública que lo gestiona. Su directora pudo conocer el *Levantamiento del Besòs* gracias a que se expuso en mayo de 2018 en la sede de Barcelona del COAC. Y como uno de los ámbitos de actividad del Consorci Besòs es la dinamización del Parque Fluvial, tuvo la idea de que una selección de las sesenta y siete fotografías del proyecto se expusiesen en el mismo espacio donde se hicieron. La instalación se inauguró el 4 de julio de 2018, y se acompañó de una muestra con todas las fotografías en Can Sisteré, la sala de exposiciones municipal de Santa Coloma de Gramenet, un espacio prestigioso que existe desde hace 25 años.

En lo que se refiere a la recepción que estas quince fotografías están teniendo por parte de la ciudadanía debo decir que está siendo muy respetuosa. La prueba de ello es que no ha habido intentos de dañarlas, y que los grafiteros no han intervenido.

Resulta imposible saber lo que puede estar pasando por la cabeza de quien se para delante de estas lonas para mirarlas, pero su gestualidad es en ocasiones bastante expresiva.

Cuando se trata de una pareja a menudo una de las dos personas señala con el brazo tal o cual detalle. A veces he podido escuchar lo que comentaban, y en una ocasión un padre le decía a su hijo que «las fotografías son antiguas porque están en blanco y negro». En otra un hombre mayor, parado ante la fotografía de las vías del triángulo ferroviario, le contaba a un chaval de unos diez años que la fábrica donde trabajó había estado en esos solares.

88

Más arriba he dicho que gracias a la imagen fotográfica a veces lo real se transmuta⁷. Ojalá este trabajo contribuya mínimamente a que, llamando la atención sobre ese entorno, quienes lo habitan se reconsideren en su relación con él.

Bibliografía

Habermas, J. (1982). *Strukturwandel der Öffentlichkeit* (Traducción al castellano: *Historia y crítica de la opinión pública*). Barcelona: Gustavo Gili.

Jaume Fabre, J., y Huertas Claveria, J. M. (1976). *Tots els barris de Barcelona* (7 vol. más índice de nombres). Barcelona: Edicions 62.

Kracauer S. (1989). *Teoría del cine*. Barcelona: Paidós.

Laguillo, M. (2017). «El Detalle. Explicación de un posicionamiento». En *Las provincias 2014-2015*. Pamplona: Museo Universidad de Navarra.

Pérez Andújar, J. (2011). *Paseos con mi madre*. Barcelona: Tusquets.

7. Es pertinente citar en este contexto el bello subtítulo, *La redención de la realidad física*, que le puso Siegfried Kracauer a su último libro, *Teoría del cine* (1989)



Figura 4: Desde las ruinas del poblado ibérico de Puig Castellar (Lonas de Can Zam 1)



Figura 5: Vallbona (Lonas de Can Zam 2)



Figura 6: Desde el hospital antiguo del Esperit Sant (Lonas de Can Zam 3)

70



Figura 7: La entrada de la C-31 en el tejido denso de Barcelona (Lonas de Can Zam 4)



Figura 8: Santa Coloma desde Barcelona. La C-31 está a la izquierda (Lonas de Can Zam 5)

71

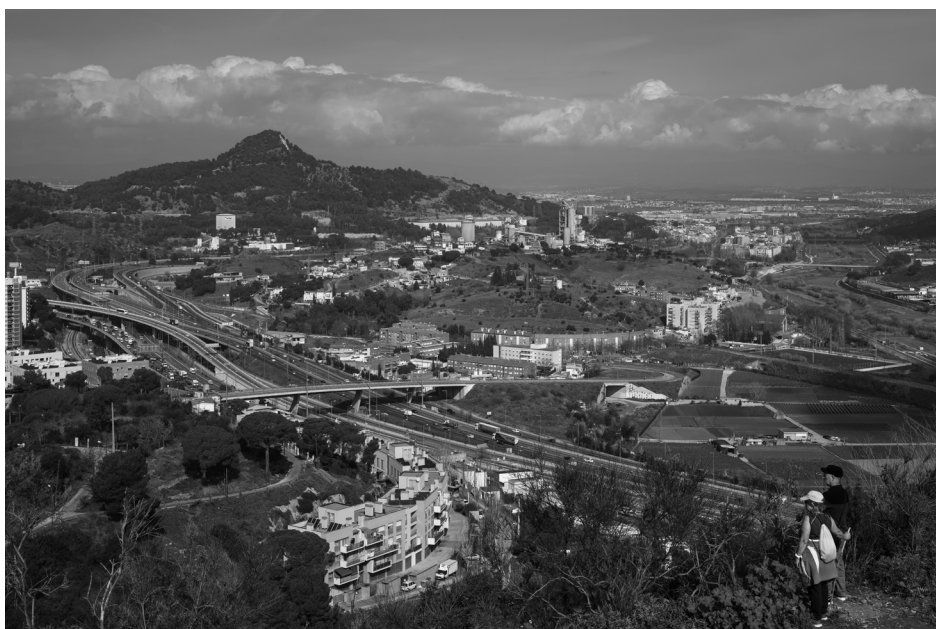


Figura 9: Mirando desde Torre Baró hacia Montcada i Reixac (Lonas del Bon Pastor 1)



Figura 10: Mirando desde Torre Baró hacia Barcelona (Lonas del Bon Pastor 2)



Figura 11: Mirando desde el Singuerlín (Lonas del Bon Pastor 3)



Figura 12: El Puente del Molinet (Llonç del Bon Pastor 4)



Figura 13: La desembocadura del Besòs (Llonç del Bon Pastor 5)



Figura 14: Mirando desde la colina de Montcada i Reixac (Lonas de la desembocadura 1)



Figura 15: Mirando desde Torre Baró hacia el poblado ibérico de Puig Castellar (Lonas de la desembocadura 2)



Figura 16: El triángulo ferroviario (Lonas de la desembocadura 3)



Figura 17: Mirando desde la colina del Esperit Sant hacia Torre Baró (Lonas de la desembocadura 4)



Figura 17: La desembocadura del Besòs desde el espigón (Lonas de la desembocadura 5)

EL NUEVO PAISAJE TURÍSTICO ESPAÑOL A TRAVÉS DE LAS TARJETAS POSTALES DE LOS AÑOS 60

Cristina Arribas Sánchez

doi:10.30827/sobre.v5i0.7594

RESUMEN: Si hay un producto que define lo turístico, ese es (era) la tarjeta postal (que además se apellida turística). Las postales seleccionan los encuadres de lo que hay que ver, presentan los monumentos principales de los destinos, las vistas de ciudades, sus paisajes más deseables y, además, proponen el punto de vista desde el que debemos mirar.

77

A finales del siglo XIX, las postales comenzaron a tener ilustraciones en una de sus caras como ornamento estético (algo que dos décadas más tarde se convertiría en la propia esencia de la tarjeta postal). La postal ilustrada fue un fenómeno cultural y de comunicación fruto de los avances del fotograbado a inicios del siglo XX. Se inició entonces el consumo masivo de imágenes y la postal resultó ser el producto turístico por excelencia, un resumen del mundo que nos muestra las escenografías de la felicidad y el nuevo paisaje turístico de España.

PALABRAS CLAVE: postal, turismo, cultura visual, modernidad española, paisaje turístico

THE NEW SPANISH TOURIST LANDSCAPE THROUGH THE POSTCARDS OF THE 60S

ABSTRACT: If there is a product that defines tourism, that is (was) the postal card (which also is called tourist). The postcards select the frames of what to see, present the main monuments of the destinations, the views of the cities, their most desirable landscapes, and also propose the point of view from which we must look.

At the end of the 19th century, postcards began to have illustrations on one of their faces as aesthetic ornament (something that two decades later would become the very essence of the postcard). The illustrated postcard was a cultural and communication phenomenon as a result of advances in photogravure at the beginning of the 20th century. Then began the massive consumption of images and the postcard turned out to be the tourist product par excellence, a summary of the world that shows us the scenery of happiness and the new tourist landscape of Spain.

KEYWORDS: postcard, tourism, visual culture, Spanish Modernity, tourist landscape

→

Introducción a la tarjeta postal

La sociedad moderna vive el mundo conquistándolo/ substituyéndolo a través de su representación y las imágenes son una forma de posesión. Las postales turísticas son un material valioso en la construcción de los destinos turísticos y, al mismo tiempo, en su apropiación. La autenticidad que busca el turista en su viaje, se acompaña de una puesta en escena que sus anfitriones preparan para simular la realidad local, para satisfacer sus expectativas. El resultado será una simulación. Ese es el importante papel que juega la imagen en el desarrollo del turismo. El turista desea reconocer, revivir con la mirada, las imágenes que le han sido anticipadas por la promoción turística, una anticipación visual del destino donde las postales turísticas juegan un papel primordial.

Las postales turísticas desempeñaron una función como sustitutos de la propia experiencia fotográfica –para ver fotográficamente– y para enfrentarnos a los lugares desde determinados puntos de vista. Hay que destacar que las postales hacen aparecer únicamente lo importante de los lugares, lo que los define, su abstracción. Las postales son, por tanto, resúmenes del mundo.



Figura 1: «Pérez está en Mallorca. La esposa de José Pérez escribió a TVE una carta: «El pobre Pérez no conoce Mallorca más que en postales». Poco después, el Sindicato de Hostelería y Fomento de Turismo le invitó a visitarla con su familia. Palma de Mallorca, 1960». Fuente: EFE.

Nota del editor: Los pies de foto de las figuras que muestran postales reproducen el texto original escrito en el reverso de cada ejemplar.

A mediados del siglo XIX, con los primeros retratos fotográficos con medidas de tarjeta, las llamadas *cartas de visite*, se generó todo un fenómeno social de intercambio de imágenes. Sería considerado éste como uno de los antecedentes directos de las postales. La historia oficial de la tarjeta postal sitúa sus inicios en septiembre de 1864, en Austria: una tarjeta con sello impreso incorporado y sin imágenes que la ilustrara. En el anverso, únicamente espacio para escribir los datos del receptor y el sello. El reverso se destinaba a la correspondencia. A ese tipo de tarjeta oficial se la conoció como entero postal. Los enteros postales se caracterizan por llevar el sello de franqueo impreso en la misma cartulina. El origen de la postal, entonces, no se vincula tanto a la imagen impresa como a un medio de comunicación postal gracias a sus reducidas dimensiones (nunca superior a 15 cm), el coste de su franqueo resultaba bastante más económico que el de una carta ordinaria.



Figura 2: Primera tarjeta postal oficial impresa en España en 1873. Fuente: Sociedad Filatélica Numismática Guardesa.

En España se demoró cuatro años su aparición y no circuló la primera hasta 1873. Con su presente popularidad comenzó la edición privada por parte de particulares. En estas ediciones era necesario, en cambio, adherir un sello. Aunque las primeras tarjetas no estaban ilustradas, esto no tardó en cambiar. Hacia 1870, el litógrafo alemán Miesler ya reproducía grabados con vistas de la ciudad de Berlín. A partir de 1875 se generalizaron los paisajes en las ilustraciones y la tarjeta postal adquirió mayor importancia, pasando a ser un importante documento artístico e histórico.



Figura 3: Zaragoza nº 2. Puente de piedra y arrabal.



Figura 4: Valencia. Calle San Vicente. Colección E.B.P

Fue a partir de 1958 que el Reglamento del Servicio del Depósito Legal, aprobado por decreto de 23 de diciembre de 1957, reguló que, a partir de esa fecha, todas las postales deberían llevar en el reverso, después del número del Depósito Legal, el año de edición o un número romano, presente como año primero, precisamente, el 1958. También en 1958 se produjo el cambio en el método de producción de las postales, introduciéndose el *offset* color. Sería a partir de entonces, pues, que la producción de postales, al igual y en paralelo al fenómeno turístico, empezó a ser masivo.

Las temáticas del período de los años sesenta (ya a partir de 1958 con la inclusión del color y la reproducción masiva) también serán diversas y experimentarán un cambio de rumbo. Se pasará de imágenes donde aparecen islas de calma, playas vacías, montañas desiertas, paisajes rurales, tradiciones populares, ciudades tranquilas, monumentos, etc. a nuevos estereotipos con playas llenas de hamacas, bañistas, chiringuitos, grandes hoteles, locales de diversión nocturna, etc. Del disfrute del paisaje a su consumo. La fotografía de postal de los años del desarrollismo, las postales masivas en color, estaba considerada una fotografía de segundo orden. En pocas de ellas aparecía su autor y, mientras los libros de arquitectura moderna y la fotografía moderna se consideraba más digna en blanco y negro, la modernidad en la tarjeta postal era indiscutiblemente en color y en color muy saturado.

Tal y como analiza Carmelo Vega (2011), las postales nos enseñan a ver fotográficamente y a enfrentarnos a los lugares desde determinados puntos de vista. Así, el placer del viaje turístico no depende del hallazgo de lo inesperado, sino de la incorporación del turista a un circuito ya programado de visualización –esto es, previamente fotografiado– de los paisajes naturales y culturales visitados.

El paisaje intacto y las bellezas locales en las tarjetas postales

«¡Sí, yo también nací y viví en Arcadia! También supe lo que era caminar en la santa inocencia del corazón entre arboledas umbrías, bañarme en los arroyos cristalinos, hollar con mis pies una alfombra siempre verde...» (Palacio, 1903:9)

La definición de *paisaje* según la RAE –extensión de terreno que se ve desde un lugar– lleva implícita la existencia de un sujeto observador. Al principio, la fotografía (y, en su extensión, la postal) intentó parecerse a la pintura, imitando sus temas y composiciones, obteniendo así su garantía de «artisticidad»: montañas, bosques, cascadas, ríos, lagos, pueblos lejanos y, en algún caso, la figura humana aislada, sublimando aún más, por contraste, el paisaje infinito.

Al principio, por tanto, se enviaban postales de los ideales de la magnificencia: una gran montaña, un gran mar o un gran monumento. A veces, el fotógrafo multiplicaba su efecto recreándose en el reflejo de lo natural en el agua: naturaleza elevada al cuadrado.

En algunas de estas imágenes, el individuo, solitario, se gira hacia la naturaleza para formar parte de su inmensidad desbordante: la imagen del paisaje sublime. Con el tiempo, se construyen artefactos para mirar (miradores), que están estratégicamente situados y que redirigen la mirada hacia lo que hay que ver. También encontramos el individuo plantado delante de los monumentos, con la misma actitud que cuando contemplaba la Naturaleza, ante la grandiosidad de la belleza, ahora, en cambio, de la arquitectura monumental. Una imagen idealizada de España, identificada con la imagen que ya se había proyectado a través de la literatura de viajes.

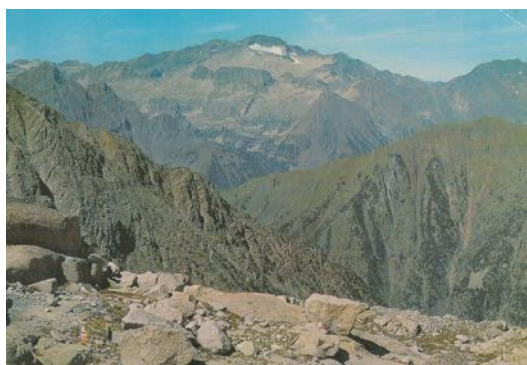


Figura 5: Nº 23 – BENASQUE – Pirineo aragonés. Macizo del Posets 3.367 m. Ediciones SICILIA, 1966.

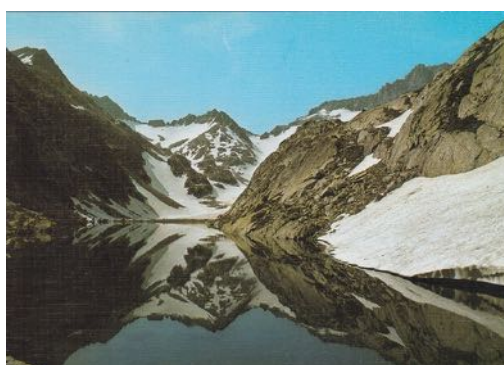


Figura 6: Nº 115 BENASQUE. Montes Malditos. Lago, Collado y pico de Barrancs. Ediciones Sicilia. Edición de Lujo, 1973.



Figura 7: COLORES Y LÍNEAS DE ESPAÑA. 3 Cádiz. Elaine Metzler. Gráficas Banelly. Madrid, 1973.

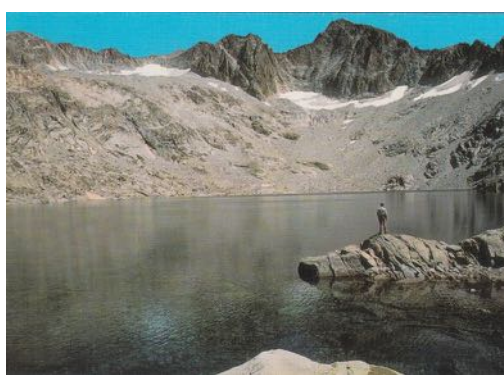


Figura 8: Nº 20 – BENASQUE – Pirineo Aragonés. Lago de Cregüeña (2680 m.). Al fondo Collado Maldito. Ediciones Sicilia, 1966.



Figura 9: N. 387 ASTURIAS. MIRADOR DEL FITO. Ediciones ALCB, 1970.

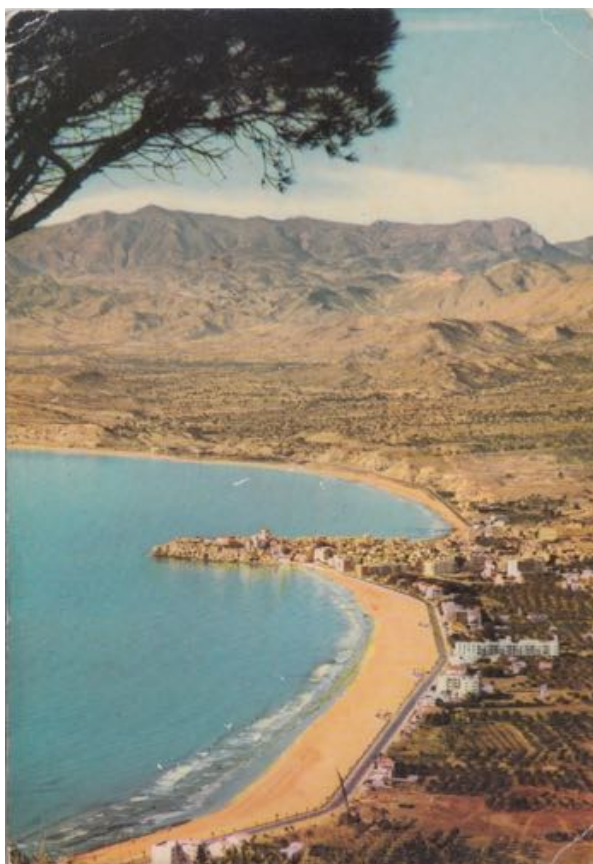


Figura 10: SALOU. «LAZARETO». Bellas calas de la playa. EDICIONES ÁGATA.

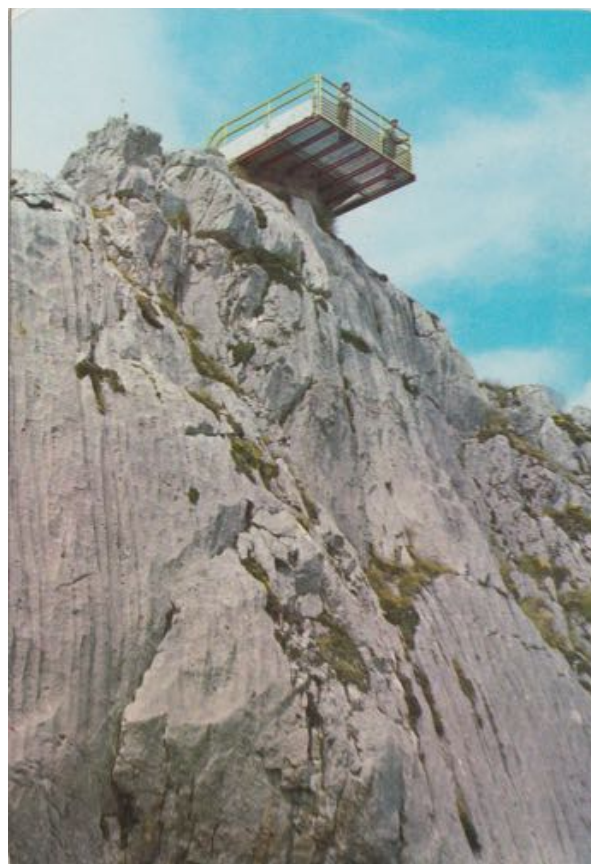


Figura 11: PICOS DE EUROPA. Espinamor. Mirador del Cable. Ediciones Sicilia, 1963.



Figura 12: Nº 1 CASTELLAR DE N'HUG, Pirineu Català. Alt. 1.400 m. Fonts del Llobregat. COMERCIAL ESCUDO DE ORO. SA., 1971.

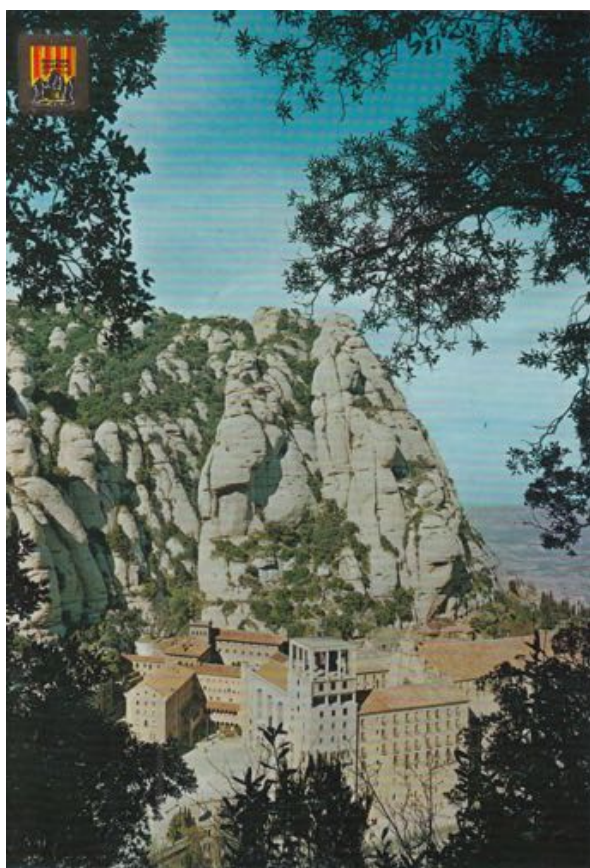


Figura 13: Nº 142 MONTSERRAT. Vista del santuario desde Fray Garí. Ediciones FISA. Postales Escudo de Oro, 1961.

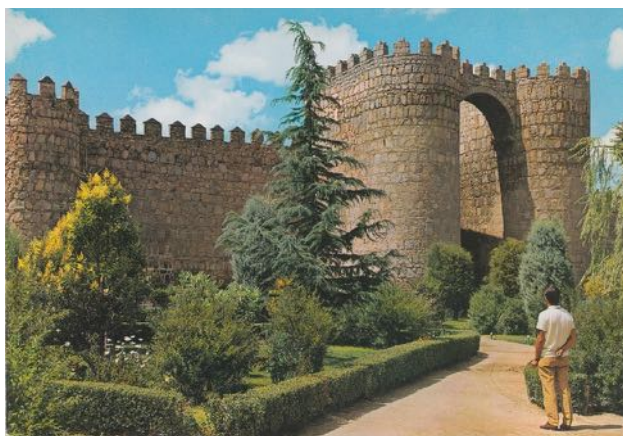


Figura 14: 60- ÁVILA. Puerta de San Vicente. Jardines. GARCÍA GARRABELLA y Cía. 1968.

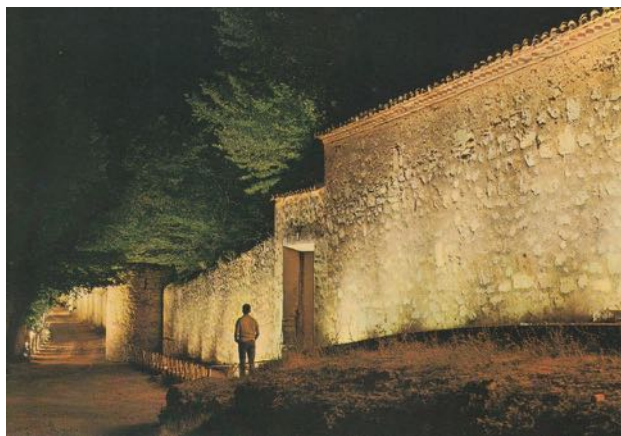


Figura 15: 41.- MONASTERIO DE PIEDRA. (Zaragoza). Murallas. Aspecto nocturno. 1969.

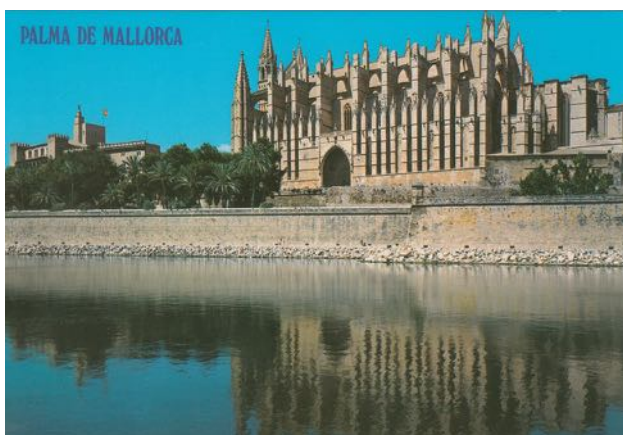


Figura 16: PALMA DE MALLORCA. Nº PM 171. Postales C Y P color. 1973.



Figura 17: LA MANCHA. ESPAÑA. F.I.T.E.R. 1968.

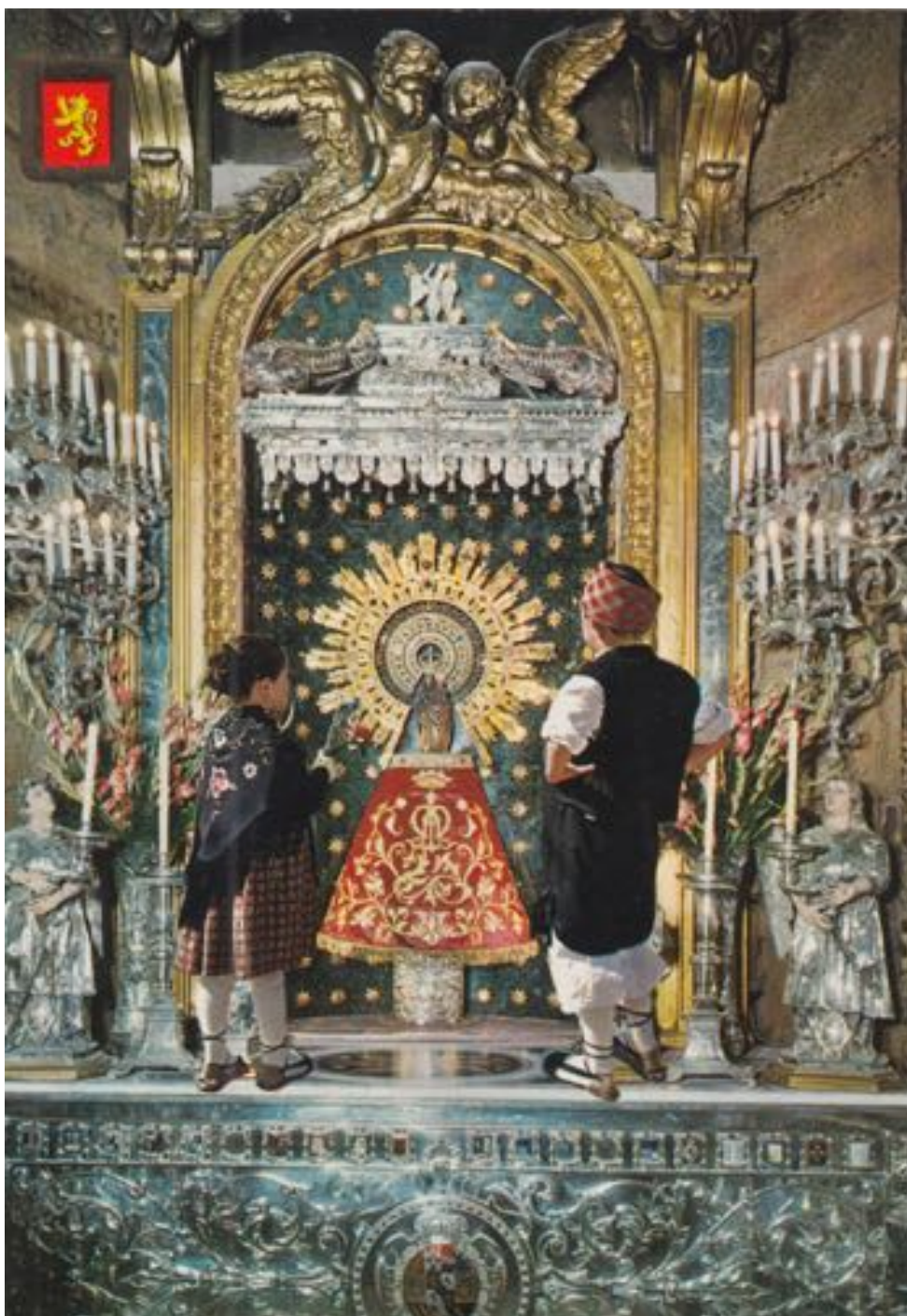


Figura 18: N° 377 ZARAGOZA Camarín de Nuestra Señora del Pilar. Ediciones Fisa. Postales Escudo de Oro. 1967.

El paisaje y los tópicos: las postales de lo *cañí*

En mayo de 1964 se celebró un evento imprescindible para la materialización de la voluntad modernizadora del Ministerio de Información y Turismo, liderado por el ministro Manuel Fraga: la I Asamblea de Turismo de 1964, celebrada en Madrid. En ella se priorizó el hecho de poner en valor España y su promoción hacia el exterior.

En las Actas de ésta se concluye con toda una serie de objetivos primordiales y aspectos a mejorar desde el punto de vista turístico y, por supuesto, de modernización. Resumiendo algunos de ellos, se referían sobre todo a la señalización, la información, la mejora de la red de alojamientos turísticos, mejora en la red de transportes, carreteras y toda una serie de elementos que, curiosamente, serán aquellos que encontraremos mostrados con orgullo en las nuevas y modernas postales turísticas de esos años. En ellas veremos fantásticos y modernos hoteles, avanzadas redes de carreteras, señalizaciones, etc.



Figura 19: Plaza de Toros «Paseillo». Fotos Carretero. 1969.



Figura 20: 33.VALENCIA. Paella Valenciana. García Garrabella y Cía. 1963.



Figura 21: Nº 46 UBEDA (Jaén). Parador Condestable Dávalos. Salón biblioteca. Ediciones Fisa. Escudo de Oro. 1968.

Con los primeros síntomas de globalización de los paisajes de España, surge la necesidad de encontrar lo identitario del lugar, por lo que cuestiones anteriores como lo pintoresco se ponen de nuevo sobre la mesa, aunque compartiendo escenario con las primeras incursiones modernas: ahora «Spain is different», porque es diversa y múltiple, porque en ella podemos encontrar el exotismo de lo atrasado, lo aislado, lo rural y lo rústico, pero también los últimos avances en transportes, comunicaciones, instalaciones hoteleras y oferta turística.

Lo pintoresco moderno, tal y como apunta Iñaki Ábalos (2009) en su libro *Naturaleza y artificio. El ideal pintoresco en la arquitectura y el paisajismo contemporáneos*, aglutina estos nuevos escenarios de modernidad más global que, mezclados con algunos rasgos locales, naturales, más orgánicos, suavizan y generan un nuevo tipo.



Figura 22: PUERTO DE LA CRUZ. Vista parcial. PMarzari s.r.l. Eurimpex. 1973.



Figura 23: PUERTO DE LA CRUZ (TENERIFE). Trajes típicos – Al fondo Vista General. KRUGER.



Figura 24: BENIDORM. (España) Nº 768. Foto RUECK. 1972.



Figura 25: BENIDORM. (ESPAÑA) Nº 763. Foto RUECK. 1972.

Primeras incursiones de modernidad en el paisaje

La I Asamblea, celebrada en Madrid en 1964, abordó todos los aspectos relacionados con el turismo, divididos en diez áreas temáticas. Se priorizó el hecho de poner en valor España y su promoción hacia el exterior. Se celebró en el contexto de la celebración de los 25 años de paz (que también fue eslogan turístico).



Figura 26: Segovia. Acueducto y plaza Oriental. Ediciones París – JM. 1971.



Figura 27: Campoamor (Alicante): Panorámica. García Garrabella y Cía. 1966.

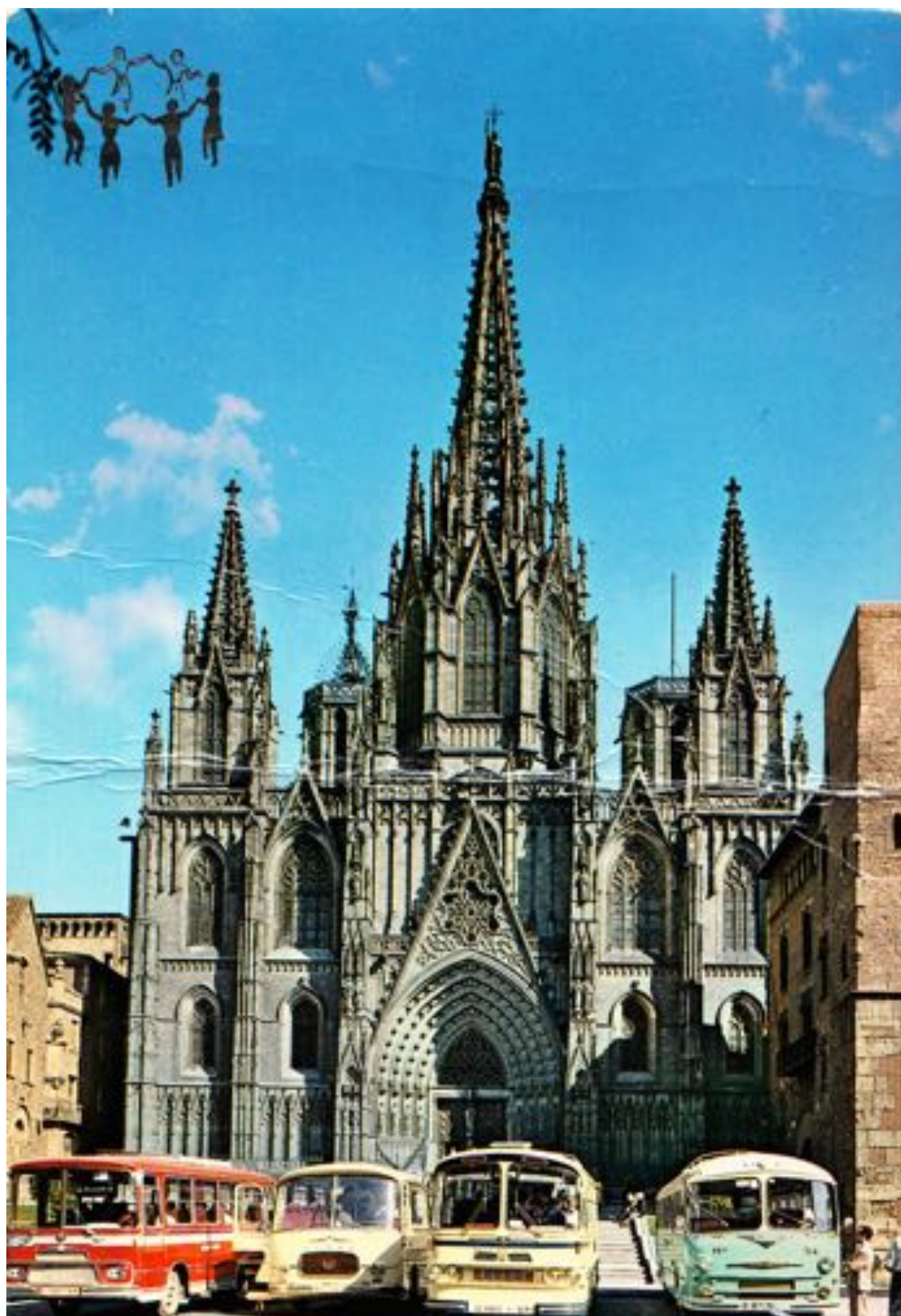


Figura 28: Barcelona. La Catedral. Postales Recuadro Blanco.Vikingo. 1960.

El contenido de las Actas de esta Asamblea es uno de los pilares de la introducción de la modernidad en la imagen española. Todos aquellos propósitos, aspectos a mejorar, complejos, toda la diagnosis de un país atrasado como era España en aquel momento, se podrán ir traduciendo casi literalmente en las imágenes que las postales turísticas muestran: logros en la mejora y construcción de hoteles, estaciones, aeropuertos, carreteras, etc.

La I Asamblea tuvo por objeto el estudio de los problemas relacionados con el desarrollo del turismo en España, centrándose de manera primordial en el análisis de los siguientes temas:

- I. Zonas turísticas de nueva promoción
- II. Comunicaciones y transportes
- III. Alojamientos y servicios turísticos
- IV. Rutas turísticas
- V. Promoción de estaciones invernales
- VI. Turismo social
- VII. Aspectos económicos del turismo
- VIII. Propaganda turística
- IX. Formación profesional
- X. Caza, pesca y parques nacionales
- XI. El problema de saneamiento de localidades turísticas
- XII. El turismo, la moral y las costumbres

El inicial valor de «lo diferente» y singular se propuso cambiar la literatura turística del país, aportando escenas de la vida moderna del momento, insistiendo en las playas, el ocio, el confort de los hoteles, etc.

Se reconocía el turismo como factor económico primordial y era preciso potenciar España en el exterior y mirar cómo lo hacían otros destinos. Se quería mostrar al exterior una apariencia de crecimiento económico y libertad como propaganda de una imagen moderna y abierta del país. Algunos destinos europeos y, sobretudo, América (Estados Unidos) eran un modelo a seguir.

Ya desde finales de los años cincuenta, se produjo en España un contraste paradójico en la doble forma de proyección de su imagen hacia el extranjero.

Por un lado, discursos sobre la apertura, la modernidad y el desarrollo económico: un país moderno y de vocación europea. Esta voluntad se proyectaba en una imagen que divulgaba los centros urbanos, las infraestructuras, los transportes, las carreteras, los coches, etc., como lugares representativos de las aspiraciones del progreso de una nación que asumía la modernidad más allá de lo estrictamente arquitectónico.

Por otro lado, la explotación del arcaísmo de lo autóctono, los viejos estereotipos y la simplificación del modelo geográfico y cultural. Había cierta confusión de la finalidad política y turística.

La nueva Edad de Oro de la tarjeta postal (masiva) y el paisaje turístico español

«Felizmente, los millones de extranjeros que nos visitan a diario son la mejor demostración de las verdaderas condiciones que reinan en el interior de nuestra nación» (Franco, 1963).

La contribución del turismo en la inserción de España en la órbita de los países capitalistas y democráticos del mundo occidental parecía esencial. Inicialmente, la estrategia utilizada por el Régimen en la promoción exterior de nuestro turismo, consolidaba y acentuaba la visión estereotipada predominante en el imaginario europeo.

Pero se produjo, en los primeros años sesenta, un contraste paradójico, con una doble forma de proyección de la imagen de España en el extranjero.

Por un lado, en el contexto de las primeras demandas para el ingreso en la CEE, los discursos sobre la apertura, la modernidad y el desarrollo económico, se habían convertido en la nueva tarjeta de presentación de las más relevantes autoridades políticas y económicas. Sin embargo, aún predominante era la explotación del arcaísmo y las condiciones de vida peculiares de los autóctonos, la restauración de los viejos estereotipos y la simplificación del modelo geográfico y cultural.

En un principio, la propaganda oficial concibió estos aspectos como la mejor forma de diferenciar a España de los países de su entorno y potenciar de esta forma, su atractivo turístico. Así, en la exportación del folclore popular, la iconografía se llenó de restos arqueológicos de glorias pasadas, paisajes agrarios con instantáneas de miseria y de espectáculos religiosos al más puro estilo tradicional. Todo ello se comercializaba con la etiqueta de «lo auténtico» para el disfrute de los demandantes del arcaísmo. También el clima era otro de los factores que con más fuerza influyeron en la elección de España como destino turístico.

El objetivo es mostrar cómo se introduce la modernidad en la imagen turística de un país donde reinaba la tradición, se valoraban los monumentos históricos, el toreo, el flamenco..., en definitiva sus diferencias. Desde el Ministerio de

Información y Turismo se potencia igualmente este hecho tal y como queda evidenciado en sus publicaciones, discursos, propaganda o en las Actas de la I Asamblea Nacional General de Turismo de 1964.

Las postales turísticas son el medio perfecto para ello. Se introduce la fotografía mayoritariamente, el color, etc., y sobretodo la moda de copiar lo moderno de otros países: la costa mediterránea italo-francesa y Estados Unidos.

Después de usar esos modelos, España crea su propia modernidad. Las temáticas de la modernidad española en las postales turísticas estudiadas son:

- Nuevo diseño gráfico: influencia pop. El *kitsch*
- Postales multivistas: diversos aspectos de lo moderno
- Infraestructuras: carreteras y autopistas, parkings, la presencia del coche, el avión, aeropuertos, gasolineras, centrales eléctricas
- Alojamientos turísticos: hoteles masivos, apartamentos, piscinas, *resorts* y ciudades de vacaciones
- Familias modernas
- El turista en el paisaje
- Masa y modernidad
- Arquitecturas para el ocio
- Imagen nocturna
- La vista aérea
- El destape como reclamo turístico moderno



Figura 29: Hotel América, Bar – Restaurant. Escudo de Oro



Figura 30: Motel el Caballo Blanco. Playa de Valdelagrana. Puerto de santa María (Cádiz). Ed IGOL- Barcelona



Figura 31: Alicante. Explanada de España. Vista nocturna. García Garrabella y Cía. 1969



Figura 32: Edificio Atalaya, Premio Fad 1971. Restaurante Planta 21, Brasserie Pl. Baja. Barcelona. España. Postales Escudo de Oro.1975

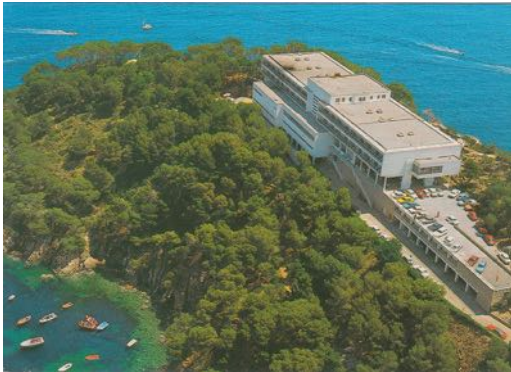


Figura 33: COSTA BRAVA.n-2263. Aiguablava. Parador Nacional de Turismo de la Costa Brava. V. y C. Ed. 1973

«La Arcadia ya no existe. Huyó la dicha y la inocencia de aquel valle. ¡Tan lejano! ¡Tan escondido rinconcito mío! Y, sin embargo, te vieron algunos hombres sedientos de riqueza. Armados de piqueta cayeron sobre ti y desgarraron tu seno virginal y profanaron tu belleza inmaculada. ¡Oh, si hubieras podido huir de ellos como el almizclero del cazador, dejando en sus manos tu tesoro» (Palacio, 1903:9).

El paisaje banal: las tarjetas postales de lo global

«Es preciso reconocer, como mérito del turismo, el haber permitido a una masa cada vez mayor de europeos, el conocimiento directo de la realidad española, muy diferente de las imágenes tendenciosas con las que la representaban en sus propias patrias una gran parte de los órganos de opinión» (Fraga, 1965).

Fraga nunca se cansaba de repetir que la mera conservación de la España exótica no entraba en sus planes, su proyecto fue una vía de modernización que proponía producir ambientes exóticos, pero modernos. Las publicaciones dedicadas a divulgar el desarrollo turístico se esforzaban por rechazar los caminos de explotación fácil de las imágenes románticas de España. Así, *«Nuevo horizonte del turismo español»*, una publicación de la prensa del Movimiento atribuida a Fraga, afirmaba: *«...No se puede basar toda la industria turística en el cliché típico de pandereta y fiesta flamenca, en la imagen estereotipada e inauténtica de un país que, lejos de intentar parecerse a sí mismo, procura aproximarse a la idea preconcebida que los viajeros tienen de él»*.

La sociedad moderna vive el mundo conquistándolo-sustituyéndolo mediante su representación. Las imágenes representan la forma de posesión, como actas de propiedad.



Figura 34: Marbella. Nº 353. Postales Costa del Sol. 1967



Figura 35: Cádiz. Nº 15. Puerta de Tierra. Ediciones Ro-Foto. 1967



Figura 36: Ceuta. Nº 71. Ediciones Lib. General. 1967



Figura 37: Benidorm (España). Nº 180. Foto Rueck. 1970

El turista romántico de décadas anteriores no buscaba proyecciones utópicas universalistas, sino diferencias culturales e identidades locales. Su mirada no tenía nada de utópica, era inminentemente conservadora: no se dirigía al futuro, sino que se orientaba hacia los orígenes. El turismo romántico era una máquina para transformar lo provisional en definitivo, lo temporal en eterno, lo efímero en monumental. Pero a la raída tradición le sucedió la alegre inconsistencia de lo moderno. Ahora nadie miraría ya hacia atrás y el futuro sería alegre y optimista. Se cedía ante la cultura de masas y el mundo pop en una incipiente sociedad de consumo. Una sociedad que acabaría, como estamos comprobando, consumiendo también su paisaje.

El turismo moderno es post-romántico, confortable, un mundo de ficción que desembarca potente en la realidad para desplazarla; es masivo, banal, superficial, y diría incluso que está llegando a límites esferpénticos, irracionales y destructivos de la realidad construida y paisajística. Una actividad que en la década de los sesenta se inició como algo mucho más optimista, mucho más pop, colorista, urbanizando para alejar España del retraso que aún vivía, exportando una imagen de cosmopolitismo y modernidad antes nunca usada.



Figura 38: Recuerdo de Playa San Juan. Alicante. Comercial Vipa. 1973

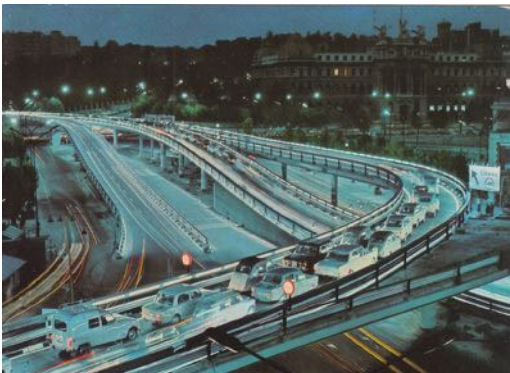


Figura 39: 301 – Madrid. Glorieta del Emperador Carlos V. POSTALES ALCALÁ. 1965



Figura 40: 2006.- GIJÓN. Barrio de Pumarín. Ediciones Arribas. 1964



Figura 41: 2418-MARBELLA (Costa del Sol) COMPLEJO HOTELERO «LAS TERRAZAS». Vista aérea. EDICIONES CINEFILM. 1968



Figura 42: 2- ROQUETAS DEL MAR – ALMERÍA. (Costa del Sol). Urbanización. Avenida del Mediterráneo. García Garrabella y Cía. 1973



Figura 43: 60.- SANTANDER. El Sardinero. Primera playa. GARCÍA GARABELLA y Cía. . 1968



Figura 44: Barcelona. Plaza Cerdá y Avenida de José Antonio. Colección Perla. 1973

A través del material analizado, las postales turísticas del período de los años 60, se puede concluir que la imagen que España intentó proyectar en esa década es una imagen con referencias claras, una imagen que copia, en gran parte, otros modelos de modernidad ajenos, modelos que pertenecen a veces a otras realidades, a otra cultura muy dispar o que se hallan en otro momento muy diverso.

Analizadas algunas imágenes de modernidades ajenas, nos encontramos con la modernidad glamurosa de la Costa Azul, las terrazas de los bares modernos, los paseos marítimos llenos de coches modernos, los hoteles glamurosos o, en el caso de la modernidad norteamericana, las gasolineras de arquitecturas nuevas, los grandes hoteles, las grandes infraestructuras, los complejos turísticos de altura, la repetición infinita y la masa turística. Todo ello marcó una tendencia de modernidad en la imagen moderna que España quería mostrar y las postales turísticas nos dan fe de ello.

Las postales van mucho más allá que otras propagandas turísticas, los carteles o la fotografía. Hay que destacar que éstas hacen aparecer únicamente lo importante de los lugares, lo que intencionadamente los define, su abstracción. Las postales son, entonces, resúmenes del mundo. El mundo, España, se resumía optimista, moderna y en color, a través de las postales turísticas de esos años. Pero lo moderno venía del exterior y por primera vez, y de forma masiva, nos impregnábamos de ello para copiarlo y hacerlo nuestro.

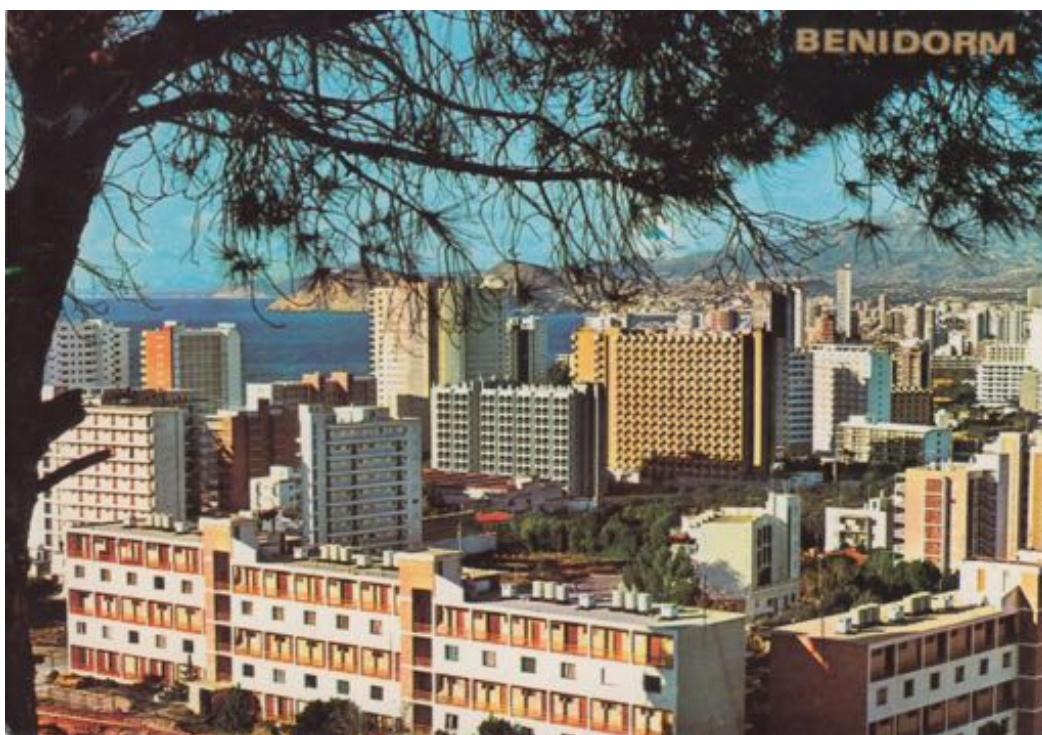


Figura 45: BENIDORM. (España). Nº 762. Foto RUECK. 1972

Conclusión

Se plantea, pues, cómo en la España desarrollista se intenta mostrar una imagen moderna, desenfadada y con gran confianza en el progreso a imagen y semejanza de otras modernidades que nos llegaban del extranjero. Las postales turísticas, medio moderno y por explorar en este sentido, nos muestran con gran evidencia esas semejanzas.

Veremos cómo se construye la imagen de la España moderna a través de las postales turísticas y cómo influyeron las fuertes referencias europea y norteamericana como modelos deseables. A partir de éstos, España forjará su propia imagen de modernidad, aunque habrá que ver si consigue borrar su sello de país atrasado y folclórico que hasta aquel entonces era la imagen que de ella se tenía desde el exterior. Así, la imagen moderna de España en los años sesenta fue moderna, pero diferente «Spain was different», fue «moderna, pero española» (Frade, González, Ozores, 1963).

«Decís que ahora comienza la civilización... Pues bien, yo os digo..., ¡Oídllo bien! ..., ¡Yo os digo que ahora comienza la barbarie!» (Palacio, 1903:265).

Bibliografía

Aguilar, A., Palafe, A., y Sdervis, J. (2015). El turismo y la transformación del paisaje natural. *Nóesis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 24(47), 19-30.

Baeder, J. (1986). *Gas, Food, and Lodging: A Postcard Odyssey, Through the Great American Roadside*. Nueva York, Estados Unidos: Abbeville Press.

Bataillon, S. (2011). *Pool Postcards*. Portland, Estados Unidos: Manoeuvres Editions.

Cardona, G., y Losada, J. C. (2009). *La invasión de las suecas*. Barcelona, España: Ariel.

Careda, P. (2014). *In un'altra parte della città. L'età d'oro delle cartoline*. Milán, Italia: Isbn Edizioni.

De Diego, E. (2014). *Rincones de postales. Turismo y hospitalidad*. Madrid, España: Cuadernos Arte Cátedra.

Edwards, E. (1996). Postcards from another world. En Selwyn, T. (Ed), *The tourist image: Myths and mith making in tourism*, 197-211. Nueva York: John Wiley&Sons

Fraga, M. (1962). *Nuevo horizonte del turismo español*. Madrid, España: Ediciones del Movimiento.

Fraga, M. (1965). *Horizonte español*. Madrid, España: Editora Nacional.

Franco, F. (1963). *Mensaje que dirigió a los españoles para inaugurar el nuevo año 1963*. Madrid, España.

García Escobar, J. G. (1970). *Moderno pero español* [grabada por M. Escobar]. En J. Frade, A. González (productores) y M. Ozores (director). *En un lugar de la Manga* [película]. España: José Frade P.C. / Arturo González P.C.

Groys, B. (2002). La ciudad en la era de su reproductibilidad turística. Universidad de Chile. Recuperado en <http://www.macuchile.cl/catálogos/25bienal/groys/hyml>.

Ireland, R., y Zufferey, M. P. (2009). *Le paysage envisagé. Art et cartes postales*. Gollion: Ed. Infolio.

Jacquillat, A., y Vol্লাuscheck, T. (2009). *Postales. Diseño por correo*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Jakle, J. A. (2003). *Postcards of the Nights. Views of American Cities*. Santa Fe, Nuevo México: Museum of New Mexico Press.

Lahuerta, J. J. (2004). *Gaudí, álbum científico*. Palma de Mallorca, España: Triangle Postals.

Lai, D. C. (2005). *Pentothal Postcards*. New Jersey, Estados Unidos: Mark Batty Publisher.

Locker, E. H., y Freixa, C. (1998). *Paisajes de España. Entre lo pintoresco y lo sublime*. Barcelona, España: Ediciones del Serbal.

Mendelson, J., y Prochaska, D. (2010). *Postcards: Ephemeral Histories of Modernity (Refiguring Modernism)*. Pensilvania, Estados Unidos: Pennsylvania State University Press.

Nanclares, F., y Ruiz, N. (2016). *Lo moderno de nuevo*. La Coruña, España: La Micro.

Palacio, A. (1903). *La aldea perdida*. Madrid, España: Espasa Calpe.

Parr, M. (2004). *Boring Postcards*. Londres: Phaidon.

Parr, M., y Weski, T. (2008). *M. Parr: Parrworld: Objects and Postcards*. Nueva York, Estados Unidos: Aperture.

Parr, M. (2009). *Bliss. A Martin Parr Postcard Collection*. Londres: Christmas Boot Publisher.

Phillips, T. (2000). *The Postcard Century. 2000 Postcards and their Messages*. Nueva York, Estados Unidos: Thames & Hudson.

Prat Almuzara, M. (2007). *Península pentagonal. La España antirromántica*. Córdoba, España: Editorial Almuzara.

Ramírez, J. (2011). Fotografía y ciudad. El papel de la tarjeta postal. *Uciencia. Revista de Divulgación de la Universidad de Málaga*, (8), 30-33.

Riego, B. (2011). *España en la tarjeta postal. Un siglo de imágenes*. Barcelona, España: Lunwerg Editores.

Santos, D., Ramírez, J. A., y Canal, C. (1987- 2010). *El estilo del relax y el relax expandido*. Málaga, España: OMAU.

Selwyn, T. (1996). *The Tourist Image: Myth and Myth Making in Tourism*. Chichester, Reino Unido: Tom Selwyn Publisher.

Stahel, U., Cheroux, C., y Eskildsen, U. (2008). *The Stamp of Fantasy*. Gotinga, Alemania: Steidl Dap.

Tenney, F., y Hilbert, K. (2009). *Large Letter Postcards: The Definitive Guide, 1930s-1950s*. Pensilvania, Estados Unidos: Schiffer Publishing.

Urry, J. (1990). *La mirada turística*. Londres, Reino Unido: Sage Publications.

Vega, C. (2011). *Lógicas turísticas de la fotografía*. Madrid, España: Ediciones Cátedra.

Warburg, A. (2010). *Atlas Mnemosyne*. Madrid, España: Ediciones Akal.

TARJETA POSTAL Y POSTAL TURÍSTICA: «SPAIN IS DIFFERENT»

Joan Rabascall

doi:10.30827/sobre.v5i0.9563

RESUMEN: La base del trabajo de Joan Rabascall son textos e imágenes impresas encontradas en la prensa. Su obra, que ronda el estudio etnográfico, enfoca en esta ocasión las publicaciones turísticas concentradas, eso sí, en la tarjeta postal. La «marca España» en la era franquista es una línea fundamental en el trabajo de Rabascall. Siguiendo esta línea, Rabascall ha escrito para SOBRE N05 un ensayo histórico, lineal, sobre la tarjeta postal y su vinculación con movimientos sociales, artísticos y, naturalmente, con el turismo durante la España de las décadas de los 70 y los 80. El suyo es un relato formado por imágenes y texto que nos sitúa ante un entramado social del que la tarjeta postal forma parte, ya que contribuye a su creación: difunde el imaginario de «lo español», al tiempo que refleja lo retrógrado de las imágenes del turismo en la España posterior a los 70. Las imágenes seleccionadas proceden de la colección de Rabascall y componen un friso y un armazón para encajar el texto, creando ambos una *obra* de artista.

PALABRAS CLAVE: postal, España, franquismo, turismo, playa, fotomontaje, arte

POSTCARDS AND TOURIST POSTCARDS: «SPAIN IS DIFFERENT»

ABSTRACT: The basis of Joan Rabascall's work are printed texts and images found in published media. His work, which circles ethnographic studies, focuses on tourist publications, and mainly on postcards. The «Marca España» during the Franco era is a fundamental line in the work of Rabascall. Following this line, Rabascall has written for SOBRE_N5 a historical, linear essay about the postal card and its link with social, artistic movements and, naturally, with tourism during Spain in the 70s and 80s.

This is a story made up of images and text that place us within a social context where the postcard is a main part, since it contributes to its creation: it diffuses the imaginary of «the Spanish», while reflecting the rancidity of the images of the tourism in Spain after the 70s. The selected images come from the artist's collection and make up a frieze and a frame to fit the text, creating both, an artist's work.

KEYWORDS: postcards, Spain, franquism, turism, beach, photomontage, art

Un poco de historia

Desde su inicio hay que situar la postal, en general, en un proceso masivo de la comunicación a distancia y para esto hay que referirse forzosamente a la invención del sello a medianos del siglo XIX. Sin sello no podían inventarse las postales¹. Este fenómeno es comparable con los primeros rascacielos. Los rascacielos fueron posibles porque antes tuvo lugar la modelización del ascensor (*elevator*), más ligero y más rápido que el montacargas industrial. Sin el ascensor no habría rascacielos en Nueva York ni en ninguna otra ciudad.

La postal fue pionera en la posibilidad de enviar un texto acompañado de una imagen, pero también en la reducción del texto, limitado a la mitad de la superficie del dorso, imponiendo así una nueva redacción tipo telegrama que puede compararse, salvando distancias y técnicas, con los mensajes breves de hoy emitidos con imagen incluida por teléfono móvil o con los miles de millones de textos vía Twitter que circulan por el mundo con mensajes limitados a 140 signos. Esto fue su innovación: carta sin sobre, escritura mínima y comunicación popular por su economía de costes. El éxito fue inmediato y, con ello, el nacimiento de un fenómeno cultural, la cartofilia, coleccionismo que se perpetúa hasta hoy.

1. El primer sello postal con valor de 1 penny fue emitido por Gran Bretaña en 1840, con el perfil de la reina Victoria: el popular Penny Black, llamado así por ser impreso en blanco y negro.

Producción de postales a gran escala

Su circulación se oficializa por decreto primero en Austria (1869), luego en Francia, Bélgica, Gran Bretaña y Alemania que será uno de los grandes productores de postales a caballo entre los siglos XIX y XX², seguidos por otros países menos prolíficos en su fabricación y consumo. En España se oficializa en 1871, aunque de hecho empieza a usarse a partir de 1873, con la República³. La postal puede relacionarse con el turismo, puesto que una gran parte de sus ediciones lo acompañarán. Su invención es casi simultánea a la publicación de guías de viaje que siguen el desarrollo del ferrocarril. Y en literatura, Stendhal, gran viajero, publica en 1838 *Memorias de un turista*.

Aunque al principio la postal se oficializa por la administración de correos como una misiva sin sobre y sin imagen, pronto se descubren las posibilidades de ilustrarla: primero con grabados a mano y otras técnicas como la fototipia en monocolor y, más tarde, con la cromolitografía y el fotograbado en color. Con el auge de la utilización de la foto se realizan también postales que son verdaderos tirajes fotográficos en blanco y negro. En algunos casos, la foto en blanco y negro se ilumina a mano con tintas de colores.

2. Por ejemplo, en 1899, Alemania contaba con 50 millones de habitantes y editó 88 millones de postales. Gran Bretaña, con 38 millones de habitantes, editó 14 millones de postales.

3. La Unión Postal Universal (Berna) legaliza la postal para la circulación en todos los países adheridos a la misma en 1878.

La Edad de Oro de la postal

La postal servirá notablemente como elemento de propaganda bélica durante la guerra franco-prusiana (1870-1871) en ambos lados de la contienda. Más tarde, con la ayuda de la fotografía naciente, se aprovechará para toda clase de imágenes, publicidad, vistas de monumentos, imágenes piadosas, patrióticas, humorísticas, pero también eróticas, como comentario de sucesos extraordinarios, etc.

La postal es un fenómeno popular y, como tal, sirve para todo: para declarar el amor a su Dulcinea, para felicitar un aniversario o las Pascuas y, también, para criticar duramente a los políticos con caricaturas. Contribuirán también a difundir la imagen de progreso técnico de las grandes exposiciones universales, una de ellas la del año 1889 en París⁴. Algunos historiadores apuntan el fin del siglo XIX y el principio del siglo XX como la Edad de Oro de la postal, por su diversidad y creatividad y también por su auge en la sociedad.



Figura 1: Calella calle típica (con turistas), tiraje *offset*, fotografía de J. Planchart, Calella, 1963.



Figura 2: Benicassim (Catellón) V. Comas Aldea, Ediciones FISA, Barcelona, 1964.

4. En la Exposición Universal de 1889 en París, en el primer centenario de la Revolución francesa, se inaugura la Torre Eiffel, uno de los edificios que ha generado más postales hasta el día de hoy.

Nacimiento de la postal turística

Este universo de la postal, multiforme, *kitsch* y popular, por su volumen de producción y difusión interesaba a muchos sectores, ya fueran institucionales o comerciales. Ahí podríamos situar el nacimiento de la postal turística. Las ciudades y los centros de interés del turismo incipiente editan postales con las vistas principales de la ciudad o monumento⁵. A veces el nombre ocupa todo el espacio disponible, incluyendo pequeñas vistas de la misma dentro de las letras. Con alarde de grafismos y montajes fotográficos se desarrollarán infinitamente hasta nuestra época, adaptándose a los gustos y modas de cada momento.



Figura 3: París, postal con fotomontajes, principio s. XX, editor desconocido.



Figura 4: Barcelona á la vista, postal con fotomontajes, principio s. XX, J. Valls R. Barcelona.

5. Thomas Cook empieza a organizar grupos de centenares de viajeros en 1841 (prototipo del turismo masivo). Siguió la empresa Thomas Cook & Son y hasta la actual Thomas Cook AG han organizado viajes sin interrupción. En 1855 el alemán Karl Baedeker edita guías para los viajeros que utilizan el ferrocarril.

Postal y movimientos artísticos

Hay que señalar que la conjunción fotografía y postal ilustra, en manos anónimas, la manipulación de la imagen fotográfica, ya desde sus orígenes. Más tarde los artistas se la apropiarán y tendrá un nombre : el fotomontaje⁶. Las vanguardias históricas de principios del siglo XX siempre se interesaron por este fenómeno. Los futuristas editaron las suyas y se enviaban verdaderas obras de arte en miniatura con *collages* y escrituras, prototipos de las que veremos circular más tarde en la diversidad del arte correo (*Mail Art*) de los años 1960-80, alrededor del movimiento fluxus. Los surrealistas⁷, admiradores y coleccionistas de postales, editaron una serie de artistas de su grupo en 1937.



Figura 5: *Saludos desde España*, tiraje offset color, hacia 1950, editor desconocido.



Figura 6: *Greetings from Austin*, cromofotografía color, hacia 1940.

6. Los primeros artistas en utilizar el fotomontaje fueron los dadaístas berlineses Raoul Hausman, Hannah Hoch, John Heartfield, Georges Grosz y Johannes Baader. Igualmente los utilizaron los artistas rusos, sobre todo durante la revolución soviética de 1917, Alexander Rodchenko, El Lissitzky, Gustav Klutsis y muchos otros.

7. 21 postales por Arp, Bellmer, A. Breton, J. Breton, Dalí, Domínguez, Duchamp, P. Eluard, N. Eluard, Ernst, Hugnet, Jean, Maar, Magritte, Man Ray, Miró, Oppenheim, Paalen, Penrose, Picasso y Tanguy.

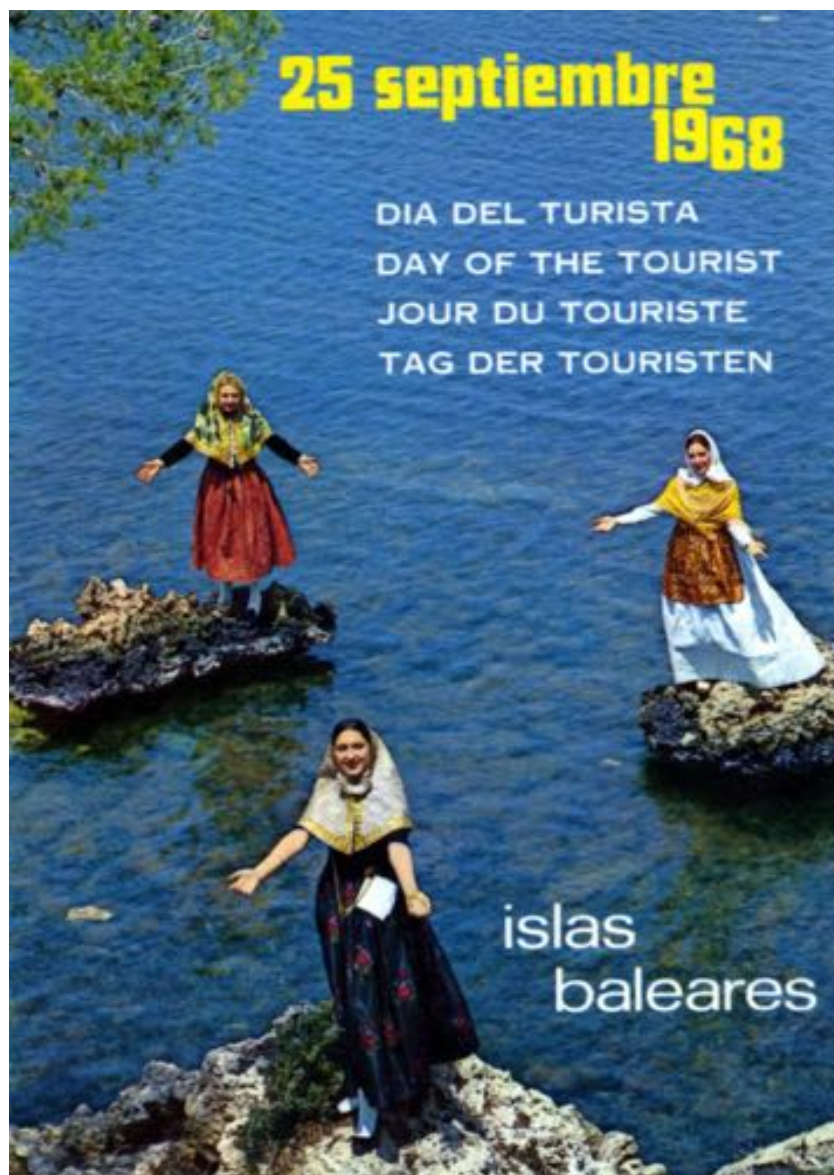


Figura 7: *Día del Turista*, foto de J. Planas Montanyà, Casa Planas, Palma de Mallorca, 1968.

«Spain is different» & la postal turística

En cuanto a la postal turística, nos referiremos a la zona hispana por ser una historia singular. En los países «normales», es decir, democráticos, esta industria se desarrolla por editores comerciales independientes sin censura alguna, cada uno escogiendo sus temas a tratar. En cambio, con el régimen dictatorial franquista, que pretendía controlarlo todo, se define desde el poder político cómo debe ser la postal turística, pensando en seducir al turista extranjero.

El plan se sitúa en la época del aperturismo económico impulsado por los ministros del Opus Dei. Por una parte se impone el eslogan «Spain is Different», recuperado de épocas anteriores, para la promoción de todo lo referente al turismo y para promocionar un país con imagen moderna. Por otra, se intenta regular hasta la imagen de las postales, que se editarán desde una visión retrógrada. Una decisión contradictoria que la dinámica de un turismo tumultuoso y cosmopolita pronto contribuirá a desmontar.



Figura 8: *Paella*, Castellón de la Plana, Comas Aldea, FISA I.G. Barcelona, 1966.



Figura 9: *Astorga Palacio Episcopal (Gaudi)*, Hijos de F. Alonso, 1975.

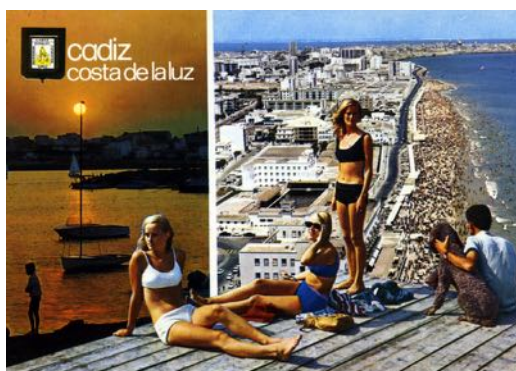


Figura 10: *Cádiz Costa de la Luz*, A Subirats Casanovas, Valencia, Ediciones Piqué, Barcelona, 1969.



Figura 11: *Recuerdo de Calella*, Ediciones Piqué, Barcelona, 1970.



Figura 12: *Cap Sa Sal (Costa Brava) Diversos aspectos*, Ediciones FISA Barcelona, 1972.



Figura 13: *Fuenterria*, Ediciones Alarde (Oviedo), 1966.

Definición oficial de la postal turística

Las Actas de la Primera Asamblea Nacional de Turismo, convocada por el ministro de Información y Turismo en 1964, definen y detallan todo lo que se tendrá que realizar para aumentar el turismo, desde ensanchar carreteras a la ubicación de hoteles, y hasta cómo debe ser la postal turística. Para ello se crean las Asambleas Provinciales de Turismo que tendrán la misión de regular todas las directivas aprobadas en la Asamblea Nacional. En las actas la definición de la postal turística dice así:

ñ) Tarjetas postales

Dado que es raro el turista que no envía a sus familiares y amistades varias tarjetas postales desde nuestro país, no se escapa a nadie el valor de este medio de propaganda directo, que debe ser cuidado extremadamente, ya que de la calidad de la tarjeta y selección del tema depende la impresión que el que la recibe se hace sobre nuestro país. Por ello se estima que cada provincia debe promover la realización de tarjetas postales en las que se recoja lo más significativo de cada una de ella, y, con el fin de cuidar la calidad de las mismas, deberá dejarse el criterio de los Organismos provinciales, la decisión sobre si la tarjeta que se pretende editar reúne o no las cualidades imprescindibles para autorizar su edición.

ñ) Tarjetas postales

26. Que se promueva la edición de tarjetas postales de las provincias, en las que se recoja lo más significativo de cada una de ellas, y que sean las Delegaciones Provinciales de Información y Turismo las que se encarguen de velar por la calidad de las mismas.

Es decir, se apuesta por los paisajes, monumentos y obras de arte más relevantes de cada provincia, con los cuales se piensa atraer al extranjero que vendrá a pasearse por todo el país, alojarse en los paradores de turismo del Ministerio y contemplar los tesoros patrios, que son muchos y admirables⁸. Un plan tecnocrático completamente acotado, y lo cierto es que en parte funcionó,

⁸. Quizás reflejo de los reportajes de paisajes, monumentos y personajes típicos que habían realizado los fotógrafos Charles Clifford y Jean Laurent durante el siglo XIX.

facilitando la llegada del turismo que entró en masa en los años que siguieron. El turismo entró en masa pero no se fue a visitar el acueducto de Segovia, ni la catedral de Burgos, como estaba previsto. El turismo internacional llegó en masa y se fue a la playa.

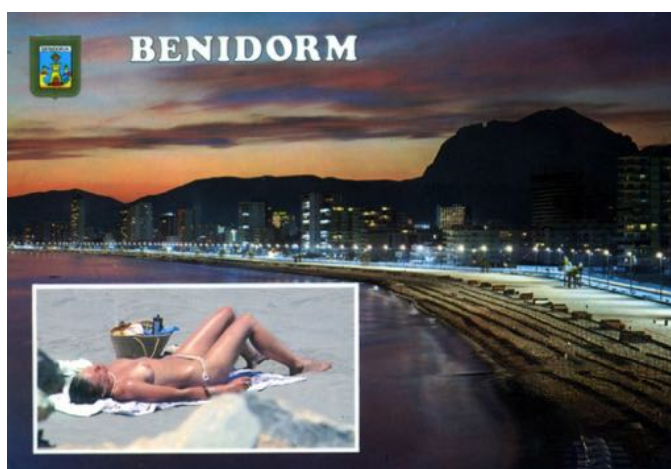


Figura 14: *Benidorm*, Subirats Casanovas S.L. Valencia, 1980.

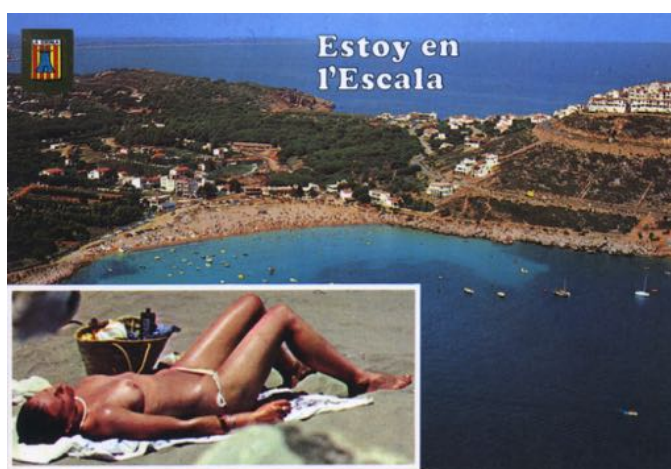


Figura 15: *Estoy en l'Escala*, Comercial Escudo de Oro, S.A., FISA I.G. Barcelona, 1979.

Hacia la modernidad

Las directivas oficiales sirvieron para editar postales con vistas de paisajes y monumentos y, en algunos casos, con trajes folclóricos en primer plano, siguiendo la estética de los carteles editados por el Ministerio de Información y Turismo. Muchos editores, desoyendo las directivas oficiales, optaron por la modernidad y tomaron como modelo estereotipos de otros países más avanzados en este sector.

En los Estados Unidos de América, ya en los años 1940-50, habían tomado por modelo las postales europeas de principios de siglo XX, las citadas *Souvenir de*, recreándolas con un grafismo moderno en color. Así nacen las postales *Greetings from* en cromofotografía. En los años 1950 con la introducción de la impresión en *offset* color, se dará un gran impulso a la industria de la postal americana. Se crean y recrean las famosas *Greetings from*, entre otras.

Algunos editores españoles ya habían pensado que era el modelo a seguir y se aplicaron a imitar su estilo gráfico y tradujeron el lema «Greetings from» por «Saludos de». Paralelamente a las directivas oficiales, otros tomaron como modelo todo tipo de postal que circulaba producida en el extranjero : recuerdo de, cuestionario, puzle, etc.

Merece especial atención la postal con telegrama, de tradición en la historia de la postal y de una total redundancia. Un telegrama se muestra incrustado en la imagen con el mensaje que dice las banalidades que se acostumbran a escribir al dorso: «llegados bien», «buen tiempo», «saludos», etc. Temática obsoleta hoy porque el sistema telegráfico ya no existe, anulado por el fax y, a su vez, sustituido por el correo electrónico (e-mail).

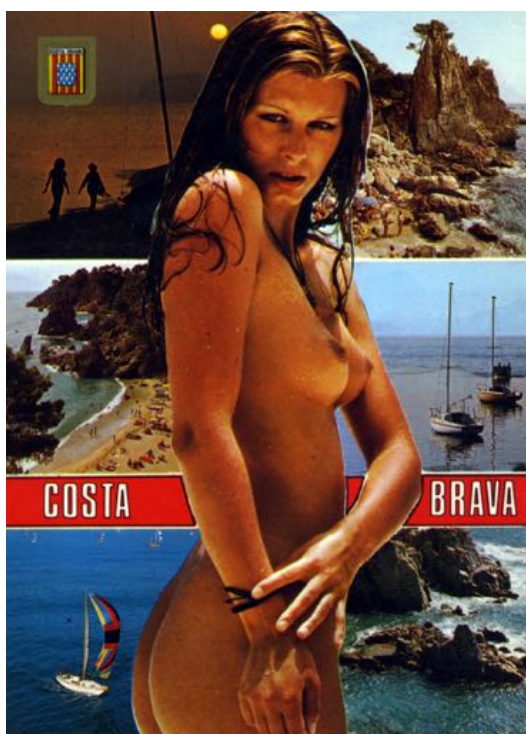


Figura 16: *Costa Brava*, Comercial Escudo de Oro, S.A., FISA I.G. Barcelona, 1979.

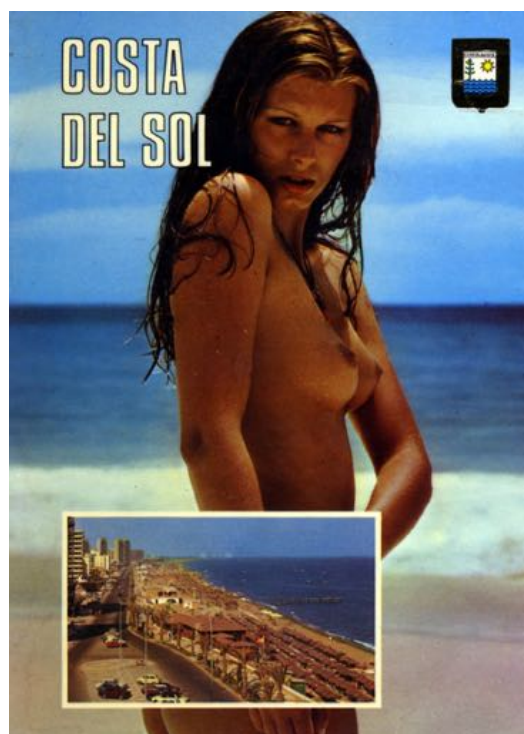


Figura 17: *Costa del Sol*, Domínguez, Madrid, FISA I.G. Barcelona, 1979.

Cuando el sol calienta la postal turística

En la década de los sesenta el turismo peninsular tomaría rápidamente las características del turismo internacional de playa conocido por «turismo de mar, sexo y sol» (Sea, Sex & Sun) en contradicción con las leyes del país.

La canción *Cuando calienta el sol*⁹ tuvo un gran éxito en esta época y evoca perfectamente esta importante actividad del turismo hedonista del cual la isla de Ibiza será su destino estrella. He aquí la letra de la canción:

Cuando calienta el sol aquí en la playa
Siento tu cuerpo vibrar cerca de mí
Es tu palpitir, es tu cara, es tu pelo
Son tus besos, me estremezco, oh oh oh

Cuando calienta el sol aquí en la playa
Siento tu cuerpo vibrar cerca de mí
Es tu palpitir, tu recuerdo, mi locura
Mi delirio, me estremezco, oh oh oh

Cuando calienta el sol
Cuando calienta el sol
Es tu palpitir, tu recuerdo, mi locura
Mi delirio, me estremezco, oh oh oh

No es de extrañar, pues, que las postales turísticas se acercasen a la evolución de este tipo de turismo. Muy pronto los paisajes playeros, piscinas de hoteles, etc., empezarán a mostrar señoritas con bañador en primer plano, luego con bañador de dos piezas (bikini) y con actitudes sugestivas (*pin-up*), después con medio bikini (*topless*) y finalmente totalmente desnudas (*naked*). Como

⁹. Popularizada en 1962 por Los Hermanos Rigual y versionada e interpretada posteriormente por muchos otros artistas.

este tipo de turismo masivo funciona con viajes de bajo precio (*low cost*), se acompaña de lo que se busca en estos casos : bocata y paella congelada (*fast food*); aparecen también postales que reproducen riquísimas paellas y platos típicos para que el turista pueda enviar a sus amigos o familia la imagen de lo que come (o lo que no come) durante sus vacaciones.



Figura 18: Costa Brava, Comercial Escudo de Oro S.A. FISA I.G. Barcelona, 1982.

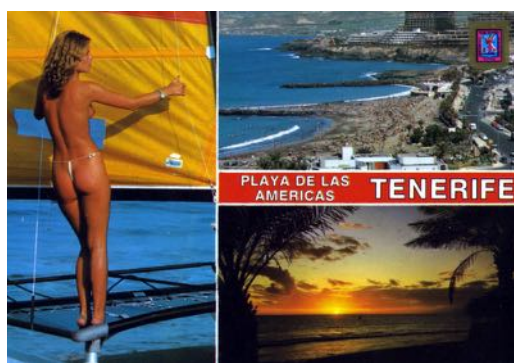


Figura 19: Tenerife FISA I. G. Barcelona, 1982.



Figura 20: Costa Brava, Roses Santa Margarita, Postales Internacional Color, Barcelona 1987.

Vacaciones, postales y simulacros

Detrás de la industria del turismo masivo están las grandes compañías internacionales que lo planifican y organizan con ganancias considerables (*tour operators*), con ofertas de paquetes de viaje con todo comprendido, vuelo y hotel cerca de una playa (*package holidays*). Objetivamente, dado que en el turismo llamado «de playa», lo que más importa es la playa, cualquier playa, los turistas aceptan ir a una playa cualquiera, a veces, más por el precio asequible que se le ofrece que por su destino geográfico final. Algo parecido ocurre con los viajeros de supercruceiros que escogen de entrada el barco más por su «disneylandia» embarcada que por el periplo de islas o ciudades que se les propone.

Desde esta óptica, algo similar ocurre con los editores de postales, que han adoptado la posición cómoda de crear imágenes genéricas que sirvan para diferentes lugares. Precisamente suelen ser imágenes que pueden definirse como no-lugares o espacios del anonimato¹⁰: playa y señorita en primer plano, playa, palmera y puesta de sol, etc., a las cuales se le atribuirán distintos nombres geográficos en ediciones diferentes. La misma imagen puede ser Mallorca, Costa Brava o las Islas Canarias, lo importante es la playa y la modelo, o la pareja cogida de la mano con una magnífica puesta de sol. El turista puede estar en una playa, pero la postal que compra reproduce otra. Si miramos la otra cara del espejo, deducimos que el turismo masivo hace muchísimo tiempo que está modificando el mapa y la postal turística no es nada más que el reflejo de esta modificación (Baudrillard, 1981).

10. El antropólogo Marc Augé define el concepto de no-lugar (non-lieu) como un lugar que no tiene identidad propia.



Figura 21: Mallorca, COFIBA Distribuciones S.A. 1985.

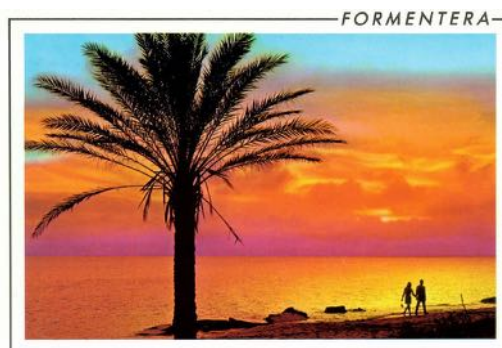


Figura 22: Formentera, COFIBA Distribuciones S.A. 1985.

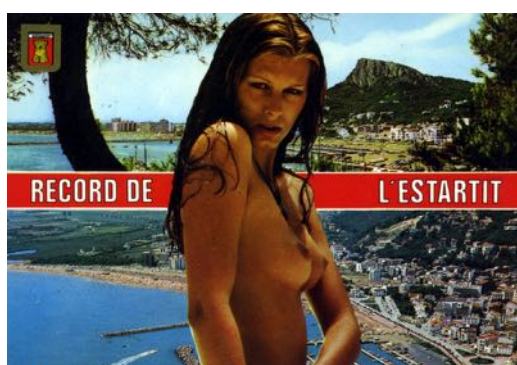


Figura 23: Record de l'Estartit, Comercial Escudo de Oro S.A. FISA I.G. Barcelona, 1981.



Figura 24: Ibiza Playa es Cavallet, Subirats Casanovas, Valencia, FISA I.G. Barcelona, 1981.

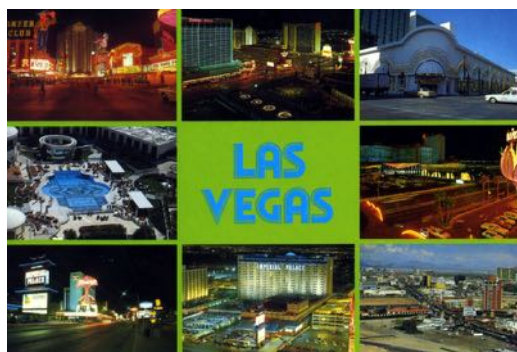


Figura 25: Magnificent Las Vegas, Photo By Brent, Las Vegas Novelty, 1986.

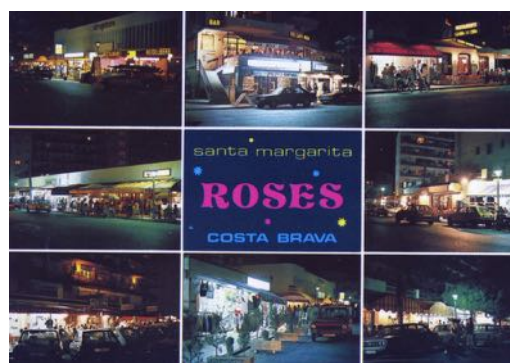


Figura 26: Rosés © Foto Ediciones Catalán Ibarz, 1986.

Pasado, presente y futuro de la postal

La postal, objeto centenario, quizás no esté ahora de moda, pero sobrevive por su capacidad de adaptación y sus tirajes siguen siendo considerables. La postal turística, por ejemplo, sigue siendo viva en los lugares turísticos y convive con las tecnologías modernas como internet y telefonía móvil, porque las postales como objeto impreso tienen su poder evocador y serán seguramente más duraderas que las virtuales¹¹.

La postal está presente en el campo del metalenguaje. Se suele decir delante de algunos paisajes icónicos «parece una postal», comparando lo real con la hiperrealidad, es decir, el paisaje idealizado de las postales. Este término procede de la imagen estereotipada propia de las postales que ya hemos visto y que tenemos en mente.

La postal sigue siendo una fuente iconográfica importante, la postal entró en los museos y bibliotecas como material de estudio para historiadores y sociólogos, y tiene innumerables museos monográficos en el mundo¹². Porque la postal en toda su diversidad es un testimonio, un documento, un género en sí mismo, que ha creado y difundido toda clase de imágenes, muchas sublimadas que forman parte de nuestra cultura general.

11. Por ejemplo, actualmente en Francia, con 65 millones de habitantes, se envían anualmente 330 millones de postales.

12. En España, hay obligación de depósito legal para las ediciones de tarjetas postales desde el año 1957. Se conservan en la Biblioteca Nacional de Madrid.

Velocidad, virtualidad y posmodernidad

Actualmente la postal está sufriendo una gran competencia. Todo el mundo puede hacerse su postal virtual con autorretrato incluido a partir de su teléfono móvil (*selfie*) y se puede añadir un texto. Así se crea una postal única, más fácil de enviar que una postal impresa y además sin pegar sello.

El flujo continuo de informaciones e imágenes de consumo inmediato define nuestra época y, naturalmente, tiene incidencia en el envío de este recuerdo fugaz y encaja perfectamente enviarlo desde el no-lugar de las vacaciones estandarizadas a bajo precio citadas anteriormente. La tarjeta postal impresa fue moderna, la postal virtual es posmoderna.



Figura 27: Barcelona, postal fotográfica iluminada con tintas de colores, fotógrafo o editor J.V.B, c.1950.

Bibliografía

Actas de la Asamblea Nacional de Turismo (1964). Madrid.
(No editadas. Consultables en CDTE-Centro de Documentación de Turespaña)

Ades, D. (1976). *Photomontage*. Londres, Reino Unido: Thames and Hudson.

Augé, M. (1993). *Los no lugares. Espacios del anonimato*. Barcelona, España: Gedisa.

Baudrillard, J. (1981). *Simulacres et simulations*. París, Francia: Galilée.

Kyrou, A. (1966). *L'Age d'or de la carte postale*. Paris, Francia: André Balland.

Lista, G. (1979). *L'Art postal futurista*. París, Francia: Jean-Michel Place.

López Hurtado, M. (2013). *La tarjeta postal como documento* (Tesis doctoral).
Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

Masó, P. (Productor) y Lagaza, P. (Director). (1968). *El turismo es un gran invento*
[Película]. España: Filmayer / Pedro Masó P.C.

Murray Mas, I. (2015). *Capitalismo y turismo en España. Del «milagro económico»
a la «gran crisis»*. Barcelona, España: Alba Sud Editorial.

Norgaard, E., y Schiff, M. (1970). *In Liebe Dein. Munich*, Alemania: Lichtenberg
Verlag.

Pierre, J. (1966). Honnah Höch et le photomontage des Dadaistes berlinois.
Techniques Graphiques, (66), 349-362.

Poinsot, J-M. (1971). *Mail Art, communication à distance*. Nanterre, Francia:
CEDIC.

Sigaux, G. (1965). *Histoire du tourisme*. Ginebra, Suiza: Editions Rencontre.

ERIK VAN DER WEIJDE

Entrevista realizada por Antonio Zúñiga. Agosto, 2018

doi:10.30827/sobre.v5i0.9564



ENTREVISTA REALIZADA POR ANTONIO ZÚÑIGA, AGOSTO, 2018

RESUMEN: El trabajo de Erik van der Weijde está tramado por una práctica fotográfica considerada desde múltiples perspectivas convergentes. La apropiación y producción de imágenes configuran su obra en una extensa galería de publicaciones editadas desde *4478zine*, editorial creada por el autor para editar sus obras.

Art in the Public Space - Ara, Luli, Flor, Diana, Sheila, Nicol, Belén and Aylin es la pieza que Erik van der Weijde ha seleccionado para SOBRE N05, una reflexión sobre la prensa entendida como un espacio público de comunicación y, en concreto, sobre la estética y las estrategias de comunicación en las páginas de contactos de los diarios. Consta de 8 imágenes acompañadas de un texto cargado de humor e ironía. Contextualizamos la participación de Erik van der Weijde en este número con una entrevista que nos lo presenta. En esta entrevista nos habla de su método de trabajo, sus intereses y sus inicios en la Gerrit Rietveld Academie de Amsterdam.

PALABRAS CLAVES: comunicación, fotografía, apropiación, publicaciones, espacio público, Paul Kooiker

ABSTRACT: The work of Erik van der Weijde is framed by a photographic practice considered from multiple converging perspectives. The appropriation and production of images make up his work in an extensive gallery of publications edited from *4478zine*, an publishing house created by the author to edit his works.

Art in the Public Space - Ara, Luli, Flower, Diana, Sheila, Nicol, Belén and Aylin is the piece that Erik van der Weijde has selected for ENVELOPE nº 5, a reflection on the press understood as a public space of communication and, in particular, on aesthetics and communication strategies in the newspaper's contact pages. It consists of 8 images accompanied by a text, which is full of humor and irony. We contextualize the participation of Erik van der Weijde in this issue with an interview that presents it to us. In this interview he talks about his work methodology, his interests and his beginnings in the Gerrit Rietveld Academie at Amsterdam.

KEYWORDS: communication, photography, appropriation, publishing, public space, Paul Kooiker



Volante entregado en mano no arrojar en la vía pública - ley 260



Luli

4811-2949

Volante entregado en mano no arrojar en la vía pública - ley 260



Sheila

4822-6461

Volante entregado en mano no arrojar en la vía pública - ley 260



Aylin

4772-1693

Volante entregado en mano no arrojar en la vía pública - ley 260



Flor

4828-0247

Volante entregado en mano no arrojar en la vía pública - ley 260



Ara

4776-3903

Volante entregado en mano no arrojar en la vía pública - ley 260



Belén

4811-2949

Volante entregado en mano no arrojar en la vía pública - ley 260



Nicol

4822-6461

Volante entregado en mano no arrojar en la vía pública - ley 260



Diana

4828-0247

Art in the Public Space - Ara, Luli, Flor, Diana, Sheila, Nicol, Belén and Aylin

Phone booths are a vastly used vehicle in large cities all over the world to showcase the works of call girls. I already knew the digitally printed pornographic cards from London, New York and Tokyo, but was surprised by the quality shown in Buenos Aires' phone booths. *Ara, Luli, Flor, Diana, Sheila, Nicol, Belén and Aylin* make use of older printing techniques and thus seem to position themselves in a more historical context: The oldest profession in the world doesn't need to follow the digital (r) evolution at high speed. Ara, Luli, Flor, Diana, Sheila, Nicol, Belén and Aylin simply communicate their message using the form and content principle as taught in all art schools.

Ara, Luli, Flor, Diana, Sheila, Nicol, Belén and Aylin use newspaper stock in their tiny pamphlets, each one the size of a credit card. This paper choice clearly reflects on one of the older mass communication vehicles, the newspaper itself. Any viewer can immediately connect to the material. The choice of material and printing might seem a bit old fashioned at first glance, especially for younger viewers, now that internet and digital printing is taking over so fast. But I recognise the consistent use of form and content here, used by Ara, Luli, Flor, Diana, Sheila, Nicol, Belén and Aylin. Both the public phone and printed newspaper are disappearing from the public space and by using them as a vehicle the message is clear: Call us now (before it's too late). A colder approach in their profession is making up ground quickly. Webcam porn and apps like Tinder are pushing away part of the human touch Ara, Luli, Flor, Diana, Sheila, Nicol, Belén and Aylin seem to stand for. Silkscreening allows Ara, Luli, Flor, Diana, Sheila, Nicol, Belén and Aylin not only to re-use (parts of the) screens and thus print in different colors, but also strengthen another underlying message, Our labour is manual. No digital shortcuts, no lazy Let the machines do the work. But old fashioned, dirty, sweaty, hard manual labour.

Ara, Luli, Flor, Diana, Sheila, Nicol, Belén and Aylin use repetition in their series, to hint on pop art works like Andy Warhol's soup cans, but also on advertising campaigns in which message and form are repeated to create a jingle in our head («Call. Us. Now. Call. Us. Now.»). Ara, Luli, Flor, Diana, Sheila, Nicol, Belén and Aylin also make me wonder about their names, are they real or is their function to wonder about their looks, who they are? This little doubt returns the mystery-as-part-of-the-fun element in their business which the internet has taken away. A customer can go online and choose a girl on her looks, like searching Wikipedia for the meaning of an artwork. Ara, Luli, Flor, Diana, Sheila, Nicol, Belén and Aylin seduce by fantasy: Call me and find out for yourself.

At this exact point the work by Ara, Luli, Flor, Diana, Sheila, Nicol, Belén and Aylin enters a new direction, namely performance art. This second part comes after the graphic part (in the public space) and moves on to become a performative one in a private space. Where in the first part Ara, Luli, Flor, Diana, Sheila, Nicol, Belén and Aylin say «We are here for all of you», in the second part Ara, Luli, Flor, Diana, Sheila, Nicol, Belén and Aylin say «I am here only for you». Ara, Luli, Flor, Diana, Sheila, Nicol, Belén and Aylin are only a phone call and a (small) monetary transaction away. Allowing the viewer to become an active part in the performance.

This transition from public space to private performance could be seen as a weaker part in the work. The inconsistency of the clear message that was communicated to me remains unsatisfied if I do not pick up the phone. But is it? It is up to me to act. It is up to me to decide to buy that new chocolate I saw on a billboard in the city. It is up to me to pick up the phone. So this final character of the work, that of free will, already makes me an active participant in this piece. It's my choice to find out what lies behind the intention of *Ara, Luli, Flor, Diana, Sheila, Nicol, Belén and Aylin* or to continue my walk through the city with a remaining feeling of mystery.

Back in mother's home town the abstract sculptures on the public roundabouts do not communicate to me. I don't see the form and content principle. I don't see reflection on the possible message. I don't feel the invitation to react on the work in any way. But I do wonder what the Buenos Aires' girls look like. Well done, Ara, Luli, Flor, Diana, Sheila, Nicol, Belén and Aylin.

1

[Antonio Zúñiga] I would like to ask two questions to begin with, one will lead me to the other.

The first one is about your transfer to Brazil and the time you have lived there.

How long have you been?

I ask it because you were born in Dordrecht, in the Netherlands and you have lived for a few years in Natal, a city in the north of Brazil. From a country with a Protestant spirit you passed to another one with a Catholic religious majority.

The images produced in both cultures have a different character, clearly dramatic in the Catholic culture and more calm and contained in the Protestant. The topic and production of artist's books is not exempt from these considerations.

Have you experienced this cultural change in your work?

[Erik van der Weijde] I believe this cultural change is present in the work, partly for the reasons you point out: I moved to Brazil in 2003 and have always traveled a lot for my work. When I travel and photograph, I am usually working on projects for which I have done a lot of research and preparations. I work very methodically: Months of research, planning the itinerary, taking the actual photographs, editing the material back in the studio. So my photos and series follow this rigid way of working and I can imagine that this might seem at least contained or maybe even Protestant. But back in Brazil, I use a different approach to photograph. I call it 'cleaning my camera' and I shoot in a much looser way, not preparing my shoots in the same way as during my travels. This way of working feels more like being on holiday and I photograph relaxed! Working in and around home I work much looser and my subject matter is also less fixed. It is more about the actual shooting and my approach to photography and images. So yes, I use distinct approaches to my work on different continents, and I do think that this shifting between Protestant and Catholic backgrounds sifts through in my projects. Also note that my life and work in Europe does not turn around my own family (my wife and son are both from and in Brazil), but around my memories as a protestant raised child. Whereas my family life in Brazil revolves around a catholic background and morals, coming from my wife's family, so very different from my own education. I think my fascination for these different approaches to (family) life are visible in some of my work.

2

[AZ] What kind of work did you do before settling in Brazil? What were your reference artists at those moments?

[EW] Before I went to Brazil I studied at the Gerrit Rietveld Academie in the photography department. I had classes from Willem van Zoetendaal, Frido Troost and Paul Kooiker, so the photo book was already a significant part of the department. I also assisted Paul Kooiker in his studio and his approach to photography and artist practice in general has been a great

influence on my work. But besides him and a little bit further away, amongst my influences were Hans-Peter Feldmann, the Bechers and Boris Mikhailov.

3

[AZ] I share the enthusiasm for these fundamental artists; in addition Boris Mikhailov would be outside out of the duality Catholicism-Protestantism that we discussed. Both, he and Paul Kooiker or Hans-Peter Feldmann, treat eroticism, intimacy, sexuality and prostitution, which refers to a classic theme and the relationship between the artist and the model. This theme also appears in your compilation book *This Is Not My Book*.

Why do you explicitly approach prostitution?

How do you carry out the research and realization of photographic work?

[EW] My interest lies in where society or humanity has gone wrong, so I search for the edges or borders of that society. I want to try to understand humanity by looking at specific subjects that lie outside the acceptable. Prostitution in all its manifestations is one of these subjects: how men can objectify women in a certain way, the economic factor of sex, the shutting out of emotions, etc. Other subjects I show, from same motivation, include war and violence, nazi Germany and psychopaths.

Whenever I start a project, coming from something I might have read or which I just find too curious, I try to read as much about the subject and I usually start collecting books, other reading material and/or photo books. In that reading I will find some interesting detail that you could see as the smallest part of the subject (or 'problem' I am researching), that still contains the full spectrum of that specific subject. Mostly that has become, or I turn it into, an object, representing this 'problem'. I then carefully plan the collecting of the material, in most cases that will be taking pictures of this object, or place, or whatever. Following the detailed planning, which includes even maps and weather reports, I take the photos as quick as possible, ideally in a couple of days. After this phase I have all the material to work with, back in the studio, and I concentrate on the editing of the material. In this editing process I will get most of the ideas of how the work should look like, be it a book, or an exhibition.

4

[AZ] In Barcelona we have a market that you would like very much, is the Mercado de San Antonio. On Sunday mornings he offers books, magazines, postcards and other second-hand photographic material for curious, collectors or students of the image.

Did you find stores, files or singular photographic material that you could buy for your works, for your study, in the markets of Brazil?

[EW] I love those markets! In Brazil I found little material, the things I found weren't of good quality for me. The best things in the past I have found in Belgium. And of course online, through eBay from Germany. In the northeast, due to humidity, most of the paper and printed material is ready for the trash after a few years. Even the negatives of the photos I took from my son's birth are completely destroyed...

5

[AZ] It is a pity that you comment.

The photos of the children have something special. Your son shows up a lot of your work and I think your wife too, why are these books called, *This Is Not My Son* and *This Is Not My Wife*? They really are, are not they?

[EW] Haha... Yes they are my wife and son! This series started with *This Is Not My Son*, the book I produced together with Rollo Press from Zürich. I was photographing my son at home, but did not no for sure if I was 'working' and thus looking for a certain pose or picture, or if I was being a father, taking pictures of his family. And my son was also a bit confused about the role playing, wearing masks and playing, but then having to stop to reenact some poses, so there was this weird triangular relationship between father - son/ model - photographer going on. That's why I said, in a *ceçi ne'st pas une pipe* way, «this is not my son». The book about my wife was a continuation of this project, but in a different context...

6

[AZ] let's talk about the books context: *This Is Not My Wife...*, *Home Is Where The Dog Is*.

[EW] *This Is Not My Wife* is clearly a follow up after *This Is Not My Son*. As a husband I take, of course, many pictures of my wife. The photos in this book were taken over a time span of 6 years, the same period I was working on *O. Niemeyer*. These two books are also the same in size, same amount of pages and have a similar design. Where for *Niemeyer* I photographed architecture, exterior and formality, for *This Is Not My Wife* I made more intimate portraits and show a more personal and private subjects. These two projects complement each other. Niemeyer also used to sketch the female body before he started drawing buildings: he sometimes used a line from a drawing in a sketch for a building. So these two books are a good example to show how all my books are linked to each other, sometimes complementing, sometimes juxtaposing. In *This Is Not My Wife* I also show a few other women, because even though I am married, I also look at other women (that are similar to my own wife). That's why I used this title here... *Home Is Where The Dog Is*, is completely photographed with an iPhone 4, in and around our house, during the first hour of darkness, over a period of roughly nine months. It is a more intimate series, bound by an intimate space, the house we live in. This work is directly linked to Instagram and the way we put our lives on the internet. How much do we want / need / can / should (or not) put our private lives online? So both projects have different photographic approaches, within a similar theme.

7

[AZ] One of the most beautiful pictures you have taken of your family took the cover of *Camera Austria* magazine. An image of a woman with a child with clear classical references in the composition and gesture of the child's hand placed on the woman's chest. Does the approach to the image consider it, do you

contemplate it in a different way if it is thought to be published in a book or designed to work as an independent photograph? The challenges of the books seem more washed out, in search of a new image a new composition, sensation.

[EW] Yes, that's a good photo... I think it's visible in that image that I studied two years of Art History, before changing to Art Academy...

Whatever subject I photograph, I try to gather a fair amount of material, but at the same time, I am also always looking for the 'perfect' image. Luckily I never made it -I could retire then- but sometimes an image comes close. I never construct images though, I find them. My use of snapshot cameras strengthens this way of producing images, clicking a lot, walking around my subject and looking for a simple and good image. Sometimes you are just lucky, when light and composition come together.

But I never take a picture to be shown as a single image. I only photograph in series, when working on series. And in the past that was always for a book, or at least with a book project in mind.

8

[AZ] In *This Is Not My Book* your work is collected in the following order: Germany, Brazil, prostitution, cars, woman, child, relatives, pets, anonymous, trees, animals, weapons, violence.

Electing the weapons and being Dutch and thinking about the two years of History of Art that you studied, how is it that you don't photograph objects explicitly, still lifes?

[EW] In case of the weapons, the guns and tanks more specifically, are all reproductions from other books on these subjects. So I re-photograph the pages of books and magazines, treat them in some graphic way and then reproduce. These publications are more books about books. I feel that these objects, take a gun for example, already contains so much meaning: it is very pure iconography to which I cannot add more. I just show it and put into a new context, in this case my publishing portfolio. Some publications are really meant to be seen as part of the whole portfolio. On their own they have no more layers of meaning. But you asked about Dutch still lifes, right? I'm not into actual still lifes... I find them too boring.

9

[AZ] I understand you!

Just two more questions so as not to abuse your patience: One on architecture and one on your magazines.

You comment on Facebook that you have not photographed for three years and now you do it again. You present on the web, precisely an architecture photograph. In your conversations with Jan Wenzel, editor of Spector Books, the work of Edward Ruscha emerges as a reference for photography books composed of series of images. I believe that Ruscha does not touch on his work this other part of the production of images that were on the edge of the acceptable, as you mentioned earlier. The productions of stereotypes for mass consumption amplify Ruscha and I see them closer to your interests as editor

and photographer.

What are your sources of these landscapes and architectures that fit in the collective imagination as ‘the landscape’ ‘the house’?

[EW] I approach my photography of houses from a very basic point of view. My photography of places in general, that is. It is very important for me to travel and visit the places. The actual traveling to a specific site, going there and taking a picture of that place, or house, functions like a souvenir: I was here. So my photography is both like a postcard of that place, very straightforward, house in the middle of the composition, not more than that. It is just a record of having been at that exact spot. That's why my photos always show more of the ground, or road: in the picture you can see that the photographer is actually standing there. At the same time of looking for this (not complex) iconic, postcard style, picture, I want the photo to look like anybody could have taken it. That sentence you hear a lot in a museum: «My child could have done that!» Exactly, there is no difficulty in the photography, but there is in a way of looking and providing context for your photography. For that reason I also only use snapshot cameras: anybody could have taken that photo, but it was me who went there and did it. I highlight this collective imagination, I guess.

10

[AZ] Subway and the rest of the magazines that you edit are very funny. They are important in your editorial activity. I think they irradiate your work complexity and establish lines of reading for your work. How do you propose these editions, why do you do them?

[EW] I am glad you think they're funny! First of all I always had the feeling that the photography community was and still is way too serious. Serious about cameras, about photographs, about printing techniques to an extent that the conversation becomes boring.

I really think that intelligent humour is necessary and can provide new layers to understanding other projects by the same artist. And, don't get me wrong, it's not about being funny, or being light about one's work, because I really believe that humour is very complex and intelligent. Also, my work always has a layer of language in it. In a way some works are even about language and text. My titles are always very specific and if I use text it is always as concise as possible: the viewer will produce the necessary texts and thoughts in his/her head. That's the strength of visual language. As in any language, humour is always the last thing to learn and understand, because it is so culturally defined and can be very complex. So using humour in my visuals, not in all, but certainly to establish those reading lines, is an important way to introduce other layers in my work. I believe I 'speak' the visual language of photography pretty well...

CECI TUERA CELA... ¡EL TEXTO MATARÁ LA EXPOSICIÓN!

Un ejemplar de la versión completa de este texto se encuentra disponible en el centro de documentación del MUSAC.

Nader Koochaki

doi:10.30827/sobre.v5i0.9565

CECI TUERA CELA... TEXT WILL KILL THE EXHIBITION!

ABSTRACT: Coal mining, along with road building and asphaltting, has been issues for Nader Koochaki's attention since 2012 when he collaborated in the exhibition *Castillete. Retablo Minero* by Carme Nogueira in the MUSAC. The extraction and consumption of fossil fuels have transformed the space and time of our lives. From the urban configuration of Tehran to the mining protests that occurred in León and Asturias, Nader explores remains and traces that have been inscribed in the territory from the particularity of the matter.

From thinking about the practice of exposition as an editorial exercise, the author explores other forms of editing and publication. This text reviews some of the operations linked to a line of work that is characterized by being formed as a sequence of a continuous editorial exercise.

KEYWORDS: asphalt, coal, edition, photography

RESUMEN: La minería de carbón, junto con la construcción y el asfaltado de las carreteras, son aspectos a los que Nader Koochaki ha atendido desde que en 2012 colaborara en la exposición *Castillete. Retablo Minero* de Carme Nogueira en el MUSAC. La extracción y el consumo de los combustibles fósiles han transformado el espacio y el tiempo de nuestras vidas. Desde la configuración urbana de Teherán a las protestas mineras acaecidas en León y Asturias, Nader explora restos y rastros que han quedado inscritos en el territorio desde la particularidad de la materia.

A partir de pensar la práctica expositiva como ejercicio editorial, el autor explora otras formas de edición y publicación. En este texto se repasan algunas de las operaciones vinculadas a una línea de trabajo que se caracteriza por estar formándose como secuencia de un ejercicio editorial continuado.

PALABRAS CLAVE: asfalto, carbón, edición, fotografía



Una carretera practica un corte radical en la superficie de la tierra, efectúa una drástica incisión que pone en marcha lógicas venideras y sus consecuencias quedan a expensas de gestiones futuras. Los agentes que la transitan, la velocidad que libera, el lenguaje que se construye sobre ella es algo que se descubre según se desarrolla. La carretera es un campo de pruebas desplegado, un laboratorio expandido, un sistema nervioso que coordina las acciones de un organismo que inventa lo que es mientras lo practica.

La primera acción de una carretera consiste en la impresión de un peso, de una gravedad. Los elementos con los que se construye destacan por su pesantez y es a partir de ellos cuando la circulación se libera. La carretera rinde culto a uno de los inventos más importantes de la humanidad: la rueda. Como un gran chorro de tinta, traza su propia escritura. La fricción que se da entre la rueda y la carretera engendra un modo de habla y su sonoridad no puede ser seída. Su poder de atracción hace que abandonemos derroteros que antes nos fueron fundamentales para comunicarnos. En cuanto que es habla, se le pueden aplicar las leyes de la lingüística. Al tiempo que extingue idiomas, genera nuevas lenguas.

El asfaltado de una carretera uniforma el campo heterogéneo de la vida construyendo continuidad –o al menos una ilusión de la misma– sobre una realidad fragmentaria y llena de interrupciones. Cuando circulamos sobre una carretera asfaltada, lo hacemos sobre una superficie líquida. Según el libro Guinness de los récords, el experimento de laboratorio más largo de la historia lo arrancó Thomas Parnell en Australia y consiste en el registro de las gotas de brea que desde 1927 se han desprendido a través de un embudo que contiene su masa originaria. Cada acontecimiento o gota de brea certifica la fluidez de lo aparentemente sólido. Teniendo en cuenta que el desprendimiento de cada gota sucede aproximadamente cada diez años, el carácter fragmentario de este experimento demuestra la viscosidad de la materia bituminosa. Igual que el cine, la historia acontece como una continuidad ilusoria. El desprendimiento de las nueve gotas de brea caídas durante aproximadamente un siglo nos demuestran la fluidez del asfalto. La carretera es una estabilidad asentándose constantemente. También lo es la escritura.

142 Estructura narrativa en avance

Desde 2012 estoy tratando de abordar una serie de líneas de trabajo de base fotográfica que tienen como fondo la extracción y el uso de combustibles fósiles. Estas, al no provenir del mundo académico ni dirigirse exclusivamente a él, han estado determinadas por diversos itinerarios experimentales que, ligados a periodos de trabajo intermitentes, ahora son legibles de manera capitular. Sus inicios se remontan al momento en el que visité y fotografié por primera vez algunas vías de comunicación de Asturias y León, concretamente los lugares que fueron escenario de enfrentamientos entre mineros y policía durante las últimas protestas que se dieron a raíz de los recortes de las ayudas al carbón. Posteriormente, comencé a viajar a Teherán y, casi como una reacción ante el estruendo perceptivo y la confusión que me generaba la ciudad, comencé a hacer fotografías compulsivamente. Poco a poco entendí que el bitumen y el carbón estaban abriendo una dialéctica con la manera que tenía de mirar y de moverme, y futuras incursiones fueron avivando mi interés por el asfalto, un elemento que posee un fuerte atractivo formal y que es una superficie fundamental para vivir la experiencia cinética moderna. Cuando la materia negra choca contra la película fotosensible que porta la cámara, la experiencia se expande y desgarrar, generando nuevas capas y configuraciones donde poder indagar y continuar imaginando el mundo.

Retablo minero (2012), *Asphalt Roll* (2015), *Talking Asphalt* (2016), *Exhibition As Edition Exercise* (2016) y *Cielo abierto* (2018) son los nombres bajo los que he publicado las líneas de trabajo mencionadas¹. Sin pertenecer a la misma madre, entre todas fermentan y engordan una misma masa editorial. Entiendo el término *publicación* en un sentido amplio y literal que, sin ceñirlo a un formato bibliográfico, empleo como una metodología de edición, es decir, como práctica que no tiene como fin la traducción física de imágenes y palabras al papel, sino que incide en el trabajo de articulación de materiales, gráficos y formales, en su ensamblaje y sus circunstancias de publicación antes de ser compartidos con otros. Casi como una manera de recuperar el espacio perdido por el editor polímata (Alvarez, 2018) a través

1. Cabría añadir a esta lista *Petricor*, un artículo escrito para la publicación *Geldi 2011-2017. Descensos de goitibeheras* (Arrieta y Vázquez, 2018), donde he abordado la cuestión del asfaltado de las carreteras, e *Inpernua - El Infierno* (2009-2018), un trabajo expuesto recientemente en el centro Koldo Mitxelena de Donostia y que también tiene como eje el consumo de combustibles fósiles y sus derivados.

del cual poder concebir la publicación en toda su complejidad matérica, el ejercicio creativo se convierte en un modo de sorprenderse a uno mismo, pudiendo sincronizar pensamiento y acción en un mismo movimiento o «adquirir conocimientos e integrarlos narrativamente a través de la propia experiencia» (Álvarez, 2018:84).

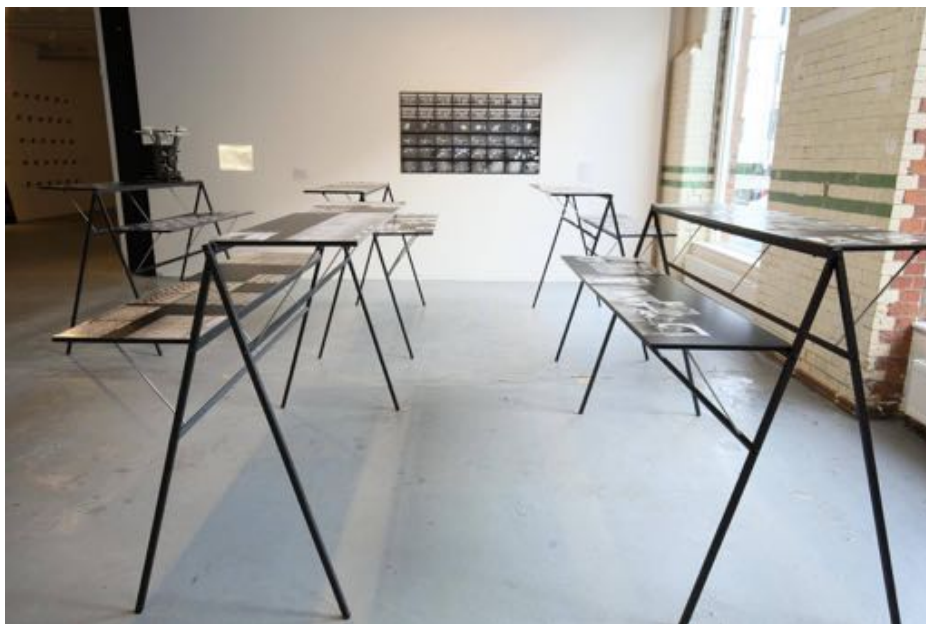


Figura 1: Vista de *Asphalt Roll* (2015).

Determinado por los ritmos de producción contemporáneos, dichas líneas de trabajo han arrastrado cierta celeridad y el esfuerzo de cada episodio ha ido en dirección de tratar de construir un sistema que permitiera ahondar en la materia sin condenarla a una sola forma. Probablemente el término *edición* haya atravesado todas las operaciones de este proceso y la manera de hacerlo actuar ha tenido una doble vertiente. Por un lado, el trabajo de campo nunca ha cesado y es así como he ido añadiendo siempre nuevos materiales a los ya publicados. Por otro lado, para cada circunstancia pública (o editorial) he construido un sistema modular donde poder hacer descansar los materiales reunidos durante el trabajo de campo. Echando la vista atrás, es como si el sistema modular se hubiera transferido a una dimensión temporal; es decir, lo que es modular ahora es el tiempo y la conjunción de los diferentes episodios de trabajo me permite construir una estructura narrativa en avance.

Este texto recoge algunos pasajes del último periodo de trabajo, que bajo el epígrafe *Cielo abierto* han marcado el curso de la investigación que subyace a él. Se trata de un texto que compone una redacción más extensa, o el capítulo de una arquitectura editorial más amplia, pues es «una suerte de libro que se escribe [edita] engarzando las obras que uno publica» (Álvarez, 2018:84).

Anotaciones sobre una red de carreteras

Hay algo en la carretera relacionado con la memoria que se activa eventualmente, sobre todo cada vez que llueve tras un periodo de calor. La precipitación libera el olor del pavimento y aumenta el contraste cromático del asfalto. Algo semejante sucede con su opuesto el fuego: cuando algo arde en una carretera la materia se desprende y, afectada, la marca del suceso queda inscrita sobre ella para siempre. La materia bituminosa se esfuma, como si el *ikhora* de la carretera se derramara verticalmente, en contra de la gravedad, en forma de una columna de humo.

Las imágenes de los cortes de carreteras siempre generan una fuerte atracción visual. Cuando un lugar construido para el tránsito rodado es cortado radicalmente por personas enmascaradas, el movimiento que hasta entonces pasaba desapercibido se convierte en una suspensión temporal de la norma. Cuando esto sucede con neumáticos, guardarrailes, señales de tráfico o árboles contiguos a la carretera, la fuerza del acontecimiento se multiplica,

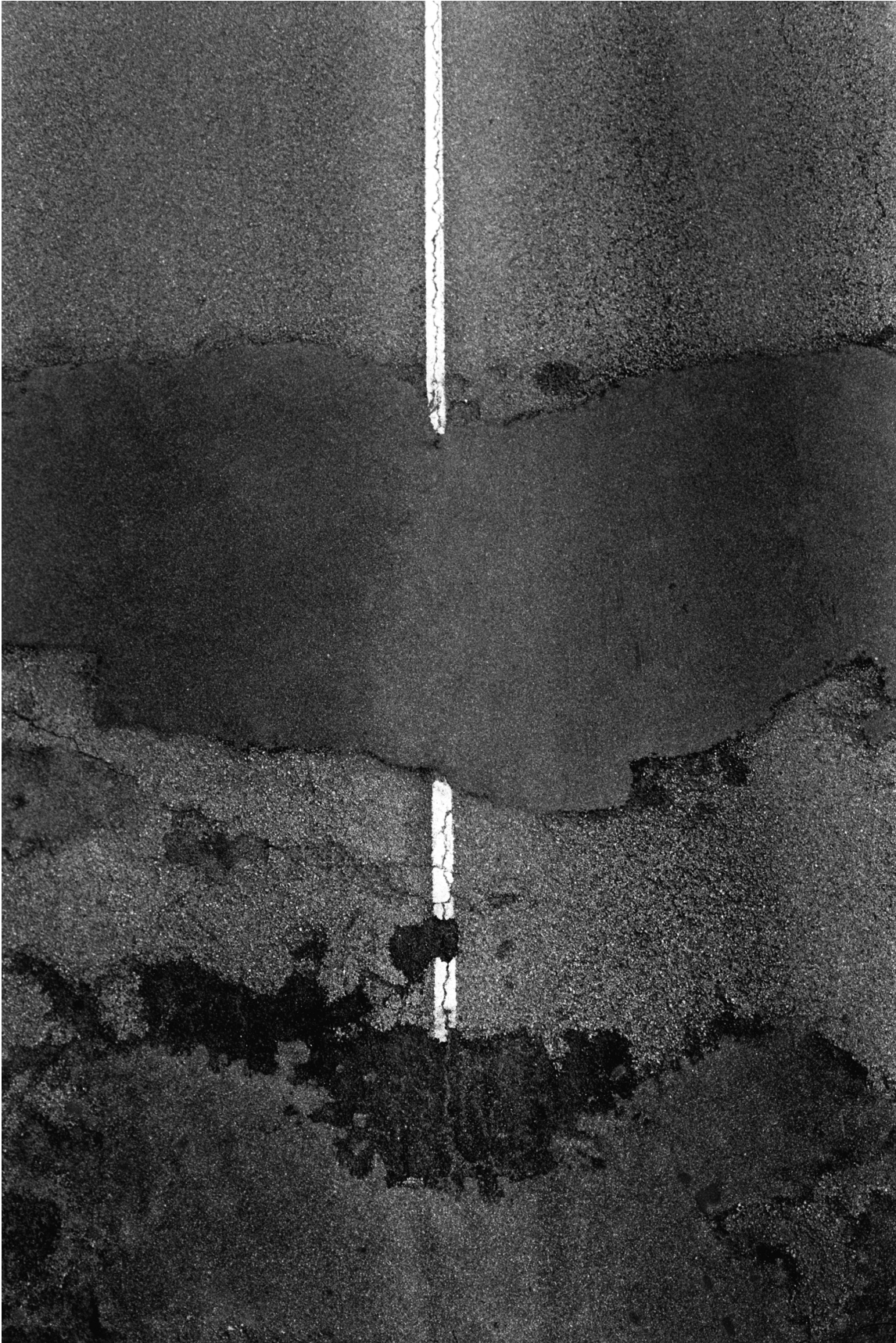


Figura 2: 80_18. Nader Koochaki.

dándose una inversión formal que nuestras mentes, sin tratar de desbloquear, solazan en un estado de confusión lingüística. Los elementos colaterales pasan al centro, los márgenes desaparecen o mutan, el flujo de vehículos es obligado a dejar provisionalmente de lado la mirada cinética y el punto de vista de quien se desplaza se estaciona. Los elementos que permiten el movimiento son ahora los que se observan; contorsionados, deshechos, arrancados de raíz..., su combustión se parece al supurar de una herida.

En 2012 tuve la ocasión de visitar los restos de las protestas mineras que durante ese mismo año habían quedado inscritos en las carreteras de Asturias y León. Aquellos memorables cortes de carretera incidieron en las principales vías y medios de comunicación, dejando en evidencia la proximidad existente entre estas dos infraestructuras. Para dar forma a una colaboración con el proyecto *Castillite. Retablo minero* de Carme Nogueira (2012), durante varios días me dediqué a buscar y fotografiar los rastros de aquellas acciones. El resultado del trabajo se reflejó en la revista que se publicó bajo el mismo nombre. Las marcas de las carreteras se presentaron en la página central de la revista como un inventario de formas o un posible abecedario (Derrida, 2006) susceptible de ser utilizado en el futuro.

Durante este tipo de protestas la escritura del Estado –traducida en una red de carreteras (Koochaki, 2018)– es sabotada por la grafía de una fuerza social. Para cortar las vías de comunicación los mineros se servían de los mismos elementos que hacen posible el tránsito del movimiento motorizado: neumáticos y gasolina. En la carreteras confluyen nuestras vidas. La jerarquía de los elementos que se separan en las torres de las refinerías se repite

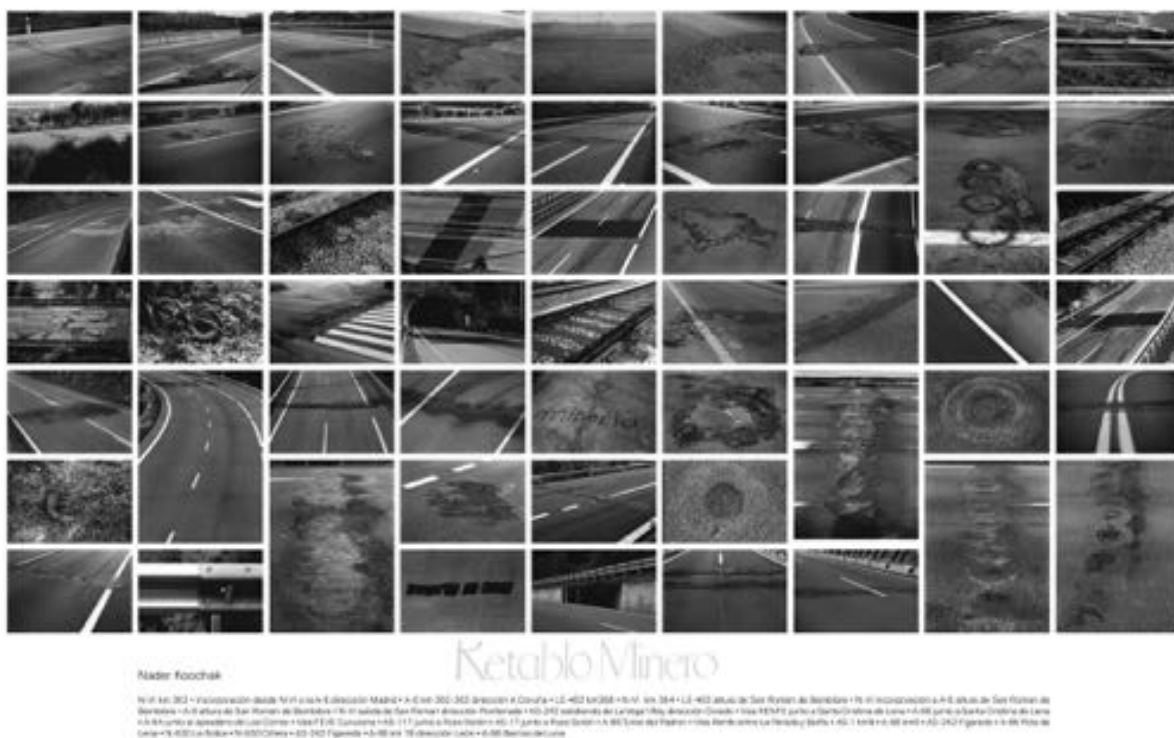


Figura 3: *Retablo minero*, Nader Koochaki (Nogueira, 2012).

en las carreteras que con ellos se construyen. Los elementos ligeros como la gasolina y el gasoil se sitúan en las franjas superiores de las torres de destilación mientras que el asfalto, al ser el elemento más pesado del petróleo, se acumula en el fondo de ellas. El tránsito rodado motorizado reproduce un mismo rango material: los vehículos queman combustible mientras circulan sobre las bandas de asfalto que se extienden bajo sus ruedas. Los operarios que vierten asfalto y construyen las carreteras también rocían con gasolina sus herramientas de trabajo, consiguiendo así combatir la adherencia del bitumen. Las «Marchas negras» de los mineros discurren sobre las autovías y quedamos a expensas de saber si su nombre hace referencia a la negrura del bitumen o a la del carbón, con la duda de si señalan el material o, al contrario, devienen de él. La carretera AS-1 –conocida como la autovía



Figura 4: 82_16. Nader Koochaki.

Minera— se construyó con los «fondos mineros» o «fondos del carbón». De hecho, la mayor parte del presupuesto destinado a la reconversión de las comarcas mineras se destinó a construir carreteras. Similar a *El Aleph* de Borges (1982), sucede que todos los actos ocupan un mismo punto en el espacio que, visto desde todos los ángulos, no tiene ni superposición ni transparencia.

Ejercicio editorial

Pocas o ninguna vez he tenido la sensación de haber zanjado un trabajo. Será porque la elaboración artística consiste más en un proceso (en una actividad) que en un proyecto (de Laiglesia, Fuentes y Rodríguez, 2008). De esto nos da cuenta la fuente invertida Aschrott (1985) de Horst Hoheisel, que limpia su intervención una vez al mes durante los meses de marzo y noviembre. La incontinencia del trabajo y la incapacidad de fijar lo estudiado en una sola forma son aspectos determinantes en la investigación y en la práctica artística. La organización de este desorden (o abundancia) es un proceso estético.

Cielo abierto, una operación que entre febrero y mayo de 2018 llevé a cabo en el MUSAC, consistió en tratar de utilizar el Laboratorio 987 como una herramienta de edición. Su objetivo fue inventar un sistema operativo que me permitiera pensar la sala del museo en términos de montaje. Del mismo modo que lo fueron las páginas de la revista de Carmen Nogueira en 2012, lo sería la sala entonces. Igual que *Exhibition As Editing Exercise* recogió la experiencia de *Asphalt Roll*, *Cielo abierto* trataría de reeditar las dos experiencias previas. Este texto hila sobre aquella misma costura editorial.

Creciendo con el tiempo, modificando su propio aspecto e integrando elementos que el curso del trabajo generaba, con una pierna en León y la otra en Teherán, *Cielo abierto* combinó

dos líneas de trabajo que mantenían un fondo material similar: asfalto y carbón. Organizada en tres episodios (Línea editorial, Mesa editorial y Fuga editorial) la propuesta ensayó un tipo de mirada estereoscópica y trató de generar una sensación de relieve combinando fotografías de lugares singulares. El asfalto y el carbón han sido elementos utilizados desde el inicio de la fotografía². También la escritura está directamente ligada a ellos: la época carbonífera, por ejemplo, a través de su gran legado de fósiles, nos da buena cuenta de ello.

Trabajo de campo

Durante el inicio de *Cielo Abierto* me propuse visitar y fotografiar las escombreras de la provincia de León. Al programar estas visitas, consideré que podía ser una buena forma de volver a lugares que ya había visitado antes, sin tener que volver a andar exactamente sobre mis propios pasos. A la hora de documentarme y preparar la primera incursión, di con los 9 tomos del Inventario Nacional de Balsas y Escombreras dedicados a León (IGME, 1989).

El Inventario Nacional de Balsas y Escombreras (a partir de ahora INBE) es una obra magna realizada por el Instituto Geológico y Minero de España entre los años 1972 y 1989. Aunque se ha afirmado que el inventario, que cubre la totalidad de las 50 provincias españolas, fue realizado entre 1983 y 1989 (Rodríguez y Gómez de las Heras, 2006), ya en 1972 se había llevado a cabo un primer inventario en la zona de Vizcaya. En él se señalaba el creciente interés por llevar a cabo estudios sistemáticos de los depósitos residuales, algo que entonces era incipiente en Alemania Occidental, Sudáfrica e Inglaterra (IGME, 1972). A este estudio le siguieron otros dedicados a diversas zonas de España, extendiéndose los trabajos hasta 1976³. Que el modo de trabajo y las fichas no siguiesen un criterio estandarizado hizo que los diferentes estudios compuestos por alrededor de unas 2.000 fichas de balsas y escombreras guardaran variaciones importantes. En 1983 el IGME elaboró un informe relativo a la información existente, donde se proponía llevar a cabo un diagnóstico general y de mayor profundidad de España y plantear unas medidas de restauración o aprovechamiento de las 15.000 - 20.000 balsas y escombreras de las que se tenía constancia (IGME, 1983). Durante el año siguiente se llevó a cabo un proyecto piloto que se aplicó en Huelva y Asturias y que instauró el método de trabajo y el modelo de fichas que se seguiría en el futuro⁴. Entre 1985 y 1989 se formó el cuerpo principal del INBE. Se trató de un trabajo de edición de 7.162 fichas⁵, 21.673 registros de inventario, 1.115 hojas topográficas; todo ello reunido en un conjunto de 113 tomos (Rodríguez y Gómez de las Heras, 2006).

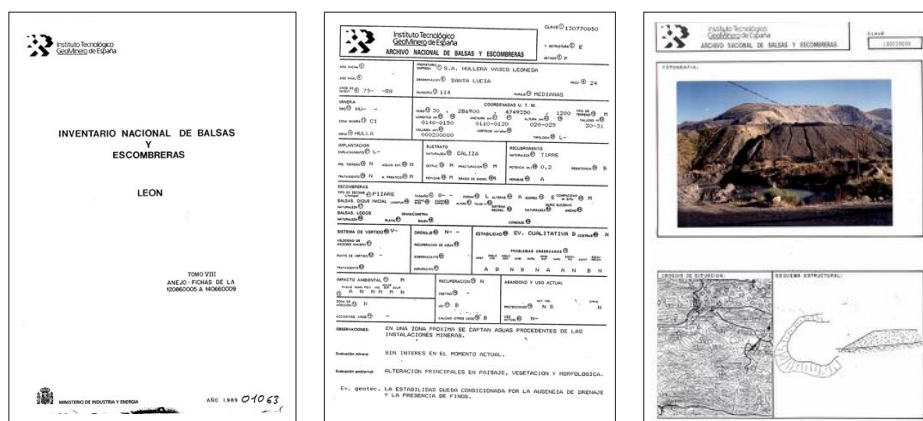


Figura 5: Páginas del Inventario Nacional de Balsas y Escombreras pertenecientes al tomo de León (tomo VIII). IGME, 1989.

2. Cabe recordar que Joseph Nicéphore Niépce tomó la fotografía *Punto de vista desde la ventana de Gras* utilizando una solución de asfalto natural (Koochaki, 2018) y que el carbón transportado es una técnica fotográfica bien conocida de la cual probablemente José Ortiz Echagüe sea uno de sus principales exponentes en España.

3. Huelva-Badajoz (1973); Región Andaluza (1973); Asturias y Santander (1973); Región Catalana (1973); Almería (1974); Jaén y Granada (1974); Murcia (1974); León-Palencia (1975); Galicia (1976).

4. También en 1984 se comenzará a exigir una justificación geo-mecánica de los taludes de escombreras y un análisis de su impacto medioambiental.

5. Sin contar las aproximadamente 2.000 fichas elaboradas entre 1972 y 1976.



148 **Figura 6:** Vista de *Cielo abierto* (2018, MUSAC). Nader Koochaki.

Es tentador pensar en el INBE como una gran escombrera donde los ingenieros encargados de elaborarlo volcaron miles y miles de fichas durante años. Aunque en toda su magnitud la obra es terrorífica, similar al informe forense de una autopsia realizada sobre un cuerpo horadado, las fichas son de una belleza singular. En ellas se combinan diversas artes gráficas (cartografía, dibujo, fotografía...) con la escritura y la cumplimentación de un formulario. En el INBE encontramos también, aunque en estado latente, el relato de la experiencia de un trabajo de campo intenso. Al ojear las fichas dedicadas a León, me pregunté si tenía sentido volver a visitar los mismos lugares que se presentaban en ellas. Aquellos «fragmentos de realidad» no eran más que instantáneas de una configuración muy determinada del lugar, algo que confirmé cuando me desplazé al campo, ya que difícilmente logré encontrar los lugares que mostraban las fichas. Estoy seguro de que si después de 1989 el IGME hubiera continuado con esta labor, el inventario habría continuado creciendo y, como en una tragedia griega o como al cura Mateo Txistu le sucediera, los ingenieros seguirían recorriendo el territorio español, persiguiendo la estela de su objeto de estudio, abismados en una persecución interminable.

La estabilidad y la racionalidad que denotan este tipo de trabajos debe de ser relativizada. Las escombreras tienen vida propia y se transforman con el tiempo (Ayala y Rodríguez, 1986), por no decir que el cambio de orientación de una explotación puede decidir desplazarlas a otro lugar, como veremos más adelante. Mientras que algunas se abandonan, otras se inauguran. Teniendo en cuenta que el desplazamiento modifica el espacio percibido (Serres, 1995), siempre nos será imposible obtener un informe completo que documente el estado de las escombreras en un determinado momento.

No poder estar «en misa y repicando» al mismo tiempo es un problema al que ya me había enfrentado con anterioridad en *Soineko Paisaia / Dorsal Landscape 2009-2015* (Koochaki, 2016) y sobre el que recientemente he reflexionado junto con Usue Arrieta y Vicente Vázquez durante la concepción de *Geldi 2011-2017. Descensos de goitibeheras* (Arrieta y Vázquez, 2018). Como una forma de reflexión en voz alta sobre los conflictos (y placeres) que generan estos sistemas de registro, durante el periodo de trabajo de León organizamos un encuentro llamado *Mesa editorial*. En él tratamos de poner en común aspectos de este método de traba-

jo que tanto cataliza una forma viva como invita al paseo y la experimentación. Según Arrieta y Vázquez, «pareciera que construir colecciones es más sencillo y placentero que interpretarlas [...] Se trata de personas que operan con métodos científicos pero cuyo objetivo es de orden estético, lo hacen por el mero placer de ver, escuchar y reconocer aves [o escombreras] en salidas al campo» (Arrieta y Vázquez, 2016:6).

Trozos de montaña

Cuando leemos un libro o un texto, extraemos de él lo que nos conviene. De entre la materia textual y gráfica que lo compone, cuando lo cerramos, hay fragmentos que nunca olvidaremos y que pasan a configurar nuestra orografía intelectual. Otras fracciones (la mayoría) quedan abandonadas, bien porque no nos fueron útiles en el propósito original de la lectura, bien porque no fuimos capaces de aprehenderlos o porque simplemente pasaron desapercibidos ante nuestros ojos, quedando sumidos en un largo letargo temporal. Puede que años o décadas más tarde, al volver a adentrarnos en esos mismos lugares, extraigamos nuevos elementos que nos acompañarán camino a otros derroteros. La edición infinita de un hipertexto acontece en nuestras mentes. Algo parecido sucede en la tierra y las escombreras son un buen ejemplo de ello.

En realidad no nos podemos deshacer completamente de nada. Los depósitos que genera la actividad humana quedan a expensas de nuevos usos y lecturas. En esta línea se sitúa un proyecto significativo impulsado por el Área de Paleontología de la Universidad de León, que ha consistido en reunir material fósil procedente de las explotaciones del Carbonífero de la provincia de León, tanto de cortas activas como de escombreras no restauradas (García, Sánchez, Fernández y López-Alcántara, 2010). Este proyecto piensa las escombreras como grandes bases de datos, invitándonos a visitar sus archivos geológicos y reconstruir sus documentos pétreos.

Según los informes de la investigación, durante una campaña que duró algo más de un año, las investigadoras de la ULE visitaron una veintena de afloramientos carboníferos y recogieron e inventariaron más de setecientos fósiles de licofitas, esfenofitas, pteridospermas y filicofitas (García, Sánchez, Fernández y López-Alcántara, 2010). El acopio reunido se editó en forma de una exposición itinerante, dos exposiciones permanentes y treinta pequeñas colecciones didácticas. Las explotaciones mineras permiten una arqueología sin cata, una paleontología que mira al pasado gracias a las vicisitudes del presente. Es tentador recurrir al término *Antropoceno* para entender la operación: la basura industrial que es sedimento del pasado aflora gracias a la actividad del presente, provocando una reedición del gran libro geológico.

En la misma línea, otro caso reseñable es el del Aula Geológica de Robles de Laciana. Se trata de una muestra permanente de fósiles y minerales formada por las colecciones particulares de los exmineros Poli Caboalles (Caboalles de Arriba, 1968) y Francisco Gatón (Villaseca de Laciana, 1957), que ocupan las salas de la escuela de Robles de Laciana. Durante mi trabajo de campo en León, he constatado que la mención de la relación que los mineros han tenido con los fósiles ha sido recurrente. Muchos mineros han tenido una relación íntima con los rastros de los seres vivos que poblaron el planeta hace 300 millones de años, como es el caso de Poli, quien durante su infancia pedía a su padre (también minero) que cada viernes le trajera de la mina donde trabajaba un fósil a casa. Probablemente fue así como comenzó a conformar su colección de fósiles. También la compañías han formado sus propias colecciones, muchas veces confiscando los fósiles encontrados por sus empleados, cuando no han ordenado su destrucción. Aparte del afán y el interés particular, la fortuna y el azar han jugado un papel importante en la creación de estas colecciones.

Hoy en día las escombreras aportan un gran entretenimiento a la gente y cada vez son más quienes las visitan en busca de fósiles. El encuentro con un elemento extraído del subsuelo y su puesta en circulación, como consecuencia inesperada de una actividad específica, constituyen un fenómeno a tener en cuenta. A la hora de atender a este tipo de experiencias, la etnografía sensorial puede jugar un papel importante.

Recordemos que las escombreras son trozos de montaña recompuesta, acumulaciones de materia estéril revueltas y devueltas a la tierra; volúmenes de montaña reconfigurados por operarios de maquinaria pesada que empujan toneladas de tierra en su día a día, construyendo un lugar al que ya nadie pertenece. Si pensamos las escombreras en términos temporales,



Figura 7: 290_17. Nader Koochaki.

nos encontramos ante acumulaciones de tiempo perturbado. La jerarquía original de la corteza terrestre se altera y damos con fragmentos de vida sin orientación ni ley alguna. Caminar sobre ellas es similar a lo que imaginamos con caminar sobre la superficie de otro planeta. Cuando lo hacemos experimentamos cierto silencio, lejanía y abertura. Las referencias cambian haciendo que otra escala sea necesaria. Caminar sobre materia estéril es caminar sobre una nueva topografía.

Balas de papel

La primera vez que visité el lavadero de La Robla (León) encontré un elemento que me llamó la atención. Sobre una de las cintas transportadoras, entre los montones de carbón deslizándose, divisé una manzana verde, diría que era una Granny Smith. En su cuerpo se apreciaba un mordisco que dejaba a la vista el tejido blanco de su carne, detalle que la hacía aún más llamativa. La miré de reojo y también la miró Martin Ferrán, que me acompañaba aquel día. No hicimos ningún comentario al respecto y proseguimos con la visita. Nos guiaba Siro, el encargado de las instalaciones; desconocemos si él también la vio.

Hanta, el protagonista de la demoledora novela de Bohumil Hrabal (Hrabal, 1990), cuenta cómo se ha pasado la vida prensando papel en su siniestro puesto de trabajo. El relato se parece tanto o más a las balas de papel prensado que en él se describen, convirtiéndose el mismo texto en un fardo, en un párrafo de arquitectura brutalista. Hanta ve pasar toneladas de papel impreso por delante de sus ojos y su puesto de trabajo se parece al aparato digestivo de la producción gráfica industrial de la época. Al no soportar manipular por igual la totalidad de la materia que cae a la pala de su prensa, y como manera de sobrevivir a su «soledad demasiado ruidosa», Hanta desarrolla su propio ejercicio espiritual. Casi como una gesta poética, de entre la acumulación de celulosa editada que espera a ser compactada, rescata las obras que considera valiosas. Después, por cada bala de papel que prepara, lanza una o varias obras abiertas a la prensa de manera que queden a la vista: *el Ecce Homo* de Nietzsche, *el Elogio de la locura* de Erasmo de Rotterdam, *La metafísica de las costumbres* de Immanuel Kant, cuadros de Pieter Brueghel, de Van Gogh, *La teoría general del cielo...* Con su gesto elabora una especie de justicia poética frente al paso del tiempo, a la deglución de la historia, a la violencia de un trabajo alienado...⁶

151

La manzana Granny Smith que vimos en la banda transportadora del lavadero de La Robla portaba algo de eso. El operario que la lanzó, indiferente al apetito, no tuvo ninguna razón para hacer lo que hizo, pero probablemente así lo hizo porque tampoco la necesitaba (me refiero a la razón, no a la manzana). Probablemente, la curiosidad por saber qué sería de aquella manzana fue saciada en el mismo instante en que la lanzó, por el mismo hecho de lanzarla, como un tipo de expurga a la inversa. Una manzana Granny Smith sobre una cinta que transporta carbón es un equívoco, un acontecimiento en términos maillardianos, ya que «un acontecimiento, / al contrario que una idea, / nunca puede ser definido» (Maillard, 2004).

Leer una escombrera

Entre los pueblos de Llombera y Santa Lucía de Gordón, discurre una carretera que contornea el lado sur de la explotación minera de la Corta Pastora. Partes de la carretera se asientan sobre zonas restauradas de la mina y su trazado ha ido cambiando dependiendo de los planes de la explotación. La última transformación que sufrió la carretera se llevó por delante parte de una escombrera ya restaurada. Lo mismo hicieron de ella las últimas instalaciones construidas para extraer carbón y gestionar la maquinaria activa de la explotación. La restauración de este lugar la llevó a cabo Salvador Robles (La Iruela, 1957 - Santa Lucía de Gordón, 2009), un operario de origen andaluz conocido por sus virtudes en el manejo del buldócer.

Salvador emigró desde Córdoba a León en los años 80, época en la que la mina de Santa Lucía se comenzaba a abrir al cielo. En aquel momento, el norte de la península carecía de mano de obra cualificada y, como consecuencia de ello, tanto Salvador como otros maquinistas

6. *Car* de Harry Crews y *Una soledad demasiado ruidosa* de Bohumil Hrabal guardan cierto parecido. Tanto el desguace de coches que se describe en la novela de Crews como la prensa de papel de Hrabal son lugares donde la devastación se amontona. La diferencia estriba en la respuesta que sus personajes dan a la situación en la que viven. El protagonista de *Car*, al contrario que Hanta, no encuentra una solución metafísica para convivir con la devastación y Crews opta por resolver la paradoja construyendo dos personajes: Mister (quien espera que llegue el momento de machacar un Cadillac) y Herman (quien decide comerse un Ford Maverick). Sin quitar peso a su novela, la destrucción creativa no sucede en la obra de Crews.



Figura 8: Primeras máquinas en propiedad familia Robles IV (1975). Familia Robles.

fueron muy valorados por las aptitudes que habían desarrollado trabajando en los latifundios de Andalucía. La relación entre Salvador y el buldócer comenzó en los años 70, momento en el que empezó a trabajar junto a su hermano en la preparación de terrazas y siembras de pino y eucalipto en Andalucía, fruto de las políticas impulsadas por el IRYDA⁷. Desde los 14 años hasta el día de su muerte Salvador trabajó en el interior de un buldócer.

Las minas a cielo abierto son conocidas por la alteración que provocan en el entorno. Las cantidades de materia estéril que deben movilizar son descomunales, por lo que una gran parte de la dirección de la mina está dedicada a gestionar el desecho que produce su actividad. Parte de esta actividad consiste en la restauración del entorno afectado. Si consideramos la restauración como una devolución del entorno al estado previo a la actividad, nos encontramos ante una tarea imposible. Es por ello que la creatividad es innata a esta labor y la imaginación y la manipulación matérica son el punto de partida de cualquier restaurador.

La restauración se da en base a la cantidad de metros cúbicos y hectáreas de materia estéril que debe ocupar un determinado lugar y la forma que esta debe cobrar. Con tal fin, los ingenieros proveen de mapas a los maquinistas y estos deben imitar las formas dibujadas por los cursores de los ingenieros con las palas de sus máquinas. En el proceso de traducción que va desde el vector a la roca, se abre un nuevo margen y tanto el plan como el plano de la obra se desdibujan. En ese margen se sitúa Salvador, quien, como Hanta o el minero anónimo que lanzó la manzana a la cinta transportadora, dio con una manera de devolver la violencia ejercida contra la vida en forma de una acción poética.

En una de las escombreras restauradas por Salvador se puede encontrar una serie de rocas de composición diversa. No constan en ningún plano previo o posterior a la restauración, pero su presencia es una evidencia en el lugar. Se trata del clinamen de Santa Lucía, o de la espontánea desviación de la trayectoria de unas rocas. A día de hoy, he identificado un total

⁷. Instituto Nacional de Reforma y Desarrollo Agrario.



Figura 9: *Rocas, capa I* (2018). Nader Koochaki y Martín Ferrán.

de 21 formaciones. Salvo alguna excepción, se tratan de agrupaciones de rocas de gran tamaño (tres metros de diámetro como media aproximada), que apoyadas entre sí, forman cavidades sinuosas. Dispersas en la superficie de la escombrera, juntas abarcan alrededor de un kilómetro cuadrado. Aunque cada formación guarda cierta particularidad y podrían ser estudiadas individualmente, su disposición invita a pensarlas en conjunto, constituyendo un nudo gordiano que quisiera comenzar a desentramar aquí.

La imposibilidad de preguntar directamente al propio autor de la obra por las razones de su construcción resulta ser una limitación provocativa. Es evidente que la magnitud geológica del lugar no pasa desapercibida. La disciplina geológica invita a pensar la materia en términos temporales. Las implicaciones de extraer el fruto de la acumulación de residuos orgánicos que millones de años atrás formaron los combustibles fósiles no son baladíes. Ni lo son para quienes los consumimos, ni tampoco para quienes los extraen. También la materia estéril porta consigo el paso y el peso del tiempo. Según Paco Robles, hermano de Salvador, quien también trabaja con un buldócer en la restauración de diversas minas, durante un día favorable un operario puede mover entre 8.000 y 9.000 metros cúbicos de tierra. Si pensamos la tierra en términos temporales, la confusión cronológica se expande y el resultado de esta dilatación genera formas inesperadas.

La distribución de las rocas de Salvador permite dibujar múltiples formas. El trazado que las describe sucede de diversas maneras, algo que acontece en cada visita. Cuando nos situamos en el lugar que ocupa un conjunto cualquiera, oteamos la presencia de más rocas. Al dirigirnos a ellas nos percatamos de la existencia de otras y es solamente desde el cambio de nuestra posición que podemos comenzar a construir la distribución compleja que las dispersa y conecta. Consecutivamente, nos movemos por el lugar, desde una roca a otra, perdiendo y ganando perspectiva al tiempo que nos desplazamos entre ellas. No hay otra perspectiva más que la aérea para poder ver la totalidad de las rocas a la vez.



Figura 9: *Rocas, capa II* (2018). Nader Koochaki y Martin Ferran

El trabajo de los astrónomos destaca no solamente por poder ver más allá de lo que nuestros ojos ven gracias al uso de la tecnología óptica, sino por su capacidad de entender las conexiones latentes entre los astros y las estrellas. En la escombrera de Salvador se da cierto juego astronómico. Caminar entre sus rocas nos recuerda al juego de unir puntos del que disfrutábamos cuando éramos niños. Antes de dibujarlo, imaginamos la imagen que podrían formar la serie de puntos dispersos en la página. Este lugar se asemeja a la proyección de un fragmento de la bóveda celeste, como si Salvador hubiera tratado de construir una constelación con el buldócer, un paralelismo estelar en la tierra. Digamos que trató de dibujar el cielo con su máquina.

Las escombreras son lugares inhóspitos, desoladores. La ecología, incluso la geología, está aún por inventarse en ellas y cierta extrañeza nos embriaga cuando caminamos sobre ellas. Al visitarlas presenciamos el fuerte empujón que la industria dio al tiempo, como un péndulo que golpeó la velocidad, alejando las ruedas del ciclo natural de la vida hacia un lugar incierto. El tiempo extinguido de estos lugares nos empuja a hacer derivas metafísicas. Habitar una escombrera debe agitar el espíritu de uno y, en este sentido, parece que las intervenciones de Salvador tratan de combatir la perturbación topográfica y temporal que padecieron estos lugares. Sus rocas nos invitan a descansar la mirada. Hacen las veces de asideros o balizas flotantes en un mar temporal translúcido y nos ayudan a aprehender el espacio abstracto que dibujan. Cada roca es una encrucijada desde la que poder partir y a la que poder llegar, y es en ese tránsito donde se genera un espacio habitable.

Las toneladas de tierra que movió Salvador desde su llegada a León son inconmensurables. Sin embargo, las rocas que dispuso nos permiten seguir el rastro de su trabajo, entendido este como la edición en curso de una nueva topografía. Pensamiento, acontecimiento y lenguaje se encadenan en un mismo lugar. Bohumil nos dice que Hanta «cargaba papel como si



Figura 10: 282_12. Nader Koochaki.

fuera tierra inerte» (Hrabal, 1990:121). No es un disparate pensar que Salvador «cargaba tierra inerte como si fuera papel impreso». Si la escombrera es un texto, las rocas se nos presentan como la puntuación que lo hacen legible. Son objetos lingüísticos en el sentido en el que Víctor Hugo describe bellamente en el excursó *Esto matará aquello* de *Nuestra Señora de París*:

«Los primeros monumentos fueron simples trozos de roca [...] La arquitectura comenzó como toda escritura; primero fue alfabeto. Se plantaba una piedra en el suelo y era una letra y cada letra era un jeroglífico y sobre cada jeroglífico descansaba un grupo de ideas [...] Más adelante se hicieron palabras y colocando una piedra sobre otra se fueron acoplando las sílabas y el verbo intentó algunas combinaciones. Palabras son el dolmen y el crómlech de los celtas y los túmulos etruscos y el galgal hebrero. Algunas de estas palabras, el túmulo básicamente, representan nombres propios, pero a veces, cuando se disponía de muchas piedras de una gran extensión de terreno, se escribía una frase completa y así tenemos el acumulamiento enorme en Carnac que sería ya toda una fórmula completa» (Hugo, 2012:210).

Salvador Robles creció en un entorno donde el trato con los animales era parte de la vida cotidiana. Hijo de un mayoral de reses bravas y encargado de los cuidados y el mantenimiento de un cortijo donde los olivares poblaban los terrenos circundantes, la estrecha relación con la naturaleza perfiló su carácter. Desde niño trabajó en las campañas de recogida de algodón y oliva, y su templanza se configuró en una relación estrecha con el medio natural. La cría y la caza de aves fue una actividad que cultivó durante toda su vida. Conocido por sus perdices, Salvador criaba unas 40 o 50 aves anualmente que servían como reclamo de caza y después vendía o intercambiaba en Andalucía. De camino a la mina, Salvador tuvo una pequeña finca donde mantuvo un gran número de animales: caballos, perros, gallinas, gatos, conejos, perdices... En este pequeño Arca de Noé, pudo conservar su afición por los animales, lo que probablemente fue una forma de mantener en equilibrio la balanza existencial que luchaba entre la agresión ejercida al entorno por la mina donde trabajaba y el cultivo de la vida en contacto con la naturaleza.

La falta de vegetación delata una escombrera. Cuando son pequeñas, se asemejan a lenguas que descansan sobre zonas de abundante vegetación. Cuando su tamaño es considerable, las identificamos como una orografía desertificada. A los sentidos de un cazador, una escombrera es un lugar lleno de ausencias de signo y esto es, según Joseba Zulaika, a lo primero a lo que debe acostumbrarse un cazador, ya que la mayor parte del tiempo de caza transcurre en una ausencia, en una espera de la presa (Zulaika, 1990:64). En un lugar donde la ausencia de signo extiende su manto, la espera deja de tener sentido y el cazador está obligado a completar el vacío perceptivo a partir de acciones y símbolos rituales (Zulaika, 1990:67). El trabajo de Salvador, quien, recordemos, también era cazador, consistía en pasar una infinidad de horas a solas, en un lugar remoto, en el interior de la cabina de su buldócer, desplazando materia estéril y peinándola después con la pala.

Se dice que un día Salvador encontró una zorra con sus cachorros en los alrededores de la escombrera y que quiso dotar al lugar de refugios para las aves y la alimañas. El primer día que visité este lugar, apreció a lo lejos la silueta de un cazador, con la escopeta al hombro, atravesando de lado a lado la escombrera. Posteriormente, he visitado esta escombrera varias veces. Como el pasaje de un libro que nos encandila y volvemos a leer una y otra vez, vuelvo a ella para tratar de desentrañarla. La última vez que la visité lo hice acompañado de Eneas Bernal. Nos sentamos varias veces sobre el terreno, junto a las rocas, y practicamos un ejercicio de atención. La escombrera de Salvador ofrece un gran panorama de la Corta Pastora. Desde ella la vista alcanza la totalidad de la explotación minera, semejante a un anfiteatro donde una suerte de gran ópera se da cada día. Los ojos no se aburren de mirar: como los dedos de quien lee una página escrita en braille, la mirada atiende a los detalles de las líneas de la roca desnuda, siguiendo los estratos contorsionados del subsuelo. La maquinaria también se ofrece al espectáculo. Los brazos de las excavadoras horadan el escenario sin cesar, mientras que los vientres de los dumpers se presentan ahora llenos, ahora vacíos, como en un juego de fort-da. Repentinamente, el amarillo JCB de la maquinaria se comienza a confundir con el color de las abejas que extraen el polen de la incipiente flora que comienza a cubrir la escombrera. Ya no son dinosaurios, como nos invitó a imaginar Smithson (1996), sino abejas sobre orquídeas que recuerdan los trazados de las mil mesetas.

Bibliografía

- Álvarez, P. V. (2018). La edición en arquitectura: cultura de la edición vs. cultura del libro. *SOBRE*, (4), 81-96.
- Ayala, F. J. y Rodríguez, J. M. (1986). *Manual para el diseño y construcción de escombreras y presas de residuos mineros*. Madrid, España: IGME.
- Arrieta, U. y Vázquez, V. (Eds.). (2018). *Geldi*. Bilbao, España: -zko.
- Arrieta, U. y Vázquez, V. (2016). Punto ciego. En N. Koochaki (Ed.). *Soineko Paisaia / Dorsal Landscape 2009-2015*. (pp. 3-7). Beasain, España: autoedición.
- Barandiaran, J. M. (1972). *Obras completas*. Tomo I. Bilbao, España: La Gran Enciclopedia Vasca.
- Borges, J. L. (1982). *Narraciones*. Barcelona, España: Ediciones Orbis y Editorial Origen.
- Crews, H. (1993). *Autoa*. Lasarte-Oria, España: Susa.
- De Laiglesia y Gonzáles de Peredo, J. F., Fuentes Cid, S., Rodríguez Caeiro, M. (2008). *Notas para una investigación artística*. Vigo: Universidad de Vigo.
- Derrida, J. (2006). *No escribo sin luz artificial*. Madrid, España: Cuatro Ediciones.
- García, E., Sánchez, I., Fernández, E. y López-Alcántara, A. (2010). Proyectos de recuperación de patrimonio paleontológico mueble en las cuencas mineras leonesas. En P. Florido e I. Rábano (Eds.). (2010). *Una visión multidisciplinar del patrimonio geológico y minero. Cuadernos del Museo Geominero*. (12), pp. 389-396.
- Hrabal, B. (1990). *Una soledad demasiado ruidosa*. Barcelona, España: Ediciones Destino.
- Hugo, V. (1985). *Nuestra señora de París*. Madrid, España: Ediciones Cátedra.
- IGME. (1972). Inventario Nacional de Balsas y Escombreras Mineras. Zona I Vizcaya. Madrid, España: Ministerio de Industria y Energía.
- IGME. (1983). Informe relativo a la documentación existente sobre escombreras abandonadas. Propuesta de su inventario y restauración del terreno afectado. Madrid, España: Ministerio de Industria y Energía.
- IGME. (1989). Inventario Nacional de Balsas y Escombreras. León (Tomos I-IX). Madrid, España: Ministerio de Industria y Energía.
- Koochaki, N. (2016) *Soineko Paisaia / Dorsal Landscape 2009-2015*. Beasain, España: autoedición.
- Koochaki, N. (2018). Petricor. En U. Arrieta y V. Vázquez (Ed.). *Geldi 2011-2017. Descensos de goitibeheras* (pp. 1-18). Bilbao, España: -zko.
- Maillard, C. (2004). *Matar a Platón*. Barcelona, España: Tusquets Editores.
- Nogueira, C. (2012). *Castillete. Retablo minero (El paisaje en desplazamiento)*. León, España: MUSAC.
- Rodríguez, R. y Gómez de las Heras, J. (2006). Los residuos de la industria extractiva en España. Distribución geográfica y problemática ambiental asociada. En R. Rodríguez y A. García Cortes (Eds.). (2006). *Los residuos minero-metalúrgicos en el medio ambiente*. Madrid, España: IGME.
- Serres, M. (1995). *Atlas*. Madrid, España: Ediciones Cátedra.
- Smithson, R. (1996). *Robert Smithson: The Collected Writings*. Berkeley: University of California Press.
- Zulaika, J. (1990). *Ehiztariaren erotika*. Donostia, España: Erein.

MUNTADAS: OLVIDO DE PEZ / EDICIONES ANFIBIAS

Oriol Fontdevila

doi:10.30827/sobre.v5i0.9567

MUNTADAS: PISCINE OBLIVIOUSNESS/AMPHIBIAN EDITIONS

158

ABSTRACT: The interview that Ronald Christ made to Muntadas in 1982 is taken as the starting point for the development of two hypotheses about the artist's work, concerning primarily his work in editing. First, a peculiar notion of the medium is discussed, which would go across the whole work of Muntadas. This idea stresses the two most fashionable approaches to media theory during the 1970s: the so-called Marshall McLuhan's *technophilia* and Raymond Williams' *technophobia*. On the other hand, the publications made by Muntadas during the 1970s are pointed out here as the true seed from where project-based and dialogical methods would have started to grow, becoming a common feature of all Muntadas' work from the decade of 1990 on.

KEYWORDS: Muntadas, editing, artist's book, media theory, Marshall McLuhan, Raymond Williams.

RESUMEN: La entrevista que Ronald Christ hizo a Muntadas el año 1982 sirve de punto de partida para el desarrollo de dos hipótesis en torno a la obra del artista, especialmente por lo que concierne al trabajo en edición. Primero, se arguye una peculiar noción de medio que cruzaría toda la obra de Muntadas, con el que se tensionan las dos aproximaciones a los medios que estuvieron en boga en la década de 1970: la llamada *tecnofilia* de Marshall McLuhan y la *tecnofobia* de Raymond Williams. Por otro lado se plantea el trabajo editorial que Muntadas desarrolló los años setenta como germen genuino de la metodología proyectual y dialógica que ha caracterizado todo el trabajo de Muntadas a partir de la década de los noventa.

PALABRAS CLAVE: Muntadas, ediciones, libro de artista, teoría de los medios, Marshall McLuhan, Raymond Williams



I.¹

«Imagina un pez de aguas profundas al fondo del océano. Está rodeado de agua, vive dentro del agua, respira el agua. Pero ahora, piensa cuál sería la última cosa que este pez sería capaz de descubrir. Yo creo que la última cosa de la cual el pez podría ser consciente es del agua» (The New York Times, 1920:3).

El llamado *olvido de pez*² ha sido uno de los problemas frecuentes de la fenomenología. Aristóteles ya dudó en su tratado *De anima*, en el 350 a.C., sobre la posibilidad de que los animales marítimos notaran la humedad en su roce con las superficies submarinas. Oliver Lodge, espiritista, físico y pionero en la emisión de ondas de radio, pronunció las anteriores palabras al Shubert Theater de Nueva York en el año 1920, para deducir seguidamente que todo el universo está lleno de éter –y sin la necesidad de presentar ninguna fórmula científica para demostrarlo–.

Marshall McLuhan popularizó el olvido de pez en la segunda mitad del XX, haciendo de la cuestión un puntal de su teoría de los medios de comunicación. En el que se ha considerado su *best-seller*, *The Medium Is the Massage* (1967), McLuhan planteó que «una cosa sobre la cual los peces no saben absolutamente nada es del agua», y esto es porque los peces «no disponen de un *anti-environment* a través del cual puedan percibir el elemento que habitan». El pensador resolvió de esta manera que, por sí mismos, «los medios son invisibles». Mientras que la posibilidad de ganar conciencia sólo puede ocurrir a condición de habitar un medio alternativo ni que sea por un instante (Durham Peters, 2015: 55).

Alexandre Cirici, uno de los máximos defensores del arte contemporáneo en Cataluña durante la segunda mitad del siglo XX, no tardó en hacerse eco de esta teoría cuando, en 1979, tituló uno de sus textos en *Serra d'Or* «L'environment invisible d'Antoni Muntadas» (Cirici, 1979).

II.

En una entrevista para la revista *Sites*, en el año 1982, Ronald Christ rompió el hielo de la conversación pidiendo a Muntadas sobre si se le había de dirigir como *Antonio* o bien hacerlo como *Antoni*. «Bueno, Antonio es en castellano pero Antoni en catalán» le respondió el artista, quien, no obstante, admitió que termina por emplear «solo Muntadas como una solución práctica» (Christ, 1982a).

Christ relacionó, a continuación, la dualidad Antonio/ Antoni con los enunciados dobles que en aquellos momentos solían encabezar los proyectos del artista, como son *Emisión/ Recepción* (1975), *Espacio/ Situación* (1975), *Acción/ Situación: Hoy* (1975-1976), *Personal/ Public* (1980) o *Watching the Press/ Reading Television* (1981). También, la primera entrega de *Media Sites/ Media Monuments*, el proyecto que en aquellos momentos el artista se encontraba realizando

do en Washington y que, por tratar a su entorno, se había encontrado con el escritor.

«Entonces, la dialéctica en tus títulos, es una resonancia de tu *background*?», le preguntó Christ. Muntadas respondió afirmativamente: «sí, esta división es un tanto esquizofrénica», y añadió al respecto de la dualidad catalán/ castellano: «pero, sabes, en el lenguaje de mi ciudad natal hay otra peculiaridad. En catalán puedes distinguir entre *mitjà*, que significa herramienta, y *medio*, que significa contexto, mientras que *medium* [en inglés, singular] o bien *media* [en inglés, plural] se refiere a ambos» (Christ, 1982a). Por lo que Muntadas extrajo, seguidamente, una máxima sobre su trabajo que se deduce de este rasgo lingüístico diferencial: «trabajo con el *mitjà* sobre el *medi*»³. Una declaración que, en efecto, pierde su sentido si se traduce tanto al inglés («I work with the media about the media») como al castellano («Trabajo con el medio sobre el medio»).

Estas declaraciones resultaron reveladoras para Christ, que, a finales del mismo año escribió en otro lugar sobre la posibilidad de recuperarse, con el trabajo de Muntadas, un sentido dialéctico para la comprensión de la relación entre el *medium* y el *media* que entonces se había prácticamente perdido en inglés. Es decir, tal y como él mismo apuntó, la dialéctica entre *mitjà* y *medi* se habría acostumbrado a expresar en inglés con la utilización del singular *medium* y el plural *media* –teniendo *medium*, como primera acepción, procedimiento para hacer algo, y *media*, entorno circundante⁴–. Ahora bien, debido al impacto devastador que habrían tenido los medios de comunicación del siglo XX sobre la lengua inglesa, *media* se ha tendido a emplear cada vez más como un sustantivo singular para aludir, de manera reductiva, a todo el espectro de los medios, los *mass media* –según la locución que también funciona como un anglicismo en catalán y en castellano–.

La acepción de *media* en tanto que conjunto de los medios de comunicación todavía es tenida por problemática hoy en día por el *The American Heritage Dictionary of the English Language*⁵. Mientras que, en la opinión de Christ, que en inglés haya caído prácticamente en el olvido la acepción de *media* para significar medio ambiente, habría dañado la dualidad *medium/ media*, en cuanto que aquello que «inter-media» se habría desvinculado de «lo plural, el ambiente, el medio, lo que diluye». Especialmente en cuanto a las artes visuales, Christ observa que la cuestión del «inter-*media*-r se vuelve estática», en cuanto que ya no incluye ninguna «referencia a origen o destino», a las partes entre las cuales el medio estaría mediando, su ambiente circundante. La famosa aseveración de Marshall McLuhan ha cuajado peligrosamente en los Estados Unidos, donde, según Christ, el *único mensaje* ya no son los medios sino que, definitivamente, lo son los *media* (Christ, 2002b).

¹ Este texto es la versión extensa de un texto homónimo publicado con motivo de la exposición *Muntadas. Ediciones II* en la Galería Joan Prats, Barcelona, abril de 2018. El texto fue un encargo de la Galería Joan Prats, que se hizo a sugerencia de Muntadas. Para su realización se ha contado con la complicidad del artista, así como con la colaboración de los miembros de la Asociación Archivo Muntadas en la documentación, Andrea Nacach y Pablo Santa Olalla. A todos ellos quiero mostrar de entrada mi agradecimiento.

² Así lo llama John Durham Peters (2005: 55).

³ «I work with mitjà about medi» [sic.], tal y como aparece en el original (Christ, 1982a).

⁴ Jochen Hörsich sostiene que «a medianos del siglo XIX cuando alguien hablaba de *media* normalmente era para referirse los elementos naturales como son el agua, la tierra, el fuego o el aire» (Durham Peters, 2015:2).

⁵ Tanto por la acepción de *media* en tanto que medio de comunicación como por las acepciones relacionadas con el medio ambiente, ver: «medium», en: *The American Heritage Dictionary of the English Language*. Boston: Houghton Mifflin, en línea: <https://ahdictionary.com/>

III.

Ahora bien, de lo que ni Ronald Christ ni Muntadas podían ser conscientes en aquel 1982 es que, en catalán, la diferenciación entre *medi* y *mitjà* proviene de un malentendido. Tanto *medi* como *mitjà* confluyen en una sola raíz latina, *medius*, mientras que fue Pompeu Fabra, lingüista e ingeniero, quien se considera el arquitecto del catalán moderno, que a principios del siglo XX relegó con su gramática el término *medi* a significar exclusivamente medio ambiente, mientras que calificó de castellanismo a la acepción de *medi* cuando se refiere al procedimiento que se emplea para llegar a un fin, para lo cual reservó en exclusiva el término *mitjà* (Fabra, 2010).

La división perdura hoy en día, cuando en lengua catalana se consideraría del todo incorrecto decir «*el medi és el missatge*», siendo la única versión aceptada «*el mitjà és el missatge*». Sin embargo, más entrados los años ochenta, Joan Coromines dio a conocer con sus estudios etimológicos que la separación estricta entre las acepciones de *medi* y *mitjà* está injustificada y que Fabra erró cuando en *medi* entrevió un castellanismo. Coromines aportó como prueba algunos escritos de Ramon Llull, en donde se encuentra una utilización indistinta de *medi* y de *mitjà* para significar tanto una cosa como la otra. Así como el lingüista tuvo que retroceder hasta las primeras manifestaciones del catalán escrito, para localizar en misales todavía más remotos un uso indistinto de los participios *mediare* y *medianus* (Coromines, 1985:663-676).

De esta manera, frente a la homogeneización que Christ atribuyó al contexto americano en relación con los *mass media*, no deja de ser curioso que se haya tratado de un malentendido relativo al establecimiento del catalán moderno lo que habría facilitado a Muntadas entender las derivaciones que ha tenido el antiguo *medius* como dos elementos que forman parte de una tensión dialéctica, cuando dice «trabaja con el *mitjà* sobre el *medi*».

Se tendrá que considerar, así, que, con Muntadas, se produce un curioso intercambio entre la depuración semántica que ha sufrido el término *media* en manos de los medios de comunicación de masas, y la separación radical que Fabra estableció en catalán entre *medi* y *mitjà*. Pues, del mismo modo que un angloparlante –tal y como le pasa a Christ– puede recuperar, con el catalán, una cierta conciencia en cuanto a la dialéctica entre *medi* y *mitjà* que subyace en la cuestión de los *media*; un catalanohablante va a necesitar –tal y como le pasa a Muntadas– del conocimiento de una lengua alternativa como es el castellano o el inglés para percatarse de que dos términos que en su habla cotidiana remiten a significados diversos –herramienta y entorno– pertenecen a una misma genealogía.

IV.

Ya sea por su catalán nativo, o bien por haberse filtrado éste a través del inglés de su adoptiva Nueva York, Muntadas ha comprendido desde mediados de los años setenta la relación entre *medi* y *mitjà* como una relación dialéctica y no como una equivalencia.

Tal y cómo se lamentaba Ronald Christ, ni la aportación del formalismo moderno ni de la teoría de los medios de Marshall McLuhan habría ayudado al respeto. Raymond Williams también lo había expresado un poco antes desde la Universidad de Oxford, cuando sostuvo que con estas corrientes de pensamiento se habría tendido a producir una «reificación» de la noción de medio. Según el padre de la sociología de la cultura, el determinismo tecnológico de McLuhan habría llevado a entender «el medio como metafísicamente el amo», haciéndosele capaz de determinar por entero el entramado de relaciones sociales en que éste se inscribe (Williams, 2009:210-219)⁶. Los análisis de McLuhan son los que han hecho que la pluralidad de los entornos sociales (*medis*) se viera fagocitada definitivamente a favor de la acción del medio tecnológico (*mitjans*). Por el que, tal y cómo pasa con Christ, en la consideración de Williams los *media* también han resultado ser el único mensaje.

A pesar de que se reconoce Muntadas como un pionero del *media art*, la aproximación a los medios que realiza este artista es más afín al enfoque sociologista del galés Williams que no a la tecnofilia que se generó en los Estados Unidos con McLuhan. Por el que, el término que el artista acuñó en el año 1976 para referirse a su objeto de investigación, el *media landscape* probablemente no se deba traducir, en catalán, como *paisatge dels mitjans*, sino que se tendrá que hacer por, literalmente, *paisatge dels medis*, que significa: el paisaje de las relaciones sociales que se naturaliza al amparo de la acción de los medios de comunicación de masas⁷. En lugar de un paisaje formado por los dispositivos tecnológicos por sí mismos, se tratará, con Muntadas, de escudriñar en los sistemas de relación por donde fluyen los medios de comunicación y que contribuyen a establecer con su acción. El trabajo de Muntadas se refiere al paisaje que resulta de la mediatización⁸.

De esta manera, mientras que en castellano e inglés queda disipado el matiz sobre si Muntadas se refiere con *media landscape* a un paisaje compuesto por máquinas o bien al paisaje que resulta a efecto de la mediatización, con la traducción al catalán es que se pueden precisar mejor las intenciones del artista⁹. Si bien, no por esta razón, una formulación como *paisatge dels medis* debió sonar bien a un crítico como Cirici a finales de los setenta, cuando ya se ha visto que prefirió aproximarse al concepto sustituyendo el término inglés *media* por otro anglicismo, con su texto «*L'entornament invisible d'Antoni Muntadas*» (Cirici, 1979).¹⁰

⁶ También ha sido útil la interpretación de Williams que ofrece W.J.T. Mitchell (2006: 201-221).

⁷ De una manera similar también lo expone Armand Mattelart en su ensayo «Muntadas o cómo han evolucionado nuestros sueños de otra sociedad» (1998), cuando contrasta la aproximación de Muntadas a los medios con la que hicieron los Situacionistas: «Un modo de comunicación, más que constituir una suma de técnicas y de mensajes, (...) era ante todo un modelo de organización y de gestión de relaciones sociales» (Mattelart, 2002:263).

⁸ Algo similar parece sugerir también Rodrigo Alonso en «Esto no es un aviso publicitario. Un ensayo sobre la obra de Muntadas en video e Internet» (Alonso, 2002:159 –183).

⁹ Eugeni Bonet ha propuesto *media* entornos como traducción al castellano de *media landscape* en su «Background/Foreground. Un trayecto por la obra de Muntadas», su aportación a la celebrada exposición Híbridos, en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (Bonet, 2002a:19).

¹⁰ La cursiva es mía.

V.

Cuando Muntadas declara «trabajo con el *mitjà* sobre el *medi*» se constata que, en efecto, el artista identifica el *medi* como su objeto de estudio, el medio ambiente –el *media landscape*–. Mientras que, en contraste, se constata que el artista habría abrazado el concepto *media art* como una cuestión de *arte de los medios*, en tanto que *mitjà* –y no como lo que vendría ser un arte de los ambientes–. En Muntadas, el paisaje es *medial*, es el ambiente que resulta de la mediatización. Mientras que el arte actúa allí en tanto que agente de actividad, como un *medio* con una agenda alternativa.

Ronald Christ lo vio claro cuando aportó un motivo por el que Muntadas habría dejado la pintura en el año 1971: «¿Qué causó este cambio radical? Pues, una vez más, *medi* y *mitjà*» (Christ, 2002: 194). En efecto, cuando el artista procedió a sustituir un medio que se identifica con la tradición del arte como es la pintura y se decantó, en cambio, por el uso del vídeo, se hace patente una voluntad de mimesis hacia los medios con que se mediatiza el paisaje social.

En una conversación reciente, Muntadas lo explicaba de la siguiente manera: «En los trabajos en que utilizo el vídeo normalmente trato sobre la televisión, así como cuando he utilizado la fotografía ha sido para tratar sobre la publicidad»¹¹. Es decir, la inclinación del artista hacia la fotografía o el vídeo se ha debido al acceso que estos medios le permiten a unos determinados entornos, en concreto, a los paisajes sociales que se generan al amparo de la televisión y la publicidad.

Así mismo, una vez que Muntadas se encuentra en el corazón de un paisaje medial específico, busca completar su capacidad de infiltración con la perpetración de «un ataque desde el interior, una contaminación interna» (Machado, 2002). Según se explica el mismo artista, su estrategia ha consistido en pluralizar los usos de los medios: «la cuestión es que los medios no tienen una sola manera de ser utilizados. La flexibilidad y el carácter plural de un medio es algo que me parece bueno». Muntadas habría buscado subvertir, así, las reglas que permanecen establecidas al regazo de los medios y explorar, alternativamente, sus posibilidades diferenciales: «yo estoy por un nuevo uso y representación de los medios, pintar con fotografías, filmar con vídeo, etc.»¹².

En cambio, entre las actitudes que Muntadas ha manifestado al respecto de los medios, se rehuye explícitamente el esencialismo: «detesto la idea de llamar a los artistas *video artistas* o *net artistas* [...]. La gente que está en estos guetos protege un espacio y piensa 'nosotros tenemos el verdadero vocabulario de un medio'». A la vez, tampoco se encuentra en Muntadas el deseo de acabar con los medios ni con la mediatización, tal y como se ha manifestado recurrentemente desde posiciones más idealistas. Este artista habría procurado sostener, en sus propias palabras, «una posición realista», la cual «no es utópica ni catastrófica» (Bosma, 2002:464), así como tampoco es meramente negativa ni afirmativa.

VI.

Según Christ, el interés genuino de Muntadas se encuentra, justamente, en la activación de una relación dialéctica con los medios. Esta dialéctica es a la que el teórico se refirió a principios de los años ochenta con el término *remediación*: «Dirigiendo su investigación hacia el significado y los modos de los medios de comunicación modernos (*the meaning and the means of the modern media*), Muntadas discrimina entre los medios (*mediums*) a través de los que él trabaja y los diferentes medios (*media*) que constituyen su materia de estudio, sin nunca olvidarse de sus audiencias, en relación a las cuales él se establece como un mediador. Entonces es exactamente cuando su trabajo es *remediador (remedial)*» (Christ, 1982a:1).

El concepto *remediación* ha tenido una cierta relevancia en la teoría de los medios y en contextos anglosajones desde el último cambio de siglo. Dos profesores del Georgia Institute of Technology, Jay David Bolter y Richard Grusin popularizaron el término con su *Remediation. Understanding New Media* (2000), cuando adoptaron el concepto *remediación* para tratar sobre las luchas que se dan entre los medios de comunicación a la hora de mediatizar la realidad. Los medios, según estos dos pensadores, nunca funcionan en solitario, sino que los unos afectan a los otros, se apropian continuamente de las técnicas de otros, pudiéndolas remodelar y presentar nuevamente como singulares. La *remediación* se explica, así, como una necesaria «mediación de la mediación», en cuanto que «cada acto de mediación depende siempre de otros actos de mediación» (Bolter, Grusin, 2000:55).

Un ejemplo clásico de este fenómeno es la *remediación* que el medio fotográfico propinó al medio pictórico en pleno siglo XIX, cuando el primero se posicionó como un acceso más fidedigno a la realidad. Así mismo, Bolter y Grusin consideran una *remediación* paradigmática la manera en que el mundo computacional ha integrado en una sola máquina y una única interfaz diferentes medios *anteriores* como son el texto, el sonido o la imagen en movimiento.

En todo caso, es importante observar que Boris y Grusin deducen que esta pugna entre los medios no tiende hacia un momento final de síntesis. Siendo heredera del Idealismo germánico de principios del siglo XIX, la teoría de los *new media* habría tendido a identificar horizontes donde la dialéctica que se establece entre el medio y la realidad se desvanece a favor de figurarse nuevos medios con los que se consigue tener un acceso directo, fidedigno y persistente a cualquier instancia de lo real. Sin embargo, Bolter y Grusin reconocen que esta es, precisamente, la promesa que cada nuevo medio efectúa en el momento de su aparición –un acceso más directo, fidedigno y persistente a lo real–, por lo que estos profesores acaban por identificar esta misma promesa de *inmediación* como la fantasía que mantiene a los medios en movimiento.

Boris y Grusin, a su vez, admiten que adoptaron el concepto *remediación* de Paul Levinson, quien lo había acuñado en su *The Soft Edge* (1997) para referirse también a la pugna que se establece entre los medios, si bien en un sentido que siempre es progresivo. «Nosotros, en cambio», arguyeron los profesores del Georgia Institute of Technology «defen-

¹¹ Frase extraída de conversación personal con Muntadas en agosto de 2017.

¹² Declaraciones de Muntadas recogidas en su conversación con Josephine Bosma en 1999 (Bosma, 2002:463).

demos que la remediación funciona en ambas direcciones y que los antiguos medios también remedian a los nuevos» (Bolter, Grusin, 2000:59). En su opinión los antiguos medios pueden ejercer la misma influencia sobre los nuevos medios, tal y cómo es el caso de pintores como Luc Tuymans o Marlene Dumas, cuando vemos que se apropian de documentos fotográficos con sus composiciones pictóricas, o bien de Cory Arcangel cuando transfiere a la pintura los gradientes de color de Photoshop.

En todo caso, tanto a Boris y Grusin como a Levinson parece que se les escapa la aportación que el año 1982 Christ ya había hecho al concepto remediación a partir de la obra de Muntadas. Asimismo, también nos preguntamos si fue realmente Christ quién acuñó este concepto a expensas del artista catalán. Sin embargo, sea como fuere, con el análisis de Christ sobre la obra de Muntadas se hace una aportación que aún resulta inédita después del paso de los demás pensadores por este concepto: según Christ, Muntadas habría entendido, de manera genuina, la remediación no sólo como una pugna entre los antiguos y los nuevos medios, sino que, muy especialmente, como una pugna entre los *medis* y los *mitjans*.

VII.

«A medium reveals a medium –as medium» (Durham Peters, 2015:111), ha declarado más recientemente John Durham Peters. Una frase que se puede corresponder todavía con otra que Muntadas ha proferido en relación a la serie de proyectos que desarrolla desde 1996, *On Translation*: «Vivimos en un mundo traducido»¹³.

En efecto, la serie de Muntadas *On Translation* no se basa en la investigación del enunciado originario, de aquel enunciado que sería previo a la traducción, el cual todavía no se habría visto mediatizado ni corrompido por el fluido de la comunicación humana. Contrariamente, las operaciones que lleva a cabo Muntadas con este grupo de proyectos se conciben como «metáforas de metáforas» (Lebrero Stals, 2002:49). Si cualquier traducción implica un desplazamiento sobre lo que ha sido una traducción previa, Muntadas llama la atención con *On Translation* sobre la cuestión misma del desplazamiento, e incluso la intensifica. Por lo que, con su trabajo, el artista no veta ninguna traducción como falsaria, sino que con sus metáforas busca revelar aquello que hay de real en cada resonancia. Tal y como Javier Arnaldo ha expuesto al respeto: «Todos y cada uno de estos trabajos tratan el tema del eco, del reflejo, pero también es singularidad suya hacer que este eco devuelva el sonido a aquel que lo produce» (Arnaldo, 2002, 45).

Lo real no se encuentra cuando disminuimos los procesos de mediación o hacemos decrecer la traducción, sino que lo real emerge en la intersección de los diferentes ecos, forma parte de los mismos medios y se puede reconocer en sus intersticios. Este es justamente el principio de la remediación al respecto del cual parece que se puede hacer una aportación si atendemos, no sólo a la pugna que se establece entre los medios, sino a la cuestión del *mitjà* en

relación con el *medi*. Pues, tal y cómo veremos a continuación, la proposición de Durham Peters, «A medium reveals a medium –as medium», probablemente no encuentre una traducción al catalán más fidedigna que la misma hipótesis de Muntadas: Un *mitjà* es lo que revela un *medi* –en cuanto que *mitjà*.

Según Durham Peters la función principal de los medios [*mitjans*] no es meramente la comunicación, sino que es la de crear entornos [*medis*], «contenedores que permiten sostener nuestra existencia y que hacen que nuestras acciones sean posibles» (Durham Peters, 2002: 57).. De acuerdo con este profesor de *media studies* dar con la condición de *medi* se encuentra entre las funciones de un *mitjà*. Por lo que, con su análisis, se presentan de modo prácticamente indistinto una infraestructura de telecomunicaciones que una embarcación o bien un utensilio para manejar el fuego: «los medios son ensamblajes de elementos naturales y de destreza humana».

Durham Peters sostiene, así, que en la cuestión del *mitjà* converge un doble impulso: se encuentra allí, por un lado, un impulso hacia la creación de hábitos y de hábitat, lo que conlleva una naturalización de la existencia tal y como viene dada, y, por lo tanto, la causa del *olvido de pez* a que nos hemos referido inicialmente. En efecto, cuando un *mitjà* funciona correctamente, es cuando este tiene la habilidad para transformarse rápidamente en un *medi* y devenir, así, invisible. Sin embargo, por otro lado, un *mitjà* siempre se podrá reactivar según lo que Durham Peters se refiere como el «principio de palanca»: «todos los medios tienen el poder de hacer palanca sobre tal y cómo nos aparece dado el mundo» (Durham Peters, 2002: 3). En este sentido, el pensador expone que los medios no son pasivos cuando enarbolan el mundo como una infraestructura, sino que funcionan como «tramoyas de las ontologías» (Durham Peters, 2002: 30). Razón por la cual, aunque de la mediación surja el «olvido de pez», en la mediación siempre se mantendrá latente la posibilidad de actuar según lo que Durham Peters llama una «lógica anfibia».

«El concepto de medio es anfibio en varios sentidos. Se mueve de un lado a otro, entre el mar y la tierra» (Durham Peters, 2002: 111). Durham Peters pone el ejemplo de un barco: el barco no actúa únicamente en tanto que un medio, sino que, con su acción, «el barco también transforma el mar en un medio para nosotros [...]. Sin este artefacto, el mar se nos aparecería como el *Ding-an-sich* [la *cosa-en-sí* de Immanuel Kant], como algo que está más allá del horizonte del conocimiento humano» (Durham Peters, 2002: 111). De aquí que, en efecto, sea un *mitjà* lo que revela un *medi* en cuanto que *mitjà*: a través de la acción de los *mitjans*, los *medis* dejan de ser meramente entornos naturales, para transformarlos en unos entornos practicables según la acción humana –esto es, *mitjans*.

VIII.

El mismo 1982 de la entrevista con Ronald Christ, Muntadas declaró en otra conversación con Berta Sichel: «El artista de los *media* tiene dos caras. Una es la transición (que efectúa) desde los medios de expresión tradicionales a los

¹³ Declaración de Muntadas (Lebrero Stals, 2002:57).

instrumentos experimentales tales como son el vídeo, las instalaciones y las publicaciones. La otra es el núcleo de la obra en sí; es decir, los *mass media*. El artista de los 'media' trabaja con sistemas de comunicación que están en íntima relación con los sistemas sociales»¹⁴.

Muntadas ha sido siempre consciente de la lógica anfibia de los medios. Las dos caras de que hablaba a Sichel no son otras que la de *medi* y de *mitjà*. Es decir, tal y como se ha visto con Durham Peters, el medio comprende la tecnología pero también la naturaleza en un solo ensamblaje. De aquí que Muntadas pueda recurrir a utilizar el medio del vídeo para revelar el paisaje que se configura al amparo de la televisión, así como a la fotografía para revelar el paisaje que se configura a expensas de la publicidad -Un *mitjà* es lo que revela un *medi* -en cuanto que *mitjà*-.

Ahora bien, del comentario que recoge Sichel, también vamos a destacar otro aspecto. Se trata de los tres medios en concreto que, en aquel 1982, Muntadas mencionó en cuanto que representativos a la hora de describir su trabajo, a saber: «el vídeo, las instalaciones y las publicaciones» (Sichel, 2002:379).

El discurso crítico que ha acompañado al artista a lo largo de su carrera ha tendido a focalizar la atención en la obra que el artista ha realizado en vídeo y en sus instalaciones. A lo largo de los años 90 es cuando despertó, también, una fascinación por el trabajo que Muntadas ha desarrollado en el medio digital. Sin embargo, en contraste con todo esto, en cuanto al tercer medio que el artista mencionó en su conversación con Sichel, las publicaciones, los primeros textos que abordan de manera exhaustiva este aspecto de su obra no aparecen hasta principios de los años 2000; y, así mismo, los textos sobre las publicaciones siguen ocupando todavía hoy un espacio notablemente secundario entre la literatura ingente que se ha generado alrededor del artista¹⁵.

Aún así, es innegable que Muntadas ha contemplado desde un buen principio las publicaciones entre sus medios predilectos. De enero de 1972, apenas un año después de que el artista efectuara su transición de los medios tradicionales al *arte de los medios*, data el primer caso: *Actividades*: «una propuesta abierta a la publicación de 'documentos' (...) pensada para reunir una información sobre trabajos colectivos e individuales», según reza su página inicial.

Articulada por medio de un carpeta de anillas, se recoge en esta publicación-archivo una disparidad de material que procede de las acciones efímeras y proyectos que el artista realizó entre los años 1971 y 1972. Asimismo, el medio de la publicación debió resultar especialmente pertinente en relación con el tipo de trabajo que desarrollaba Muntadas por aquel entonces, cuando vemos que la iniciativa documental se extendió hasta alcanzar el 1976, momento en el que la

Galería Vandrés editó 300 ejemplares de un sobre con el epígrafe *Actividades II-III*, en el cual se recoge documentación de su obra siguiendo, de nuevo, una lógica bianual, 1973-1974 y 1975-1976. Se dio lugar, así, a un archivo en el que se contienen documentos visuales y textuales en torno a seis años de trabajos del artista, *Actividades I-II-III* (1971-1976)¹⁶.

Entre los documentos ahí compilados figuran declaraciones de intención -«Situación a 1 de abril de 1971: el cuadro como tal acaba con su finalidad»-; textos con la descripción sucinta y enumeraciones de las fases de trabajo que componen las llamadas *experiencias subsensoriales*; el registro visual de acciones -*Trabajo con el cuerpo* (octubre-noviembre, 1971), *The Last Ten Minutes* (marzo de 1976)-, bocetos de instalaciones -*Cámara subsensorial* (agosto de 1971), *Homenaje a Picasso* (octubre de 1971)-, proyectos fallidos -*Proyecto Colegio de Arquitectos* (noviembre de 1971), *Imposible Tapes* (febrero de 1975); actividades educativas -colaboración con el Guggenheim Children's Program (abril de 1973)-; una carta de renuncia a la participación en una exposición en la galería Tra 73 (mayo de 1973); o la reproducción de la página de periódico con la intervención que Muntadas realizó en la prensa el julio de 1973, *Anuncios por palabras* [Figura 1].

De los proyectos realizados a lo largo de estos años, también resulta significativo fijarnos en como quedó plasmado en publicaciones de distinto signo uno de los proyectos más emblemáticos de Muntadas, su proyecto de televisión comunitaria, pionera en todo el estado español, *Cadaqués Canal Local* (1974). Entre las publicaciones que se realizaron en su entorno, cuenta, por un lado, el poster que editó la misma galería que acogió el proyecto, la Galería Cadaqués, con el que se realiza una aproximación eminentemente visual a la iniciativa, por medio de la selección de veinte fotogramas que se refieren a distintos aspectos de la vida del pueblo [Figura 2].

Cuentan, también, las tres páginas que el *Diario de Barcelona* dedicó a cubrir la intervención, «Cadaqués Canal Local: Una experiencia piloto de comunicación», y que se publicaron en tres días correlativos a lo largo del mes de agosto de 1974. Esta iniciativa, si bien fue del periodista Josep María Martí Font, Muntadas no tardó en entenderla en estrecha connivencia con su trabajo, incluyéndose las tres páginas de periódico en su *Actividades I-II-III* e incluso habiéndoles dado el artista una distribución autónoma en tanto que registro de su actividad [Figuras 3 y 4].

Finalmente, en *Actividades I-II-III* se incluyó también un documento con el esbozo inicial del proyecto, que fecha de Julio de 1974, con el que se contemplan distintas posibilidades por lo que concierne a su desarrollo [Figura 5].

Del año 1978 data *On Subjectivity*, que consistió en el primer trabajo de Muntadas basado exclusivamente en el medio

¹⁴ Declaraciones de Muntadas recogidas en la entrevista con Berta Sichel, en 1982 (Sichel, 2002:37).

¹⁵ Los dos textos de referencia que actualmente existen sobre las publicaciones de Muntadas son el de V. Roma (2003) «Muntadas. Ediciones», y el de Anne Thurmman-Jajes (2004) «Transformaciones del espacio público o cuál es el estatus de las publicaciones de artista». Ambos textos aparecen compilados en Muntadas Con/Textos (Agría y Zappa, 2002:351-363 y 464-446).

¹⁶ No deja de haber en la coincidencia de los seis años un eco del *Six Years: The Dematerialization of the Art Object from 1966 to 1972*, de Lucy Lippard, aunque la primera edición del libro-archivo de la historiadora del arte tiene fecha de 1973, momento en el que una primera entrega de *Actividades* ya se había incluido publicado. *Actividades* fue un proyecto editorial que Muntadas realizó con la colaboración del historiador del arte Antoni Mercader, así como contó también con la colaboración de Margarit Bartels, Sylvie Poissenot y Joan Sagristà.

gráfico y pensado para distribuirse en el formato de una publicación. En esta ocasión el artista partió de las 50 imágenes que aparecieron en el anuario *The Best of Life*, de la revista *Life*, de las cuales hizo 5 copias de cada una de ellas y envió a un total de 250 profesionales de alrededor del mundo que tuvieran un trabajo relacionado con la producción de imagen (diseñadores, críticos de arte, artistas, fotógrafos...). El artista pidió a cada uno de ellos que le devolviera textos con las impresiones personales que la correspondiente imagen les suscitara, los cuales no podían tener una extensión más larga que de cinco líneas, a fin de utilizarse a modo de pie de la imagen [Figura 6]. El trabajo resultante consistió en la re-publicación de las 50 imágenes de *Life* acompañadas, en esta ocasión, de los comentarios que el artista había recibido de sus interlocutores [Figuras 7 y 8]¹⁷.

IX.

En cuanto al intercambio entre Muntadas y Ronald Christ, este se produjo en torno de un proyecto donde la cuestión de las ediciones también es relevante. La serie *Media Sites / Media Monuments*, realizada en Washington el año 1982 en su primera versión, se compone de fotomontajes donde se yuxtaponen, por una parte, imágenes de monumentos históricos que son visibles en espacios públicos de Washington, con, por otro lado, imágenes de momentos mediáticos que, a pesar de haber tenido una incidencia especial en la esfera pública, su presencia resulta prácticamente nula en el día a día de la ciudad [Figura 9].

Tal y como se recoge con la entrevista con Christ, cuando Muntadas recibió el encargo del *Washington Project for the Arts* para realizar un proyecto en Washington, el artista encontró que con *Media Sites / Media Monuments* daba lugar a «un proyecto que toma todo su sentido, pues para mí esta es una ciudad mediática, una ciudad de postal» (Christ, 1982a:6). De aquí que, como acompañamiento de la serie de fotomontajes, el artista también pensase en la realización de un trabajo editorial, que consistió en la publicación de las imágenes dobles que configuran la serie fotomontajes en el formato de tarjetas postales, las cuales se religaron en libritos de diez unidades que se podían repartir entre los grupos de turistas que visitaran la ciudad. De esta manera, la serie de fotomontajes se vio complementada con una publicación con la cual se buscaba intervenir el *media landscape* de manera directa y desde su interior.

Pero todavía hay más. El artista explica que cuando visitó por primera vez el *Washington Project for the Arts*, encontró por casualidad en la librería de esta organización la revista *Sites*, especializada en arquitectura y literatura. Parece que esta publicación le habría seducido hasta tal punto que, acto seguido, propuso al equipo editorial de *Sites* la realización de un número especial basado en su proyecto. *Sites. Special Issue, Muntadas: Media Sites/ Media Monuments* es la publicación que resultó de su propuesta, la cual se basa también en un juego de tarjetas postales, que se acompañan en este

caso de la misma entrevista que Muntadas pidió a Christ que le realizara y a la cual nos hemos referido en diferentes ocasiones con este texto.

Tal cual se tratara de un *mise en abîme*, Muntadas finaliza la entrevista con Christ con un relato sobre como el artista descubrió la revista *Sites* en la librería del *Washington Project for the Arts*, sobre cómo tuvo el pensamiento de realizar aquel mismo *Special Issue* y sobre cómo invitó a aquel crítico literario a realizarle una entrevista. Para acabar dirigiéndose Muntadas a Christ con un lacónico: «Y aquí estamos» (Christ, 1982a:7).

X.

Con la serie de proyectos *On Translation* tuvo lugar, a partir de 1995, la eclosión de ediciones en los formatos más diversos en la obra de Muntadas. Estas han permitido al artista poner en circulación diferentes proyectos bajo un mismo paraguas, secuenciándose la acción de diferentes publicaciones con diferentes medios y temporalidades. No es casual que, en relación con este boom, *On Translation* se reconozca como un momento de consolidación de la metodología proyectual de este artista a escala transnacional¹⁸.

Un grupo de publicaciones ampliamente reconocido es *Warning: Perception Requires Involvement*, que se basan en la emisión de la misma frase, que el artista distribuyó entre los años 1999 y 2005 entre diferentes ciudades de todo el mundo. Esta ha aparecido traducida a diferentes idiomas y ha sido editada sobre una amplia gama de soportes gráficos –entre los que se cuentan pegatinas, tarjetas postales, vallas publicitarias, etcétera–¹⁹. Otro caso de especial interés es *Meeting*, que remite a una imagen de una reunión del patronato del MACBA, Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona, que se distribuyó en diferentes soportes de manera intensiva durante el periodo en que duró la exposición *On Translation* en el mismo museo, como si se tratara de una campaña publicitaria.

En cuanto al trabajo por proyectos, el artista ha perfilado una noción compleja y considerablemente singular: por un lado, Muntadas ha abordado la cuestión del proyecto en cuanto que lógica serial que se basa en la repetición de procedimientos y estrategias. Por otra, Muntadas también ha definido el proyecto como una lógica de trabajo *in progress*, con la

¹⁸ Tal y como ha señalado Eugeni Bonet, la noción de proyecto es apropiada para calificar el conjunto de toda la actividad de Muntadas, si bien es algo que se habría visto «acentuado» a lo largo de la década de 1990 con «el desarrollo serial o como *work in progress*» (Bonet, 2002b:81) del conjunto de su obra. En cuanto a la serie *On Translation* esta estaría a medio camino de aparecer como un *proyecto de proyectos* o bien como «un proyecto a largo plazo más heterogéneo que otros anteriores», en palabras de Bonet (2002b:104). Mary Ane Staniszewski ha subrayado que probablemente se trate de uno de los proyectos de Muntadas más complejos por la «visión global de la cultura» que ahí se despliega: «Este proyecto transmediático, transnacional, específico del lugar, se expresa en muchas lenguas, en la red y en diferentes ciudades» (Staniszewski, 2002:23).

¹⁹ Muntadas pensó la frase *Warning: perception requires involvement* en inglés. Respecto a la traducción al castellano, el artista admite que nunca se ha sentido del todo cómodo con la traducción que se convino realizar, que después de darle muchas vueltas resultó como: *Atención: la percepción requiere participación*. Con ésta, el concepto «participación» añade una connotación positiva e incluso voluntaria a la acción de percibir que no se encuentra en el verbo en inglés original, *involvement*. Texto de conversación personal con Muntadas realizada en enero de 2019.



Figura 2: Póster en torno al proyecto de Muntadas, Cadaqués Canal Local, diseñado por Darío Grossi y producido por la Galería Cadaqués, 1974



Figuras 3 y 4: Segunda y tercera entrega del Diario de Barcelona relativas al proyecto Cadaqués Canal Local, por Josep Maria Martí Font, agosto de 1974.

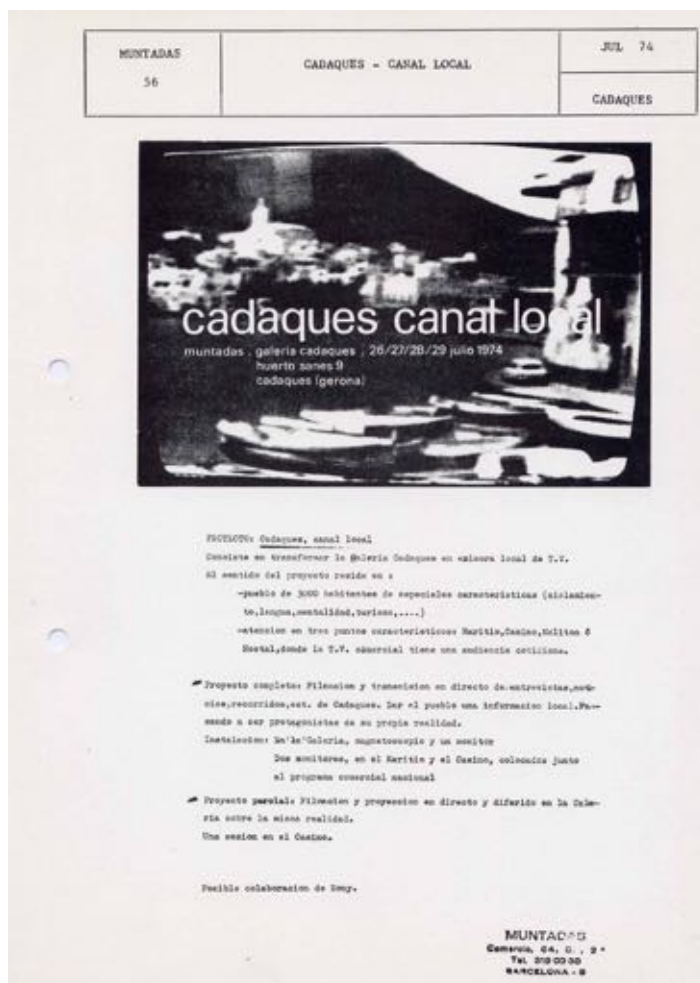


Figura 5: Ficha número 56 de *Actividades I, II, III*, en donde se recoge una aproximación preliminar de Muntadas a *Cadaqués Canal Local*.

Figura 6: Modelo genérico de carta que Muntadas envió a sus invitados para colaborar en *On Subjectivity* (1978), tal y como aparece reproducido al principio de la publicación. Este esquema narrativo fue habitual con las publicaciones del conceptualismo. Prácticamente diez años antes Seth Siegelaub (1969) había procedido de un modo similar con su publicación *March, 1969*, con la publicación de la carta con que pide colaboración a un conjunto de artistas al principio del correspondiente libro.





2387-1733 / E-ISSN 2444-3484



Figura 9: Uno de los plafones fotográficos que compone la serie *Media Sites / Media Monuments*, Washington, 1982. Con este se contraponen una imagen del edificio de oficinas Watergate con una imagen de archivo de las cintas magnetofónicas que desencadenaron el escándalo judicial y mediático que, diez años antes, había llevado Richard Nixon a su dimisión como presidente de los Estados Unidos.

cual el artista busca adaptarse a las situaciones con que se encuentra y que, por lo tanto, da lugar a resultados que cambian según los contextos. De esta manera, mientras que el trabajo por proyectos le ha permitido al artista rehuir un tipo de práctica intuitiva e inmediata, esto le ha facilitado a la vez vertebrar entornos de trabajo que son flexibles, que quedan abiertos a la impredecibilidad y que se muestran adecuados a las características de los contextos donde se interviene.

Entre las estrategias que le aseguran a Muntadas esta forma de proceder, planificada y, a la vez, porosa, figura la articulación de equipos de trabajo en las diferentes localidades donde emplaza su trabajo. Estos están formados por agentes que generalmente son autóctonos y que proceden de los diferentes ámbitos de conocimiento que el artista pone en juego. De esta manera, si Muntadas ha consolidado en las últimas décadas una dimensión de trabajo de alcance transnacional y que se desarrolla por medio del despliegue de procesos que se desarrollan en paralelo en diferentes localizaciones, el artista acaba por atender también en contra de la posibilidad que sus intervenciones se estandaricen en un conjunto cerrado de fórmulas. Con la invitación de agentes autóctonos, el artista incentiva la activación de una serie de filtros que también le obligan a traducirse él mismo acorde con las especificidades de cada medio donde interviene. De aquí, que, por ejemplo, el conjunto de metáforas sobre la traducción cultural que Muntadas ha generado con la serie *On Translation* se hayan visto, a su vez, traducidas por los interlocutores y colaboradores que el artista reúne en cada una de las localidades en que este proyecto se ha desarrollado.

Un caso que resulta de especial interés a la hora de comprender este proceso de trabajo, sucedió con la traducción de su *Warning: perception requires involvement* al coreano, para la exposición *On Translation: Warning* que el Artsonje Center Print de Seúl acogió en el año 2007. El equipo de colaboradores que en aquella ocasión Muntadas reunió para la implementación local del proyecto le proporcionó hasta ocho traducciones posibles de su frase al coreano. Debido a su absoluto desconocimiento del coreano, el artista se vio impedido en esta ocasión para escoger una sola de las versiones que resultaron de tal proceso. Por lo que, esta circunstancia derivada de una idiosincrasia local, desbordó las premisas iniciales del proyecto. La frase que el artista había estado replicando por todo el mundo procedió a desplegarse, así, como una tabla de traducción en todo el material que se generó a expensas de la exposición en Seúl [Figura 10].

Otro frente con que Muntadas se asegura una cierta impredecibilidad es en cuanto a la dialéctica que se establece entre la noción de proyecto y la de medio: «Cuando empiezo un proyecto nunca pienso el medio», ha declarado el artista en diferentes ocasiones²⁰. Más que un estilo o un medio, la lógica del trabajo por proyectos encuentra su motivación en una cuestión de discurso. Mientras que, una vez se cataliza éste con la puesta en circulación unos primeros medios —ya se trate de vídeos, plataformas digitales, publicaciones, etcétera—, Muntadas se va a dejar guiar también por las

²⁰ Muntadas en conversación con Anna Pahissa en Barcelona, junio de 2015.



Figura 10: Rotulación de la frase *Warning: perception requires involvement* según las ocho traducciones al coreano, en el marco de la exposición *On Translation: Warning*. Artsonje Center Print. Seúl, 2007.

situaciones imprevistas que se generan con la respectiva circularidad y en sus intersecciones²¹.

Se puede decir que, por lo tanto, la inmaterialidad del discurso y la planificación estratégica que sirve de punto de partida al proyecto, en el caso de Muntadas ésta se ve *remediada* por las particularidades de cada *mitjà* con que se interviene, así como la idiosincrasia de los diferentes *medis* que el artista escoge para poner en circulación sus trabajos.

XI.

Nuestra hipótesis es que las publicaciones han tenido un papel fundamental a la hora de afianzar esta metodología que afecta al global de la obra de Muntadas. Incluso, pensamos que, si bien en el trabajo de Muntadas la metodología proyectual no se reconoce como tal hasta bien entrada la década de 1990, esta se encuentra anticipada con algunas publicaciones que el artista ya había realizado en la década de 1970²².

—

²¹ En dos declaraciones de Muntadas del año 1982 se subraya la importancia del discurso crítico en interrelación con la cuestión de los espacios entremedias y los medios: «No pienso en un solo trabajo, sino que en el discurso entre los trabajos», declaración en una entrevista con Mark Mendel y que recoge Eugeni Bonet (2002c:53-54); «Hay una conexión muy estrecha entre el momento de la concepción del proyecto y la elección del medio» (Christ, 1982a:5).

²² A pesar de que se considera que la noción de proyecto cruza en más o menos medida toda la obra de Muntadas, los primeros textos que se refieren son de la década de 1990. Un texto especialmente relevante es el de Simón Marchán Fiz (2002:244-259) «Una mirada nómada al paisaje de los medios».

Con *Cadaqués Canal Local* (1974) se ha visto cómo un trabajo que fue concebido en el soporte videográfico, seguidamente empezó a desdoblarse y a multiplicar los frentes de intervención por medio de las publicaciones. La multiplicación ingente de ediciones tal y como se daría un par de décadas después con los proyectos de *On Translation*, se da con *Cadaqués Canal Local* de un modo considerable tímido, si bien puede trazarse cierta línea de continuidad entre ambas ocasiones.

Merece la pena fijarse en como, mientras que el trabajo videográfico de *Cadaqués Canal Local* se comporta de una manera genérica en relación con sus audiencias y contextos, con las respectivas publicaciones Muntadas empezó a actuar según una lógica más especializada: el artista hizo convivir, en este caso, como mínimo dos tipos de relato considerablemente dispares, como es el póster que se distribuyó localmente y a pie de galería [Figura 2] y las instrucciones para la realización del proyecto que se compilaron posteriormente en *Actividades I-II-III* [Figura 5], orientadas a una audiencia más especializada. Asimismo el artista no tardó en aceptar también las páginas que se publicaron en el *Diario de Barcelona* como auxiliares de su propio relato, las cuales le permitieron entonces experimentar con una circulación territorial amplia e incluso ajena al sector del arte [Figuras 4 y 5].

XII.

El año 1996 Robert Atkins destacó en un texto para la exposición *Des/Aparicions*, en el Centre d'Art Santa Mònica (Barcelona), el ánimo dialógico que se encuentra en la base

de las publicaciones del artista: «La costumbre de Muntadas de invitar a varios escritores a discutir los diferentes aspectos de su obra y crear una amplia gama de comentarios sobre ella, es una respuesta lógica a la hagiografía y al oscurantismo que normalmente caracterizan el catálogo de museo» (Atkins, 2002:233).

A la luz de este comentario, la invitación que Muntadas hizo a Ronald Christ para la realización de la entrevista en *Sites* no se debe entender como un hecho aislado, ni siquiera accidental en relación con la estrategia de Muntadas. Más bien al contrario, la invitación que este hace a teóricos para que traten al entorno de su trabajo en sus publicaciones se descubre como un hecho recurrente, casi como una tentativa más del artista para incidir en la recepción y en la dimensión interpretativa de su obra.

Con este ánimo Muntadas ha generado una parte importante de las publicaciones. Por lo que, además de medios por intervenir *media landscapes* diversos, las publicaciones se habrán de entender como instrumentos pensados, a la vez, para *remediar* sus propios proyectos en relación con contextos culturales especializados y a partir de las interpretaciones que efectúan los interlocutores que el artista ahí convoca.

En este sentido, las publicaciones de Muntadas de la década de 1970 resultan, no sólo un precedente de su metodología proyectual, sino que, en algunas de éstas se anticipa también la metodología dialógica que artista desarrollará posteriormente de un modo intensivo con la configuración de equipos de colaboradores autónomos y la articulación de procesos de traducción en diferentes direccionalidades.

En efecto, esta manera de hacer se ve por primera vez desplegada con la red extensa de relaciones que Muntadas articuló a propósito de las imágenes de la revista *Life*, con la publicación *On Subjectivity* el año 1978 [Figuras 6, 7 y 8]. Posteriormente, también han sido destacables casos que no tienen que ver exclusivamente con publicaciones: por un lado, el escenario dialógico que se produjo con *Between the Frames* (1983-1994), una amplia colección de entrevistas en formato videográfico que el artista realizó a lo largo de los años ochenta, con la cual se dirigió a una selección de agentes representativos del mundo del arte con el ánimo de realizar una crónica de este sector y mercado. A su vez, el modo de instalación de esta colección de videos se ha acostumbrado a dejar en manos de los responsables institucionales y de los comisarios que acogen el proyecto en el seno de sus exposiciones, con el fin de que lo alteren libremente según sea cual sea su interpretación de la obra.

Por otro lado, un segundo caso especialmente interesante de tomarse en consideración fue la exposición retrospectiva de *On Translation* que tuvo lugar el año 2002 en el MACBA. En aquella ocasión, Muntadas retó al museo y a su equipo comisarial a realizar «no una recreación», así como tampoco «una documentación» de sus proyectos anteriores, sino que «una reinterpretación», con la cual traer a las últimas consecuencias la misma idea de traducción (Staniszewsky, 2002:25). Según ha manifestado José Lebrero Stals, comisario de la exposición, la invitación de Muntadas hizo «obligada una reformulación de trabajar y, por lo tanto, de producir y de intermediar», de tal manera que la traducción

de de *On Translation* puso en evidencia los modos de trabajo que permanecen naturalizados en los museos en cuanto que medio²³.

Se suele considerar que «las preocupaciones de *On Translation* son muy anteriores al año de inicio de la serie» (Marí, 2005:48). En cuanto a la metodología proyectual y al despliegue de redes de colaboración, podemos convenir que, asimismo, su germen se encuentra igualmente décadas atrás. En concreto, y antes de que cualquier otro medio, las publicaciones y el material editado es lo que le ha permitido a Muntadas experimentar con una considerable precocidad los modos de hacer dialógicos y proyectuales que han acabado por caracterizar su trabajo.

XIII.

El interés que con el cambio de siglo se ha manifestado al entorno de las publicaciones de Muntadas puede tener que ver con el crecimiento exponencial que, en paralelo, el material impreso ha tenido en su trabajo. Sin embargo, el hecho que durante décadas la teoría y la historiografía del arte se hayan prácticamente olvidado del trabajo editorial del artista, pensamos que tiene que ver con la heterogeneidad y, sobre todo, la heterodoxia con que Muntadas ha abordado las publicaciones.

Si, tal y como hemos sostenido con Durham Peters, un medio es aquello que permite saltar de un medio a otro, nuestra hipótesis es que las ediciones son el medio que le ha proporcionado a Muntadas una mayor disponibilidad para el contorsionismo y por el despliegue de su trabajo según una *lógica anfibia*. En el decurso de su trayectoria, las publicaciones han facilitado al artista circular por entre una elevada cantidad de entornos. Pero no solo esto: a diferencia del trabajo realizado con otros medios, en las publicaciones es donde los proyectos se han acostumbrado a desdoblarse en una multiplicidad de líneas de actuación que han permitido a Muntadas referirse a las especificidades de diferentes *medis* con más precisión; ya se traten, estos, de entornos urbanos, de *media landscapes* o bien de sectores especializados de la producción cultural. Con las publicaciones, la intervención de Muntadas se hace diáfana y su actuación resulta más estratégica que en cualquier otro medio.

Esto se ve claro en un caso primigenio como es el *Media Sites/ Media Monuments* de 1982. La edición de la serie de fotomontajes en torno a los monumentos y los media de Washington en el formato de un libretto de postales, permitió a Muntadas plantear el proyecto como una intervención contextual en el *media landscape* de Washington. A la vez que, el descubrimiento de la revista *Sites*, le hizo pensar al artista en la posibilidad de que su proyecto también tuviera impacto en el ámbito de la teoría literaria y el ámbito profesional de la arquitectura. El proyecto quedó, así, desdoblado, según dos líneas editoriales que lo pusieron en relación con

—

²³ Lebrero Stals, comisario de *On Translation: The Museum* es quien ha descrito la invitación que le hizo Muntadas en términos de reto: «Muntadas planteó un reto al MACBA. Su propuesta era renunciar a presentar únicamente un grupo de obras y dedicarse a hacer otro tipo de trabajo: estudiarlas primero, pero no exponer las obras, sino los resultados de la interpretación» (Lebrero Stals, 2002:53-70).

dos medios diferenciados; como son, en este caso, el de los turistas que visitan Washington y el de los profesionales que se encargan de proyectar la ciudad-.

Sin embargo, no se habrían identificado fácilmente como artísticas sendas publicaciones. Lucy Lippard, una teórica de referencia para la generación que Muntadas, especialmente influyente en cuanto a las publicaciones de artistas afines a la práctica conceptualista, definió los libros de artista de una manera considerablemente restrictiva, cuando estableció que estos no pueden contener ningún prefacio ni comentario que no forme parte de su misma naturaleza en cuanto que obra de arte (Ault, 2006).

Los libros en cuanto que medio de la obra de arte fue un campo de experimentación frecuente por parte de los artistas conceptuales. Aunque, en efecto, una cierta convención quedó establecida a la hora de diferenciar los catálogos –donde la obra del artista aparece interpretada por agentes externos– y los libros de artista –donde se espera encontrar la obra del artista por sí misma–²⁴. De esta manera, habiendo hecho fortuna la visión restrictiva de los libros de artista tal y como lo expone Lippard, sólo la mitad de las ediciones de *Media Sites/ Media Monumentos* se habría podido identificar fácilmente como parte de la estrategia del artista: únicamente el librito de 10 postales preparado para intervenir en el medio urbano es el que parecería estar de acuerdo con el precepto de Lippard. Mientras que, en contraste, la edición del número especial de *Sites*, en donde la serie de las postales se complementa con la entrevista de Christ, aunque esto se descubra como una parte indudable de la estrategia de Muntadas, excede claramente la convención de libro de artista según quedó establecida con el conceptualismo.

Con las publicaciones, Muntadas no sólo ha procedido a intervenir los *media landscapes*, sino que el artista les ha atribuido una función importante a la hora de interceder en la recepción de su obra dentro del medio artístico. Tal y como reconoció primeramente Atkins en 1996, esto ha traído al artista a solicitar una cantidad ingente de textos y de entrevistas para publicar en las ediciones donde ha aparecido su obra. A pesar de que, bien paradójicamente, desde la teoría del arte, las publicaciones donde esto sucede no se han sabido –o no se han querido– percibir como parte del mismo proyecto artístico²⁵.

En las publicaciones es donde se ha desplegado principalmente el potencial anfibio de Muntadas. En las publicaciones es donde se encuentran los ejercicios más osados de del artista para saltar de un medio al otro, así como, incluso, intervenir los códigos de su medio de partida. De esta manera, si una parte importante de la estrategia de Muntadas se ha tendido a descuidar desde la teoría del arte, vamos a convenir que este fenómeno obedece irremediabilmente a un cierto *olvido de pez* que, a su vez, es inherente al medio artístico.

²⁴ De aquí que, tal y como se ve con la Figura 6, haya sido frecuente proceder a compilarse el material documental generado con el mismo proyecto a fin de proveer un contexto interpretativo con el marco de las publicaciones, en vez de contarse con narraciones hechas desde una presunta exterioridad.

²⁵ En este caso, una cierta línea de continuidad tal vez se puede trazar entre los escritos con que Joseph Kosuth animaba, a finales de los años sesenta, a los artistas devenir sus propios críticos de arte, y el trabajo de Muntadas en tanto que editor de la recepción crítica de su propia obra (Kosuth, 1991:39).

XIV.

La primera vez que Muntadas me habló de la exposición *Ediciones II* en la Galería Joan Prats, se refirió a ella como una «exposición de deltas»²⁶. Le pedí profundizar sobre esta cuestión: « mis proyectos son uno, son unitarios. Pero estos se diversifican en cantidades ingentes de postales, quizás hasta 100.000 postales, también pueden incluir 17 placas metálicas que se distribuyan por la ciudad a modo de señalización, y un website. O sea que el proyecto finalmente aparece como la suma de tres conjuntos de restos; esto es, de *deltas*»²⁷.

Para Muntadas, los deltas vienen a ser los resultados de acumulaciones sedimentarias –las 100.000 postales, las 17 placas metálicas, el website–, las cuales se generan alrededor de unos proyectos que, en correspondencia con la metáfora del delta, también tendrán que tomar los atributos de una formación acuifera, probablemente un río. Hemos hablado anteriormente de las soluciones que ha buscado Muntadas para no quedar atrapado en un repertorio cerrado de fórmulas, así como también de su inquietud para desvelar los olvidos de pez de los medios que interviene. En todo caso, no es anodino que el artista identifique sus publicaciones con deltas. Entre las formaciones del paisaje, los deltas son las más anfibias, en cuanto que se mantienen a caballo de dos medios diferenciados, entre el medio acuático y el terrestre.

A lo largo de su carrera, las ediciones son los medios que han permitido a Muntadas conseguir una circulación más porosa y plural, con la capacidad para multiplicarse e intervenir en una mayor diversificación de entornos y de temporalidades. A la vez que las publicaciones son lo que ha permitido al artista mantener en tensión el mismo paisaje que se dibuja con sus proyectos. Situándose estos a medio camino del medio artístico y de tantos otros medios que conforman el cuerpo social, las ediciones son las herramientas que han permitido mantener el paisaje de Muntadas como un paisaje anfibio de contornos impredecibles, sin un perímetro claro que, a fin de cuentas, se pueda naturalizar en tanto que un *media landscape* determinado.

Ronald Christ anticipó esto mismo ya en el 1982: en Muntadas se encuentra «una dialéctica de la percepción que promueve una inquietante ausencia de síntesis» (Christ, 2002:195). Dentro de la maquinaria de Muntadas, las publicaciones juegan un papel clave en cuanto que desdoblan los proyectos y desafían la posibilidad de que estos culminen con algún tipo de síntesis, en un producto único y final. Por medio de las publicaciones es como Muntadas consigue mantener vivo el diálogo en tanto que dialéctica con el entorno, en un proceso incesante que implica la multiplicación de los *mitjans* a la vez que la desnaturalización de los *medis* que se ponen en juego.

²⁶ Este texto se escribió inicialmente como presentación del catálogo de la exposición *Ediciones II*, a la Galería Joan Prats, del cual se acabó por publicar una versión reducida (ver nota n.1).

²⁷ Conversación personal con Muntadas. Barcelona, agosto de 2017.

Bibliografía

- Alonso, R. (2002). «Esto no es un aviso publicitario. Un ensayo sobre la obra de Muntadas en video e Internet». En Alonso, R. (comp.) *Muntadas Con/Textos*. Buenos Aires: Ediciones Simurg. pp. 159 – 183.
- Agria, R. y Zappa, G. (comp.) (2002). *Muntadas Con/Textos*. Buenos Aires: Nueva Librería.
- Arnaldo, J. (2002). «Traduzca esta página». En Dávila, M. y Roma, V. (eds.). *Muntadas On Translation* (Catálogo). Barcelona: Actar y MACBA.
- Atkins, R. (2002). «Meditación sobre el arte y la vida en el 'paisaje de los media'». En Alonso, R. (comp.). *Muntadas Con/Textos*. Buenos Aires: Ediciones Simurg.
- Ault, J. (2006). «Interview with Lucy R. Lippard on *Printed Matter*». *Printed Matter Tables*, Diciembre. Accesible en: <https://www.printedmatter.org/catalog/tables/41>.
- Bolter, J. D. y Grusin, R. (2000). *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Bonet, E. (2002a). «Background/Foreground. Un trayecto por la obra de Muntadas». En Alonso, R. (comp.) *Muntadas Con/Textos*. Buenos Aires: Ediciones Simurg. pp. 13-49.
- Bonet, E. (2002b). «Muntadas: seguimiento del proyecto (v2.0)». En Alonso, R. (comp.) *Muntadas Con/Textos*. Buenos Aires: Ediciones Simurg.
- Bonet, E. (2002c). «Muntadas: Segundo Intento, 1992». En Alonso, R. (comp.) *Muntadas Con/Textos*. Buenos Aires: Ediciones Simurg. pp. 53-54.
- Bosma, J. (2002). «Muntadas: A De-Caffeinated Experience (of Net-Art) [1999]». En Alonso, R. (comp.). *Muntadas Con/Textos*. Buenos Aires: Ediciones Simurg. pp. 463-464.
- Christ, R. (1982a). «Interview». Sites, Special Issue, *Muntadas: Media Sites/Media Monuments*. n. 7.
- Christ, R. (1982b). «Media and the Means: Muntadas». *Arscanada*. vol. 39, n. 1.
- Christ, R. (2002). «Los media y los medios: Muntadas». En Alonso, R. (comp.). *Muntadas Con/Textos*. Buenos Aires: Ediciones Simurg.
- Cirici, A. (1979). «L' 'environnement invisible d' Antoni Muntadas», *Serra d' Or*. n. 241. Octubre: 657-659.
- Coromines, J. (1985). *Diccionari etimològic y complementari de la llengua catalana*. Vol. V. Barcelona: Curial Edicions Catalanas i Caixa de Pensions "la Caixa".
- Durham Peters, J. (2005). *The Marvelous Clouds. Toward a Philosophy of Elemental Media*. Chicago/London: The University of Chicago Press.
- Fabra, P. (2010). «Converses filològiques. n. 772. 30, XI [1926]». En Mir, J. y Solà, J. (dirs.). *Pompeu Fabra. Obres completes*. Vol. 7. Barcelona: Institut d' Estudis Catalans. pp. 754-755.
- Kosuth, J. (1991). «Introductory Note to Art-Language by the American Editor». En *Art After Philosophy and After. Collected Writings 1966-1990*. Cambridge, Massachusetts/ Londres: The MIT Press.
- Lebrero Stals, J. (2002). «Del Museu als museus». En Dávila, M. y Roma, V. (eds.). *Muntadas On Translation* (catálogo). Barcelona: Actar y MACBA.
- Levinson, P. (1997). *The Soft Edge*. Londres: Routledge.
- Machado, A. (2002). «Muntadas: entre el arte y los media». En Alonso, R. (comp.). *Muntadas Con/Textos*. Buenos Aires: Ediciones Simurg. pp. 111-118.
- Mattelart, A. (2002). «Muntadas o cómo han evolucionado nuestros sueños de otra sociedad [1998]». En Alonso, R. (comp.) *Muntadas Con/Textos*. Buenos Aires: Ediciones Simurg. pp. 261-267.
- Marchán Fiz, S. (2002). «Una mirada nómada al paisaje de los medios». En Alonso, R. (comp.). *Muntadas Con/Textos*. Buenos Aires: Ediciones Simurg. pp. 244-259.
- Marí, B. (2005). «Traducciones, transacciones, traslaciones». En Nacach, A. y Bonaventura, F. (eds.). *Muntadas. On Translation: Y Giardini. Pabellón de España de la 51ª Bienal de Venecia*. Madrid: Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.
- McLuhan, M. (1967). *The Medium Is the Massage*. Nueva York: Bantam.
- Mitchell, W. J. T. (2006) *What Do Pictures Want? The Live Sand Loves of Images*. Chicago/Londres: The University of Chicago Press.
- Roma, V. (2003). «Muntadas. Ediciones». En *Ediciones* (catálogo). Barcelona: Galería Joan Prats.
- Sichel, B. (2002). «Muntadas: Las imágenes desde el paisaje mediático [1982]». En Alonso, R. (comp.). *Muntadas Con/Textos*. Buenos Aires: Ediciones Simurg.
- Staniszewsky, M. A. (2002). «Una interpretación/traducción de los proyectos de Muntadas». En Dávila, M. y Roma, V. (eds.). *Muntadas On Translation* (catálogo). Barcelona: Actar y MACBA.
- The New York Times (1920, 9 de febrero). «Lodge Pays Tribute to Einstein Theory». *The New York Times*.
- Thurmann-Jajes, A. (2004). «Transformaciones del espacio público o cuál es el estatus de las publicaciones de artista». En *Spaces of Memory* (catálogo). Bremen: Die Bremer Stadtmusikanten.
- VVA. (s.f.). *The American Heritage Dictionary of the English Language*. Boston: Houghton Mifflin. Accesible en: <https://ahdictionary.com/>
- Williams, R. (2009). *Marxismo y cultura*. Buenos Aires: Las Cuarenta.

Cristina Arribas Sánchez

Arquitecta por la Escola Tècnica Superior d'Arquitectura de Barcelona, 2001. Arquitecta urbanista desde 2006 en el Departamento de Planeamiento Urbanístico del Ayuntamiento de Badalona.

Doctorado en curso en Teoría e Historia de la Arquitectura. Departamento de Composición Arquitectónica de la ETSAB, UPC. Tesis doctoral en curso: METAPOSTALES: La imagen moderna de la España de los años 60 a través de las postales turísticas.

Miembro de Comisión DOCOMOMO IBÉRICO y redactora de la ampliación del inventario de edificios del Movimiento Moderno para el período 1965-1975. Col·legi d'Arquitectes de Catalunya, 2016. Miembro de la Comisión de Patrimonio histórico artístico y arquitectónico del Ayuntamiento de Badalona. Redactora desde 2001 en la revista del Colegio de Arquitectos Técnicos, L'Informatiu de reportajes de arquitectura, urbanismo, cultura, opinión y crítica de la arquitectura.

Manel Armengol

Manel Armengol (1949) es uno de los grandes de la fotografía. Empezó haciendo foto-periodismo y se dio a conocer a nivel internacional por el reportaje de la manifestación de las libertades de 1976 en Barcelona. Fue corresponsal en Estados Unidos y enviado especial a México, Birmania, Perú, Argelia y en China de los años 70. Un grave accidente a principios de los 80 lo apartó de la actividad periodística, pero lo acercó a la fotografía onírica, introspectiva y sobre todo a la Naturaleza realizando los siguientes trabajos: *El jardí dels guerrers* (1987), *Voices of water*, *Memories of Winds* (2001), *Herbarium* (2007) y *Terrae* (2009).

Sus trabajos han sido expuestos en galerías y museos de Barcelona, Madrid, París, Tel Aviv, Bremen, Rotterdam, Tokio, Lisboa, Caracas, y figuran en diversas colecciones públicas como el Arxiu Fotogràfic de Barcelona, MACBA, MNAC, MNCARS, Fundación BES, Fundación Colectania, Fundación Vilcasas, CRDI, y en colecciones privadas.

David Bestué

David Bestué (Barcelona, 1980) estudió en la Facultad de Bellas Artes de la Universitat de Barcelona. Entre sus exposiciones individuales se encuentran «La España moderna» (García Galería, Madrid, 2015), «Realismo» (La Capella, Barcelona, 2015) y «ROSI AMOR» (Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Madrid, 2017-2018). Es autor de los libros *Enric Miralles a izquierda y derecha* (también sin gafas) (Tenov, Barcelona, 2010), *Formalismo puro: un repaso a la arquitectura moderna y contemporánea de España* (Tenov, Barcelona, 2011), *Historia de la fuerza* (Caniche, Madrid, 2017), *Viaplana y Piñón o la imposibilidad de una arquitectura* (Puente Editores. Colección Pasarela, 2018).

Oriol Fontdevila

Oriol Fontdevila (Manresa, 1978) es comisario, escritor e investigador, especializado en prácticas artísticas y educación, establecido en Barcelona. Director artístico de Sala d'Art Jove de la Generalitat de Catalunya. Ha comisariado proyectos en Arts Santa Mònica, Fundació Antoni Tàpies, Fundación Joan Miró, Museu Joan Abelló. Ha realizado proyectos de investigación y educación en A*DESK, HISK, Higher Institute for Fine Arts y Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. Escribe regularmente en catálogos y publicaciones como *Apollo Magazine*, *Concreta*, *CuMMA Papers*, entre otras. Ha recibido el Premio a la Innovación Cultural del CCCB 2015, así como el Premio Ciudad de Barcelona a las Artes Visuales 2011.

Alberto E. García-Moreno

Arquitecto por la Universidad de Granada y doctor por la Universidad de Málaga. Profesor Ayudante Doctor de la Universidad de Málaga desde 2016. Ha dirigido y participa en diversos proyectos de investigación, entre los que destaca RecoBA, premio en la XIII Bienal Española de Arquitectura y Urbanismo (2016). Ha recibido otros premios de investigación como Premio Málaga de Investigación (2015), Premio de Investigación en cine en español (2015) o Finalista en la XIII Bienal de Arquitectura y Urbanismo categoría de divulgación (2016), con una investigación sobre Arquitectura y Cine. Ha sido investigador invitado en las universidades de Sevilla, Coimbra, Viena o Florencia. Actualmente dirige los proyectos de investigación «Málaga filmada: metodología para un nuevo concepto de patrimonio» y «Gestión cooperativa en la revitalización de barriadas y en la oferta de servicios de habitabilidad. Formulación y aplicabilidad».

Nader Koochaki

Nader Koochaki(1983, Donostia-San Sebastián) es licenciado en sociología por la Universidad del País Vasco, y desde el 2008 desarrolla su trabajo en el ámbito artístico, en el cual destacan las obras realizadas en el campo del vídeo, de la fotografía y del sonido. Es miembro de la cooperativa de artistas Tractora Koop. E. y co-fundador de la editorial -zko. Ha colaborado con diversos artistas como por ejemplo Ibon Aranberri, Usue Arrieta y Vicente Vázquez, Ingrid Buchwald, Carme Nogueira y Kimia Kamvari entre otros.

Manolo Laguillo

Catedrático de fotografía en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Barcelona. Su obra, que está presente en el IVAM, el MACBA y el MNCARS, entre otras instituciones, se ha expuesto en 2007 en el MACBA de Barcelona y en 2013 en el Museo ICO de Madrid. En 2020 La Virreina Centre de la Imatge le dedicará una amplia exposición individual.

Gloria López-Cleries

Artista e investigadora independiente. Ha sido personal Investigador en Formación con Contrato Predoctoral del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (FPU) en el Doctorado en Investigación en Humanidades, Artes y Educación por la Universidad de Castilla la Mancha (2016-2018). Licenciada en Bellas Artes por la Universidad Politécnica de Valencia y la Escuela Superior Nacional de París. Máster en Historia del Arte Contemporáneo y Cultura Visual por el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, la Universidad Autónoma de Madrid y la Universidad Complutense de Madrid. Actualmente cursa un Máster Internacional de Investigación Artística en Valand Academy, Universidad de Gotemburgo (Suecia).

M^a José Márquez-Ballesteros

Arquitecta por la Universidad de Granada y doctora por la Universidad de Málaga. Miembro del Instituto de Investigación Hábitat Turismo y Territorio. Ha desarrollado numerosas investigaciones en revitalización y regeneración de barrios, energía y movilidad sostenible. Ha recibido varios premios de investigación, tales como la XIII Bienal de Arquitectura y Urbanismo, Premio Málaga de Investigación, Finalista Premio a la Mejor Tesis Doctoral sobre Ciudad, Arquitectura y Ciencias de la Construcción, 2014, y Finalista en la XIII Bienal de Arquitectura y Urbanismo categoría de divulgación, año 2016, con una investigación sobre Arquitectura y Cine. Ha sido investigadora principal con una beca competitiva posdoctoral cofinanciada por el Campus AndalucíaTech en Endesa del grupo ENEL, para desarrollar su trabajo en la división general de sostenibilidad.

Víctor Murillo Ligorred

Licenciado en Bellas Artes por la Universidad de Salamanca. CAP Universidad de Zaragoza. Doctor en Filosofía por la Universidad de Zaragoza con la Tesis: Filosofías de la imagen: fotografía y pintura en la obra de Gerhard Richter. Nota. Sobresaliente Cum Laude. Estancia de investigación nacional en el departamento de educación de la Facultad de educación, Universidad de Cantabria. 1 mes. Profesor Asociado del área de Didáctica de la Expresión Plástica, Dept. Musical, Plástica y Corporal, Facultad Educación, Universidad de Zaragoza. Artista plástico. Líneas de investigación. Estética, Teoría del arte y praxis artística contemporánea.

Antonio Miguel Peña Méndez

Licenciado en Historia del Arte y Doctor en Bellas Artes. Profesor Titular de la Universidad de Granada en el Departamento de Pintura de la Facultad de Bellas Artes. Realizó su tesis doctoral sobre la «Evolución de la influencia de Extremo Oriente en la Pintura Occidental». Imparte varias asignaturas, entre ellas la de *Análisis de los Lenguajes Artísticos Actuales*. Está interesado en la interdisciplinariedad en las prácticas artísticas y la concomitancia entre ellas. Es director del Grupo de Investigación «Tradición y modernidad en la cultura artística contemporánea (HUM736)» y dirige la revista *Papeles de Cultura Contemporánea*. Ha participado en diversos encuentros y congresos. Entre sus últimas publicaciones: «¿Por qué el cómic no era arte? Algunas reflexiones sobre arte y cómic en el ámbito universitario» (2017) y «¿Quién le dibujó bigotes a la Mona Lisa? En torno a la figura de Marcel Duchamp y el humor gráfico» (2018), «¿Se puede exponer un Cómic? Sobre las dificultades para colgar un tebeo en la pared» (2018) y «El cómic negro en España» (2019).

Pedro Osakar

Catedrático Pintura Facultad de Bellas Artes, Universidad de Granada. Licenciado en Bellas Artes en la Universidad del País Vasco en 1988. Doctor en Bellas Artes en la Universidad de Granada en 1993. Como profesional del arte ha realizado periódicamente exposiciones individuales y colectivas simultaneando el trabajo profesional en el arte con el de la docencia y la investigación en el ámbito universitario. En una estrecha relación con su obra personal publica los libros: *El objeto artístico: Reflexión y método* (1994) y *La arquitectura del viaje* (1995).

Joan Rabascall

Nacido en Barcelona en 1935, Joan Rabascall se gradúa en la Escuela Superior de Artes Decorativas Massana (1957), para ampliar sus estudios en la Escuela Nacional de Bellas Artes de París (1962-1963) y desde entonces expone en ciudades europeas (destacando su participación en las bienales de París y Venecia) así como en los Estados Unidos, Brasil, Japón o Corea del Sur. Ha ganado premios como el Premi Ciutat de Barcelona d'Arts Visuals en 2009 y de entre sus exposiciones internacionales destacamos *Spain is Different* en la Galería G (1976) y *Barcelona-Paris-New York* (El camino de doce artistas catalanes, 1960-1980) en el Palau Robert (1985) -ambas en Barcelona-, *Cara a la Historia*, en el Centre Georges Pompidou de París (1996) o *Las cien sonrisas de Mona Lisa*, en el Museo Metropolitano de Tokio (2000).

Oihane Sánchez Duro

Oihane Sánchez Duro (Bizkaia, 1991). Vive y trabaja en Bilbao www.oihanesanchezduro.com

Artista e investigadora en la UPV/EHU, adscrita al Departamento de Arte y Tecnología de la facultad de Bellas Artes. Actualmente disfruta la Beca Predoctoral de Gobierno Vasco para el desarrollo de su tesis doctoral.

En 2015 obtiene una beca por la facultad de Bellas Artes de la UPV/EHU para cursar una residencia artística en el Center For Basque Studies de la Universidad de Nevada, Reno (EEUU) y la Beca de Creación para las Artes Plásticas y Visuales de la Diputación Foral de Bizkaia. Ha participado en congresos nacionales e internacionales, así como en eventos y exposiciones tanto colectivas como individuales y en proyectos de investigación como *MEKARTEAK*, meta-cartografías del arte en el País Vasco (UPV/EHU) y es integrante del grupo de investigación *AKMEKA* (UPV/EHU). También ha colaborado en distintos medios de comunicación locales (a destacar, en el programa de radio *Fanzine* de Hiri Gorrián de Euskadi Irratia).

Erik van der Weijde

El trabajo de Erik van der Weijde se centra en las imágenes de la cotidianidad: la casa en que vivimos, la farola que ilumina la calle, nuestros hábitos turísticos, los retratos familiares y otros diversos temas populares. A través de su fotografía está trazando un camino entre la historia, la cultura, la educación, los clichés y los hábitos cotidianos. Sus imágenes se convierten en un símbolo de los temas que retratan, mostrándonos el peso y, a veces, la gravedad olvidada de su existencia.

Su trabajo fotográfico está acompañado por diversas publicaciones, tanto en formato libro como en revistas, en su mayoría autoeditados o en colaboración con nuevos editores. En ellos se materializa la idea de la repetición y la constancia en sus series fotográficas, presentándose en ellas de manera completa.

SER OBJETO

David Bestué

En una ocasión realicé una fotografía en la que intenté desdibujar la relación entre un cuerpo y una caja. Como escultor, siempre me ha interesado el límite entre el sujeto y el objeto. El problema del cuerpo es el tiempo, esa desconexión que lleva a lo animado a perder su orden y forma, con una muerte física, literal, que acecha a lo vivo desde fuera y desde dentro.



Quizás uno de los ejemplos más literales entre lo animado y lo inanimado sea un fósil, por su naturaleza medio animal medio mineral. Esa tensión también la encontramos en el propio esqueleto. Los huesos tienen algo de primera escultura, de estructura interna que acaba saliendo a la superficie. La transformación de una cabeza en un cráneo, con el paso del tiempo, debería resultar del todo aterradora para los antiguos. Quizás por eso las imágenes de lesiones de futbolistas son tan desgarradoras, porque muestran algo que debería permanecer oculto.





En muchas culturas los esqueletos «enemigos» se reutilizaban para hacer objetos como tazas o flautas. El cuerpo se transformaba en trofeo. Lo mismo sucedía con fragmentos de animales cazados.



Se intentaba conservar el cuerpo ya inerte mediante un proceso de secado o momificación, como si el material guardara algún residuo de lo vivo. En la antigua cultura Paracas del actual Perú, los huesos de los antepasados se envolvían en varias capas de tejidos hasta formar un fardo que se colocaba en las estancias domésticas, conviviendo con los vivos. La cultura Chinchorro realizaba una versión de esta costumbre aunque en este caso mezclaban los huesos con barro y ramas y modelaban un retrato de la persona fallecida (algo de esta intención pervive en la práctica de la taxidermia).



En la película *A Bucket of Blood* (1959), dirigida por Roger Corman, se lleva al límite esta tensión entre lo vivo y lo representado: en ella el protagonista busca realizar esculturas lo más realistas posibles, lo que le lleva a asesinar y recubrir de arcilla a una serie de personas y animales.



Las «esculturas» de esta película se asemejan a una serie de moldes realizados a partir del siglo XIX en Pompeya. El arqueólogo Giuseppe Fiorelli detectó que al descomponerse, los cuerpos de los habitantes de la población que no habían conseguido huir formaban un hueco bajo las capas de ceniza solidificada. Al verter yeso sobre estos huecos se positivaba su contorno.



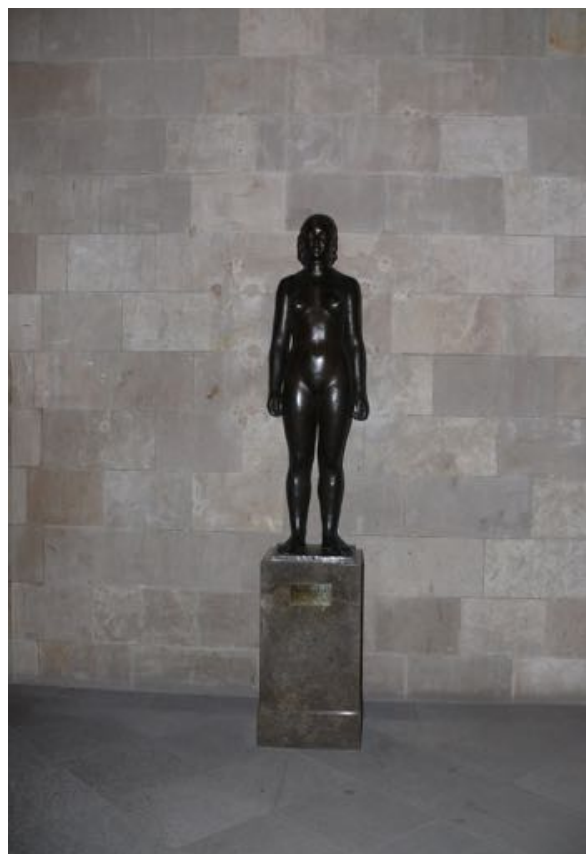
Las posiciones crispadas que revelan estos moldes contrastan con las posturas gráciles de las esculturas clásicas halladas en este mismo lugar y que se encuentran en el museo arqueológico de Nápoles. Muchas de estas posturas fueron replicadas por mimos como Étienne Decroux, quien en sus inicios actuaba con la cara tapada bajo una máscara para centrar la expresión en el cuerpo, pintado de blanco.



También iba pintado de blanco el torero Tancredo López cuando a finales del siglo XIX comenzó a realizar un espectáculo que consistía en situarse sobre un pedestal en medio de una plaza de toros simulando ser una estatua para que el toro no lo embistiera.



Paralizar el cuerpo, dejarlo en una postura durante un tiempo indefinido, ha sido una estrategia utilizada por las esculturas humanas en la calle o por los culturistas, que en las exhibiciones públicas exhiben su cuerpo estáticamente, imitando igualmente posturas clásicas. Los culturistas modelan su propio cuerpo, como si fueran escultores de sí mismos (de hecho suelen cubrir su piel con un aceite «bronceador» para tener una apariencia metálica).



El escultor *noucentista* Josep Clarà trabajó durante muchos años con una modelo aragonesa llamada Adela. Su «presencia» es perceptible en obras como *Puixança*. En unos diarios del escultor publicados recientemente se desvela que estuvo enamorado de su modelo, si bien nunca fue correspondido. Ese desengaño le llevó a esculpirla repetidamente, como si la práctica escultórica fuera una solución fallida por poseer un cuerpo.



Quizás Josep Clarà pensaba en el mito de Pigmalión, recogido en *Las Metamorfosis* de Ovidio, donde se relata la historia de un escultor que realiza una estatua tan perfecta que acaba adquiriendo vida y nombre, Galatea (en *Las Metamorfosis* aparecen otras transformaciones: humanos que se transforman en río, piedras o laurel, cambios de material).

Este mito no deja de ser una versión del origen bíblico del hombre, formado a partir de barro, que también ha dado lugar a la leyenda del Golem judío o, más recientemente, a las tallas de Vírgenes que sangran y Niños Jesús que se escapan de las iglesias.





Mitos e historias que en la actualidad nos resultan inverosímiles porque el escultor modela desde fuera, dejando un interior macizo y opaco. Para cobrar vida, el escultor debería replicar las vísceras, los órganos, como sucede en las figuras anatómicas.



Entender el cuerpo como un mecanismo: Un escultor-científico en su laboratorio (no en su taller) reproduce todo el cuerpo, interior y exterior, como se relata en *Frankenstein*: de la representación a la presencia viva. Este relato ha sido origen de otras versiones más recientes ligadas al avance de la tecnología como *RoboCop* o los replicantes de *Blade Runner*.



En la actualidad este objetivo parece cada vez más posible, al estar ligado a la evolución de la inteligencia artificial y la fabricación de órganos humanos a partir de células madre. Recientemente ya se han comercializado en Estados Unidos hamburguesas realizadas con carne sintética. Quizás este ejemplo de carne manufacturada sirva de punto de partida para imaginarnos a un escultor realizando una escultura de un modo tan exacto que esta cobre vida. Cobrar vida para extraer de una vez por todas esa mancha de muerte que tiene toda escultura.

AGRADECIMIENTOS

El equipo editor quisiera agradecer a los autores su participación en este quinto número de la revista. También quisiera agradecer al Consejo de Redacción y al Comité Científico sus recomendaciones y consejos.

Un reconocimiento especial a todas aquellas entidades que han realizado las aportaciones económicas necesarias para impulsar este proyecto.

También quisiéramos reconocer la ayuda prestada por:
Editorial Universidad de Granada
Biblioteca Facultad Bellas Artes - UGR
Dirección de la Escuela Técnica Superior de Arquitectura - UGR
María Isabel Cabrera García
Francisco José Sánchez Montalbán
Ana García Bueno
Antonio Martínez Villa
Juan Calatrava Escobar
Francisco Vega

REVISORES N05

María Abellán Hernández
Ignacio Belda Mercado
Francisco Caballero Rodríguez
Carma Casulá
Ignacio López Moreno
Asunción Lozano Salmerón
José María Manzano Jurado
Belén Mazuecos Sánchez
Pedro Ordóñez Eslava
Verónica Perales Blanco
Francisco Sánchez Montalbán
M^a Isabel Soler Ruíz
Alfonso del Río Almagro
Clarissa Rodrigues González
Carlos Rosa Jiménez
Susana Vellarino Albuera
José Luis Vicario Merino
Rosario Velasco Aranda
Alejandro del Valle Cordero
David López Rubiño

Este número ha sido posible gracias a la ayuda del Plan Propio de Investigación y Transferencia (20A) del Vicerrectorado de Investigación y Transferencia de la Universidad de Granada. Además ha contado con la colaboración y patrocinio de:



UNIVERSIDAD
DE GRANADA



RECEPCIÓN PERMANENTE DE ORIGINALES - SECCIÓN CAMPO OPEN CALL FOR PAPERS

SOBRE es una revista de periodicidad anual que aborda de una manera compleja y polidéctica la relación que se establece entre la práctica del arte –y sus medios y sistemas de producción– con aquellos marcos, medios y dispositivos empleados para su distribución y comunicación en el ámbito académico, profesional y en la sociedad en general.

Los artículos de investigación o revisión que se dirijan a la revista para ser incluidos en la sección Campo podrán tratar de manera abierta algunos de estos ejes:

- Investigaciones que profundicen y pongan en cuestión el uso de los medios, clásicos de difusión y comunicación de la producción en arte y arquitectura (libros, revistas, catálogos, cine, fotografía...) así como los más contemporáneos (vídeo, internet, redes sociales...).
- Reflexionar sobre proyectos artísticos que usen medios editoriales o que trabajen conceptos como la multiplicidad, serialidad o ser-unicidad de archivos textuales o visuales.
- Investigaciones sobre archivos, registros y memoria en el campo del arte y la arquitectura.
- Revisión de iniciativas y experiencias sobre legislación, políticas de derechos de autor y licencias en el campo del arte y la arquitectura.
- Herramientas y tecnologías que permitan la edición, reproducción, multiplicación y circulación de obras artísticas.
- Problematicar la edición o reflexionar sobre experiencias en torno a la edición como acto discursivo y experimental.
- Revisión de experiencias culturales (música, artes escénicas, danza, cine, etc.) que incidan o den importancia a los procesos de edición.

Los trabajos publicados son sometidos a revisión anónima (sistema "doble ciego").

La recepción de artículos para la sección "Campo" está abierta permanentemente.

Los artículos de investigación o revisión que se dirijan a la revista para ser incluidos en la sección "Panorama" deberán ajustarse a la temática propuesta y enviarse dentro del plazo anunciado por la revista en su web:
<http://revistasug.ugr.es/index.php/sobre>

Esta revista surge en el seno del grupo de trabajo **SOBRE LAB**, vinculado a la Universidad de Granada (España). Su propósito es reunir a investigadores, artistas y críticos y ofrecerles un espacio donde publicar sus trabajos recientes en el ámbito de interés de la revista.

NORMAS PARA EL ENVÍO DE ORIGINALES

La revista **SOBRE. Prácticas artísticas y políticas de la edición** está dirigida a especialistas, investigadores y profesionales del campo del arte, la arquitectura, la historia del arte y la educación, así como a otras disciplinas que puedan aportar conocimiento dentro de los ejes de interés de la revista. **SOBRE** acepta el envío de trabajos originales, de carácter empírico y teórico, realizados con rigor metodológico y que supongan una contribución al conocimiento en el campo de la producción artística y los medios y políticas de la edición. Los trabajos deben ser inéditos y no estar en proceso de revisión o publicación por ningún otro medio. Estarán escritos en español o en inglés. Serán presentados y enviados mediante la plataforma **Open Journals Systems** (<http://revistasug.ugr.es/index.php/volunt/about>), en la que encontrarán indicaciones concretas para el proceso.

Junto con el artículo (no debe superar las 5000 palabras), se incluirá un breve resumen en inglés y en español (de aproximadamente 150 palabras cada uno) y las imágenes correspondientes, señalando su posición en el texto. Así como un archivo aparte donde figuren los datos de contacto (nombre completo del autor o autores, una breve nota curricular de cada uno (150 palabras) y los datos de contacto (dirección, correo electrónico, organismo y teléfono de contacto del autor o del responsable, en caso de ser varios autores). También se incluirá la filiación del trabajo, si la hubiere, indicando la referencia completa de la misma.

Normas de envío completas en: <http://revistasug.ugr.es/index.php/sobre/about>

SOBRE

Prácticas artísticas y
políticas de la edición

ISSN 2387-1730 | 198 pp
ISSN 2387-1730 | E-ISSN 2387-1730

SUMARIO

Contents

05 EDITORIAL

07 CAMPO

- 07-16 Miguel Peña Méndez, *Ética y política de la edición en Ad Reinhardt. Más allá de la pintura y los cómics. Ethics and Politics of the Edition in Ad Reinhardt's Work. Beyond Painting and Comics*
- 17-27 Oihane Sánchez Duro, *Más Allá de la mercancía. Formatos al margen de la cultura oficial. Beyond the merchandise formats at the margin of the official culture*
- 29-35 Víctor Murillo Ligoretti, *La estética de archivo en el Atlas de Gerhard Richter: la práctica artística sin horizonte de espera. The aesthetics of archive in Gerhard Richter's Atlas: the artistic practice without an horizon of waiting*

37 ENCARTE

- 37-39 Mireia Armengol, *El Corte inglés. Páncora*

41 PANORAMA

- 41-51 Alberto E. García Moreno y M^a José Márquez-Ballesteros, *Fragmentos de ciudad e imaginario turístico. El mito de Tatemolines. City fragments and tourist imaginary. The myth of Tatemolines*
- 53-60 Gloria López Claries, *El medio como dispositivo afectivo en la cultura mainstream. El Hashtag Feminism y sus contradicciones. Media as an affective apparatus within mainstream culture. «Hashtag Feminism» and its contradictions*
- 61-76 Manolo Lagulla, *Esfera pública y exposición. Public Realm and Exhibition*

77 PASAJES

- 77-111 Cristina Arribas Sánchez, *El nuevo paisaje turístico español a través de las tarjetas postales de los años 60. The new Spanish tourist landscape through the postcards of the 60s*
- 113-132 Joan Rabassall, *Tarjeta postal y postal turística: «Spain is different». Postcards and tourist postcards: «Spain is different»*

135 CORRESPONDENCIAS

- 135-140 Antonio Zúñiga, *Entrevista a Erik van der Weide. Interview with Erik van der Weide*

141 ESTUDIO

- 141-157 Nader Koochaki, *Ceci tuera cielo... ¿El leito matand la exposicion? Ceci tuera cielo... (Just Will Kill the Exhibition)*
- 158-173 Oriol Forcadell, *Murados. Olvido de paz / Ediciones anfibias. Murados. Pacine Obliviousness/Amphibian Editions*

NOTA CURRICULAR DE LOS PARTICIPANTES

174-175

CITA DE CIERRE

- 176 David Bestué, *Ser objeto*
- 176-187

PANTALLA

Portada realizada a partir del proyecto de Pedro Osakar «Come en casa» (Granada, 2018)