PAPELES DE CULTURA CONTEMPORÁNEA

revista digital

PROCESOS EN LA ARTIFICACIÓN DEL CÓMIC

NUMERO 22
ISNN: 2254-5456
AÑO 2019

ÍNDICE

Editorial 4 - 7

Tema

La desesperante levedad de la consideración artística 9 - 36

Miguel Peña Méndez

9 : 12/3 Collages e instalaciones. Publicaciones 37 - 57

Martín Vitaliti

La aparición de la conciencia artística en el cómic occidental 58 - 79

Gerardo Vilches Fuentes

El número corresponde 80 - 85

Roberto Massó

Fricciones entre cómic y arte contemporáneo 86 - 107

Julio A. Gracia Lana

20 lines 108 - 128

Matt Madden

Entre la investigación y el arte 129 - 145

Sergio García Sánchez

Miscelánea

Crítica de arte y periodismo cultural en tiempos de virtualidad 147 - 165

María Regina Pérez Castillo

Pornoviolencia en la televisión neobarroca 166 - 189

Eva Navarro Martínez

Lo estamos haciendo mal: sobre la intensidad y lo emocional 190 - 202

Javier Iañez Picazo

Recensiones

Esperanza Romero: *Vertebrados* 204 - 206

Ximena P. Hidalgo Vásquez

Joan Fontcuberta: *La Furia de las imágenes.* 207 - 214

Adrián Vico

Nuccio Ordine: *La utilidad de lo inútil* y el saber por el saber 215 - 225

Fran Baena

Horst Bredekamp*: Teoría del Acto Icónico* 226 - 235

Cecilia Calleja

Notas biográficas 237 - 242

Créditos 243 - 245

EDITORIAL

Papeles de Cultura Contemporánea continúa su andadura. Una revista que se refunda e inicia una nueva etapa tomando nuevo impulso. Por un lado la estructura de la revista se amplía y rediseña para articularse en base a tres grandes bloques. En primer lugar el monográfico **TEMA,** en el que se desarrollará el clásico contenido definido desde el comité de redacción de la revista abordando un tema específico, invitando a todos aquellos estudiosos y especialistas en la materia que deseen participar. Después el bloque **MISCELÁNEA** en el que los colaboradores pueden optar por un tema de libre elección dentro de los contenidos afines a la cultura y el arte contemporáneos. Y por último la sección **RECENSIONES** en la que se hace mención de publicaciones, exposiciones o eventos que hayan provocado algún tipo de reacción. Su interés no tiene que provenir exclusivamente por el criterio de la novedad, sino de su interés intrínseco. El descubrir un libro, una exposición o una revista es descubrir un hecho no una cuestión de moda. El carácter de una revista como la nuestra se basa en el estudio y la reflexión, no en el precepto periodístico de la actualidad, aunque evidentemente ese criterio también nos sea sugestivo. Por otro lado la presencia y difusión de nuestra revista va a cambiar tanto de diseño como de plataforma digital. Estamos felices de poder engrosar el caudal de investigación y difusión que se hace desde la Universidad de Granada ya que nos sumamos a su portal de revistas. (https://revistaseug.ugr.es/) Así el acceso a la misma, el envío de originales y propuestas, el rigor en la selección y corrección de los mismos, los sistemas de citación e indexación esperamos que nos sean facilitados para de esta manera poder ofrecer una mejor calidad en cada número.

Continúa con su carácter académico pero accesible (especializada, pero a la vez apta para un lector medio, interesado en los aspectos conformantes de la cultura que nos rodea) y sigue marcada por sus orígenes, fruto de las inquietudes de los miembros del Grupo de Investigación universitario "Tradición y modernidad en la cultura contemporánea" (HUM-736 de la Junta de Andalucía, España). Estos tres aspectos –tradición, modernidad y contemporaneidad- que aspiraban a religar las distintas manifestaciones de la cultura y el arte con el ahora, queremos amplificarlos con el resonar de lo porvenir y lo por ver. Como decía Paul Klee "no se pinta lo que se ve sino lo que se

verá". Actualmente el grupo se ha trasladado desde su primera sede en el Departamento de Historia del Arte de la Facultad de Filosofía y Letras al Departamento de Pintura de la Facultad de Bellas Artes, ambos de la Universidad de Granada. Este cambio de ubicación no es insustancial sino que es síntoma de un nuevo rumbo. Como se ve en este mismo número se ha invitado a colaborar en el TEMA también a *investigadores visuales* de prestigio relacionados con el tema a tratar, considerando su trabajo tan interesante y que aporta tanta reflexión e investigación como uno textual. Esta consideración por nuestra parte puede resultar *irregular* en ciertos ambientes académicos, pero para nosotros nos es natural. El no considerarlo así sería traicionarnos a nosotros mismos. Nuestra apuesta es darle un espacio a la investigación a través de la imagen dotándola del mismo rango que la basada en la palabra. Lo consideramos necesario y creemos que el tiempo nos dará la razón.

Con este número 22 iniciamos una serie de estudios monográficos acerca de los procesos de **artificación** que se han producido y se siguen produciendo en la cultura contemporánea. Este neologismo tiene varias vertientes: desde la acepción común que se refiere a los procesos de embellecimiento de determinados productos (la estetización a veces pretenciosa u oportunista que encubre una plusvalía), a lo que sociológicamente se refiere a la incorporación de determinadas prácticas y a la asimilación de éstas dentro del *mundo del arte*. Esta percepción, que posee un cierto perfil de evolucionismo darwiniano en el que la necesidad crea el órgano, se basa en los procesos contemporáneos de readecuación de determinados comportamientos creativos por parte de nuestra sociedad, que hacen que el contexto (procesual, conceptual, comercial, histórico,…) justifique la acción. La artificación, así, puede ocurrir de muchas maneras y en muchos niveles, desde ejercicios conceptuales, pasando por institucionales, hasta su realización material o formalizadora. Todas estas aproximaciones a estos procesos son parámetros que se pretenden tener en cuentas en las aportaciones que aquí traemos, entendiendo el fenómeno como un cambiar de las expresiones y de la manera de manifestarse el ser humano en sociedad en todas sus facetas: como emisores, contenedores o receptores. Durante los próximos números nos vamos a centrar en otras prácticas artísticas en cuyo seno también lleven este debate interno.

En éste número empezamos por **el cómic**, por ser uno de los terrenos en los que este proceso de artificación parece haberse enquistado de manera singular y sobre el cual **Miguel Peña** nos da una panorámica desde el punto de vista de los agentes que han actuado en su

proceso. En el siguiente artículo, **Gerardo Vilches** hace un recorrido histórico por los distintos autores y épocas que han marcado ese devenir en Occidente, desde su primera concepción industrializada y anónima a los primeros reconocimientos artísticos para algunos autores y obras. Por otro lado **Julio A. Gracia** nos acerca al caso singular de uno de los más brillantes dibujantes de cómic españoles –Miguel Gallardo- y como durante su carrera profesional ha ido tanteando las fronteras del arte desde una perspectiva en principio paródica y sarcástica para pasar en sus últimas obras a concebir el concepto de autoría no como algo meramente de reivindicación laboral sino desde un punto de vista personal y moral. Por ultimo publicamos una entrevista con **Sergio García**, el cual, desde su posición de profesor universitario y de autor implicado en las labores de la producción de cómics como un proceso de investigación, nos da su punto de vista tanto a niveles formales y narrativos como de los procesos conceptuales de autodefinición en los que actualmente se ve envuelto al ser solicitado por entidades museísticas para mostrar su trabajo.

Junto con ellos se ha invitado a tres autores de los más relevantes a nivel mundial por su implicación en la comprensión del cómic como un campo expandido de producción y que van más allá de la primaria función narrativa y del connatural ecosistema editorial. Así **Martin Vitaliti** después de su último cómic, *Sin Coordenadas* (Tren en movimiento, 2016), y de sus múltiples participaciones en espacios expositivos en los que navega literalmente en un mar de viñetas, jugando con el espacio y tempo del cómic asociado al de la instalación, nos hace un repaso por sus últimas obras en las que nos enfrenta a la dimensión estética del simple marco de las viñetas, a la secuencialidad no ya de estas sino de las páginas que vuelan y se expanden por el espacio o la retención del tiempo en una sola viñeta encarnada en su instalación 9:12/3. Por su parte **Roberto Massó**, tras su sorprendente libro *Cadencia* (Fosfatina, 2019), nos lleva más allá con una nueva propuesta en la que estira aún más la cuerda de la visualidad y la formalización del cómic como estructura suficiente para una narración conceptual-numérica, donde los números corresponden a la fracción que supone el tamaño de cada viñeta respecto al ancho de página (1=1/1 el total; 2=1/2 la mitad; 3=1/3 un tercio y sucesivamente). Y para finalizar, una última propuesta visual es la de **Matt Madden**, autor asentado ya entre los clásicos con su libro *99 ejercicios de estilo* (2005) y que nos ha cedido una selección de los dibujos que presentara en la Galería Et Hall de Barcelona en 2015 titulada *20 líneas.* Para su realización utilizó el precepto que el escritor Harry Matthews se autoimpuso de escribir 20 líneas exactamente cada día, traduciéndolo a términos dibujísticos (con ecos al escolástico *nulla die sine línea*),

conectando con ello el *Ouvrier de Literature Potentielle* (OuLiPo) con el *Ouvroir de Bande Dessinée Potentielle* (*OuBaPo*) del que es el representante norteamericano.

La sección **Miscelánea** está compuesta por tres aportaciones de diferentes temáticas: **Regina Pérez Castillo** nos acerca a una nueva visión acerca del papel y función de la crítica para una nueva generación que tienen mucho y bueno que aportar en estos tiempos. Por su parte **Eva Navarro** nos plantea una revisión de los "espectáculos" que presenciamos en la televisión y como es necesaria una revisión consciente de la ética que los fundamenta y la estética que los envuelve. Finalmente **Javier Ia**ñez **Picazo** nos acerca a la demanda de emoción y de emocionalidad que subyace en el público frente a la obra de arte contemporánea, como miserables vitales que aspiran a una vivencialidad vicaria.

Para concluir esta edición la sección de **Recensiones** nos trae cuatro comentarios. El primero sobre la exposición de la ceramista **Esperanza Romero** por parte de **Ximena Hidalgo** y tres reseñas a otros tantos libros emblemáticos en la reflexión contemporánea sobre la imagen: uno fundamental de **Joan Fontcuberta**, *La Furia de las Imágenes* por parte de **Adrián Vico**, el lúcido texto de **Nuccio Ordine** *La utilidad de lo inútil* por **Fran Baena** y por último *Teoría del Acto Icónico* de **Horst Bredekamp** que nos presenta **Cecilia Calleja**.

Esperamos que sea de su agrado.

TEMA

LA DESESPERANTE LEVEDAD DE LA CONSIDERACIÓN ARTÍSTICA

PROCESOS Y RETROCESOS EN LA ARTIFICACIÓN DEL CÓMIC

MIGUEL PEÑA MÉNDEZ
Universidad de Granada| amiguel@ugr.es

Recibido: 20.11.19 | Aceptado: 4.12.19

Resumen

Después de más de 100 años y de la realización de obras que ya forman parte de la cultura universal, la consideración artística del cómic es un hecho. En este estudio se muestran los mecanismos que han ido desencadenando los distintos agentes que configuran el mundo del arte para su reconocimiento como tal. Pero sin embargo el estatuto artístico del cómic a la vez tiene unas características y unas tensiones que hace que permanentemente esté siendo cuestionado pendiente de una legitimación que nunca satisface debido a sus propias características.

Palabras clave

Artificación | arte | cómic | teoría del arte.

Abstract

After more than a hundred years and the accomplishment of works that are now part of universal culture, the consideration of comics as an art form is a fact. This study shows the mechanisms that have triggered the different agents that conform the art world in its recognition as such. Nonetheless the consideration of comic books as an art form is imbued with some characteristics and tensions that translate into it being permanently questioned pending a legitimacy that is never satisfactory due to its particular characteristics.

Keywords

Artification | art | comic| art theory.

Dylan Horrocks. Hicksville

> La historia oficial del cómic es una historia de frustración. De potencial no realizado. De artistas que nunca tuvieron la oportunidad de realizar su gran obra. De historias que nunca pudieron ser contadas o se vieron vulgarizadas por editores de miras estrechas… un medio encerrado en un ghetto e ignorado por incontables individuos que podrían haberlo ayudado a volar…[1]

1. DE LA ARTIFICACIÓN DEL CÓMIC

Es un hecho. El cómic es un arte más. Muchas de sus obras y sus autores se cuentan entre aquellos que consideramos propios del Arte. Pero no hace falta recordar que esto no siempre fue así. Actualmente el debate, por tanto, no está en argumentar la *artisticidad* de este medio, sino en cómo esto se ha producido y que consecuencias tiene. En el periodo que podemos fechar entre mediados de los años sesenta del siglo pasado y principios del XXI (en algunos países incluso antes tanto en fecha de inicio como de término) se han producido una serie de hechos que han ido propiciando una nueva percepción sobre todo aquello que rodea a este tipo de producción plástica y narrativa que culmina en la publicación de un cómic. A todos ellos se les ha venido a denominar procesos de artificación del cómic.[2]

Los procesos de artificación son consustanciales al programa de la Ilustración y la Modernidad que condujeron a la creación del concepto Arte tal como lo conocemos hoy en día. Tanto que podríamos decir que éstos también se produjeron con respecto a prácticas milenarias, bien asentadas y reconocidas en nuestra civilización (pintura, escultura, arquitectura,…).[3] La articulación de mecanismos como las Academias y demás agentes propios (marchantes, museos, escuelas,…) que se fueron gestando desde los siglos XVII y XVIII hasta la actualidad, operaron este necesario y polémico proceso por el cual se realizó una "gran división" entre las consideradas Artes Bellas, con alta consideración social y cultural, y las consideradas Artes útiles, mecánicas o de placer.[4]

1 . Horrocks, D. *Hicksville*. Astiberri. Bilbao, 2010: 206.
2. Véase al respecto el interesante volumen especial de la revista *Contemporary Aesthetics*, vol.4 (2012) dedicado a la artificación. https://contempaesthetics.org/newvolume/pages/journal.php?volume=49 o el referencial libro de Heinich, N. y Shapiro, R. (dir.) (2012) *De l'artification. Enquêtes sur le passage à l'art*. Editions de l'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales.
3. En este sentido existieron preludios a estos procesos, como fue en el caso de la Pintura durante el Siglo de Oro español. Ejemplo de este trayecto sería lo relatado en Gállego, J. *El Pintor de artesano a artista*. Diputación Provincial de Granada, Granada, 1995.
4. Véase Shiner, L. (2004) *La invención del arte: una historia cultural*. Paidós: 21-39.

Las artes que no provenían de antiguo sino que eran fruto del nuevo régimen en la producción de objetos que se instauró de la mano de la Revolución Industrial, eran en su mayoría híbridos o derivados de aquellos generadores de imágenes que ya se venían produciendo de manera artesanal. Entre ellos estaba la fotografía, el cine y por supuesto el cómic.[5] Estos nuevos lenguajes plásticos no fueron admitidos inicialmente como forma artística, y su reconocimiento se iba a ir produciendo progresivamente[6] a la vez que simultáneamente se ha mantenido un cierto sustrato de resistencia e infravaloración a estas prácticas artísticas y que perviven como si fueran la sospecha sobre los orígenes plebeyos de la novia del príncipe en un folletín romántico. Estos procesos y resistencias son los que vamos a intentar plantear aquí en relación al cómic.

2. DEBATES INICIALES PARA LA ARTIFICACIÓN DEL CÓMIC

En 1924 Gilbert Seldes publicó el libro *The Seven Lively Arts.*[7], donde hacía un alegato hacia aquellas nuevas expresiones humanas que estaban inundando el paisaje cultural americano de nuevas imágenes y sonidos. En su discurso dedica un capítulo a las tiras cómicas (*The "vulgar" comic strips*) y otro a su amada Krazy Kat (*The Krazy Kat that walks by himself*). La tesis que sostiene Seldes es que no existe necesariamente una oposición entre artes mayores y menores, sino que ambas se complementan mutuamente y que no está culturalmente vivo quien deje una de ellas al margen[8]. A lo que sí había que oponerse era al "*bogus art*", un tipo de arte falso, pretencioso. Este concepto sería retomado algunos años más tarde por Clement Greenberg en su famoso artículo en *Partisan Review* rebautizándolo con "el mara-

5. En los procesos actuales en curso quedarían todavía muchas candidatas que esperan ser reconocidas "oficialmente" como Arte: el circo, la magia, el diseño gráfico, el diseño industrial, la moda, la cocina, el grafiti,… incluso el deporte. Este proceso es un debate interno sobre el cual algunos agentes optan por reclamar esta denominación mientras que otros lo consideran algo con ciertas dosis de convención.
6. Sin respetar su orden de aparición o invención, ya que el cómic (el "noveno arte") precedería cronológicamente al cine ("séptimo arte") y a la fotografía (que sería el "octavo").
7. *The 7 Lively Arts. The Classic Appraisal of the Popular Arts. Comic strips, movies, musical comedy, vaudeville, radio, popular music, dance*. Nueva York, Dover Publications, 1977 [Harper & brothers, 1924].
8. Sin embargo el pensamiento de Seldes en los años 50 fue matizado respecto a lo que había proclamado anteriormente, afectado tanto por el bajo nivel que veía en esas manifestaciones que en su día le entusiasmaron, como por los criterios culturales más opresivos de esa época, y que manifestó en The Great Audience (1950), The Public Arts (1956) y en la segunda edición de The 7 Lively Arts (1957).

villoso nombre de *kitsch*".[9] Pero mientras que el primero ayudó a que el público no se sintiera avergonzado por sus gustos "vulgares", el segundo opuso una falsa dualidad entre una alta cultura de vanguardia y lo que eran meros entretenimientos comerciales.

Esta aportación americana inicial al debate muchas veces es olvidada para centrarse en la gran labor realizada por los intelectuales y entusiastas europeos de los años 60 que empezaron a materializar esas inquietudes mediante la constitución de grupos y asociaciones, crear eventos y congresos, organizando exposiciones en distintas entidades museísticas así como la publicación de libros y revistas como motores de la apreciación del cómic dentro de las artes. Estas iniciativas evidentemente tuvieron un peso específico y un impacto cultural de mucho mayor alcance, por muchas razones, de entre las cuales y de manera muy general podríamos señalar una mayor adecuación a los tiempos y el logro de que esa empresa no fuera algo individual sino un esfuerzo colectivo que iba a procurar la expansión de estas ideas en y a través de la cultura hegemónica occidental.

3. AUTORES, INTERMEDIARIOS Y PÚBLICO

Centrándonos en estas últimas aportaciones que procuraron la activación de procesos concretos de artificación hay que señalar que estas consiguieron introducir al cómic dentro del ámbito artístico gracias a una serie de operaciones tanto de orden jurídico y administrativo como semánticas, prácticas y estéticas. De este proceso fueron más o menos consciente algunos de sus autores desde los primeros momentos, lógicamente con el deseo de que su trabajo tuviera un mayor reconocimiento al integrarse en un dominio tan prestigioso como el que supone el del Arte en la cultura occidental moderna.

Como señalábamos antes, este anhelo fue posible gracias a la cooperación de determinados intermediarios (editores, críticos,…) pero el gran peso en este proceso recayó en la acción positiva por parte del público aficionado que desde la creación en 1962 del primer club de coleccionistas, la edición de revistas especializadas, el primer "*Centre d'études des littératures graphiques*" (CELEG) y la multitud de asociaciones que vinieron después. Sin ellos, insisto, nunca se hubiese podido activar la reivindicación de esta actividad como relevante dentro del mundo del arte. Un somero repaso a esas fechas iniciales

9. Greenberg, C."Vanguardia y Kitsch" (1939) en *Arte y Cultura*. Paidós, 2002: 21.

dan fe de su acción decisiva frente a los casi setenta años de actividad precedente (contando desde la convencional fecha de 1896) y que se iniciará con el brindis al sol que supuso el que en 1964 el crítico cinematográfico Claude Beylie ampliara la numeración de las artes realizada por Hegel incluyendo al cómic en la novena posición. A los hechos ya mencionados podemos añadir: el que en 1965 se produjera el mítico *Encuentro de Bordighera,* que después se concretaría en años sucesivos como Salón en Lucca, germen de todos salones y festivales de cómic del mundo; o el que en 1966 se empezaran a organizar por parte de estamentos docentes, jornadas, conferencias y publicaciones reconociéndolos como medios útiles en la educación y enfrentándose a los ataques realizados por pedagogos y psicólogos de las dos décadas precedentes.

Este anhelo y estos primeros reconocimientos no pretendían simplemente un ascenso en una supuesta jerarquía de géneros (en términos bordieusianos una "legitimación", es decir un desplazamiento vertical en una escala socio-artística) sino que se trata de un salto, una discontinuidad, con el cual se supera una frontera entre unas actividades y otras.[10]

4. MECANISMOS DE ARTIFICACIÓN

Vamos a intentar hacer un recorrido por las características que han hecho posible que el cómic *pueda ser* Arte, teniendo en cuenta desde el primer momento que esta consideración no es total, sino parcial, y condicionada por muchos elementos, algunos de los cuales vamos a barajar aquí. Además, hay que ser consciente de que la consideración de Arte no se le otorga a ningún lenguaje de manera indiscriminada. Ya que, por ejemplo, un cuadro por muy pintura que sea *no tiene porqué ser* una obra de arte, el cómic tampoco, sin ser eso ningún menoscabo ya que no le afecta ni poco ni mucho a su valor en sí mismo. Cuando hablamos de Arte solo estamos hablando de una *posibilidad* maravillosa, cuando no de una excepción a la hora de configurar una obra.

Sin embargo, esta pretensión generalista –"el cómic es un Arte"- no surge de la noche a la mañana. Viene determinada principalmente por una serie de factores que hacen que poco a poco, a medida

10. Cfr. Heinich, N. "L'artification de la bande dessinée" en *Le débat*, nº 195, mayo-agosto, 2017: 6-7.

que se establecen unas determinadas condiciones, se vaya cobrando conciencia o por lo menos se atisbe que su labor bien podría ser considerada un Arte.

a) Un lenguaje propio

Una de las primeras cuestiones a poner encima de la mesa es la de, como en cualquier otra disciplina, la configuración de un lenguaje propio, con unas especificidades claras y concretas, logrando por tanto que ese lenguaje vaya calando y lograr un grado de comprensión y aceptación popular suficiente, como para situarlo, ya de entrada, en algún lugar dentro del mundo de la cultura y transmisor del mismo. Así lo fueron reconociendo distintos agentes de la cultura, desde la publicidad a estamentos gubernamentales, que han utilizado el cómic como una herramienta para trasmitir sus mensajes y su identidad corporativa. La definición de un lenguaje tan visualmente reconocible por el espectador lo hace accesible y eficaz a la vez que implica una serie de valores añadidos como pueden ser los de juventud, sinceridad, humor, cercanía, etc.

A ese factor semántico inicial, se le unen otros como pueden ser: el establecimiento de unos principios técnicos básicos que lo identifican como algo distinto a los demás lenguajes, con una idiosincrasia propia, poseedor de unas vías de recepción, distribución y asentamiento en la sociedad que lo conviertan en un elemento de desarrollo y comunicación social; la identificación de una serie de hacedores de esa práctica reconocidos ya como autores**,** de los cuales algunos destacan entre sus colegas alcanzando algún tipo de relevancia por encima del resto; este prestigio de autores y obras va a permitir ir consolidando unos criterios de calidad**,** lo cual conllevará que mediante su labor se establezca un corpus de obras que trascienden e importan en la sociedad, o por lo menos a una parte de ella, las cuales son reconocidas mediante un autor, un título o un personaje que las identifica y que provocan finalmente la elaboración de un conjunto de *paratextos* (historias y anécdotas ligadas a ellas, críticas, noticias, otras obras, citas,…) que las acompañan y vivifican.

b) Exposición y musealización

Junto con estas cuestiones, uno de los elementos más importantes para la artificación de cualquier disciplina, está el que se le conceda el poder disfrutar de los placeres de la exposición en los lugares previstos, reconocidos y concebidos para las Artes como plataformas de

dignificación.[11] La cesión de estos espacios institucionales dedicados exclusivamente al arte no es una cosa menor. Tiene una relevancia sustantiva el que estos museos de gran significación en el panorama e imagen cultural de un país dediquen sus salas y ocupen su programación con muestras específicas sobre obras y artistas específicamente dedicados al cómic.

Aunque la exposición de sus obras ha sido una práctica que los dibujantes han realizado desde antaño bien sea en un mundo revuelto donde la ilustración, el humor gráfico y el cómic muchas veces se confundía en exhibiciones gremiales (*Salon des artistes humoristes* en París desde 1907 por ejemplo) o bien en muestras personales que eran aplaudidas por los seguidores de estos dibujantes y donde se podían comprar dibujos originales. Sin embargo los grandes hitos –en un recorrido muy breve- van desde la emblemática exposición parisina "Bande Dessinée et Figuration Narrative" del Musee des Arts Decoratives de 1967; "The Art of the Comic Strip" organizada por el departamento de Arte de la Universidad de Maryland y que circuló por Estados Unidos entre 1971 y 1974; las neoyorquinas "The Comic Art Show" de 1983 en el Whitney Museum y "High & Low . Modern art and popular culture" del MoMA en 1991; la "Masters of American Comics" del MoCA de Los Angeles en 2006 o a nivel nacional la decisiva exposición sobre George Herriman en el Museo Nacional Reina Sofía de 2017.

Junto con esto también habría que poner en valor el hecho de que se hayan ido abriendo museos y galerías especializadas en cómic. Esta musealización del cómic inicialmente fue fruto de particulares entusiastas como el *Museo de la Caricatura Severo Vaccaro* fundado en Buenos Aires en 1945, el *Museum of the Cartoon Art*, un sueño de Mort Walker y su hijo Brian que ha acabado integrado en el *Billy Ireland Cartoon Library and Museum* de la Ohio State University o el *Cartoonmuseum* de Basilea fundado a partir de la colección de Dieter Burckhardt en 1979. A estos se han sumado otros de carácter institucional como son los de Angulema en Francia, el Centro Belga de la Bande Dessinée o el Museo Internacional de Manga en Kioto.

11. La exposición de cómics se ha visto como altamente relevante en este proceso y el estudio de la historia de las exposiciones de cómics se puede ver en el capítulo que le dedica Kim Munson en Duncan, R. y Smith, M. (eds.) *The secret origins of comics studies*, New York: Rouledge, 2017 así como la antología de textos que Munson ha reunido en *Comic Art in Museums* y que tiene prevista su publicación en la University Press of Mississippi para Julio de 2020. También se puede rastrear de manera más somera en mi artículo: "¿Se puede exponer un cómic? Historia de las dificultades para colgar un tebeo en la pared". *Ouch!* Nº2, 2018: 30-35.

c) Intelectualización

Además de estos procesos de reconocimiento social, otro de los factores que se ha visto trascendental para el reconocimiento artístico del cómic pasa por procesos de intelectualización, es decir de la producción de análisis y de comentarios ya que ellos se han visto como determinantes para conseguir ese reconocimiento final.[12] Entre los frutos de esa intelectualización estarán la selección de lo más destacado entre la diversa producción de los autores, buscando parámetros de calidad –lo que se traduce de alguna manera en términos de artisticidad- que la asimilen a los criterios del Arte. La primera universidad que dio cabida al cómic entre sus estudios fue la de Roma con la creación del *Centro di Studi Iconografici*, dirigido por Rino Albertarelli y que iba a ser elemento desencadenante de afiliaciones que se concretarían en el Encuentro de Bordighera de 1965 y los posteriores Salones de Lucca, además de sus estudios específicos. Esa intelectualización del cómic provendrá evidentemente de personajes muy concretos que con el tiempo se han ido consolidando como estudiosos de relevancia internacional. De entre los académicos estarán profesores tales como Umberto Eco desde el campo de la Semiótica, Evelyne Sullerot desde el de la Sociología o Francis Lacassin con su seminal curso de Historia y Estética de la Bande Dessinée en la Universidad de París I en 1971, Edgar Morin desde la Filosofía o Marcel Brion desde la Historia. Todos ellos respondieron de manera espontánea al mensaje que lanzara Seldes y resolvieron que no había conflicto entre arte y cómic, y con sus escritos, que procuraban una lectura atenta y profunda a aquel fenómeno, lograron poco a poco situar los estudios sobre cómic dentro del ámbito cultural.

Estas primeras muestras de atención a los cómics como algo serio se colaron en libros de disciplinas académicas reconocidas como podía ser la lingüística, la sociología o la educación. Entre los primeros el que más repercusión tendría fue *Apocalípticos e Integrados*[13] de U. Eco con sus capítulos en los que utilizaba a Supermán y Charlie Brown como mitos simbólicos de nuestra época. Entre Italia y Estados

12. Los esfuerzos por parte de intelectuales y universitarios por cambiar y revalorar el estatus del cómic ha sido determinante. Sobre el tema se puede contrastar: Remesar, A. y Altarriba, A. *Comicsarias*, PPU, 1987; Beaty, B. *Comics versus Art*, University of Toronto Press, 2012; Groensteen, T. *Un objet culturel non identifié*. Editions de l'an 2, 2006 y su continuación y puesta al día en *La bande dessinée au tournant*, Les impressions Nouvelles, 2017.
13. Valentino Bompiani, Milán, 1964

Unidos también Roberto Giammanco escribió *Il Sortilegio a Fumetti* [14] que desde una perspectiva sociológica analiza, ya abierta y directamente, diversos personajes del cómic estadounidense (*Li'l Abner*, *Annie*, *Krazy Kat*,…) y en Francia la socióloga Evelyne Sullerot publicó la alentadora conferencia que dictara en Bordighera titulada *Bandes Dessinées et Culture*.[15]

Estudios hechos desde la misma universidad empezaron también sobre esos años, siendo algunos de los más tempranos la tesis (Ph.D.) que realizara Sol Davidson en 1959 en la New York University con el título de *Culture and the Comic Strip* o la tesis fin de carrera que redactara Consuelo Reyna Domenech sobre la *Prensa Juvenil* en 1963 para la Escuela Oficial de Periodismo de Madrid.

Pero donde inicialmente se realizó la divulgación de los primeros trabajos de investigación sobre cómic fue a través de fanzines, boletines y revistas en los distintos países, siendo Francia la pionera a través del ya citado CELEG que creara en 1962 el primer fanzine, luego transformado en revista, *Giff-Wiff*. A esta le seguiría *Phenix* por parte de la SOCERLID (Société Civile des Etudes et de Recherches des Littératures Dessinées) en 1966 y acabando el decenio *Cahiers de la Bande Dessinée. Schtroumpf* por parte de Glénat en 1969. En Italia el *Archivio Italiano* (después *Internazionale*) *della Stampa a Fumetti* del Istituto di Pedagogia dell'Università di Roma publicará, al calor de los salones de Lucca, la revista-catálogo *Comics* desde 1965, y más tarde, ya en 1970 la A.N.A.F (Associazione Nazionale Amici del Fumetto, posteriormente A.N.A.F.I.) editará *Il Fumetto*, publicación fundada por Alberto Lenzi y destinada a los socios. Sin embargo la gran labor divulgadora la van a hacer revistas como *Linus* (1965) o *Eureka* (1967) que tuvieron más en cuenta la recuperación de obras clásicas desconocidas y el descubrimiento de nuevos autores que sesudos análisis. Mientras, en Bélgica y Holanda se editaron *Ratanplan* (1966) y *Stripschrift* (1967) respectivamente. En América también existieron tentativas parecidas y así en Estados Unidos, aunque ya había existido el pionero fanzine *Xero* del matrimonio Lupoff y Bhob Stewart (1960-63) hubo que esperar a los 70 para que se crearan las revistas *Graphic Story Magazine* y *Comics Buyer's Guide* (1971). Por su parte en Argentina se publicaba la breve e interesantísima *Literatura Dibujada* (1968) que dirigiera Oscar Massota. En España, la divulgación de estudios y críticas sobre cómics empezó mediante fanzines como *Cuto* (1967) de la mano de Luis Gasca y *Bang!* (1968-77) por el Gru-

14. Mondadori, Milán, 1965
15. Opera Mundi, París, 1966

po de Estudios de las Literaturas Populares y de la Imagen (GELPI), y *Comics Camp Comics In* (1972-75). Los dos últimos se transformarían en revistas de vida más o menos breve y a las que se sumaría la posterior *Sunday* (1976-85) promovida por Mariano Ayuso. Pero el acercamiento desde círculos académicos no se va a producir hasta la publicación de la revista *Neuróptica* (1983) que, aunque editada por el Ayuntamiento de Zaragoza, va a contar con un buen grupo de profesores universitarios entre sus colaboradores (Antonio Altarriba, Antoni Remesal, Joaquim Dols Rusiñol,…).

En ese proceso de intelectualización, los estudiosos valorarán la creatividad y elocuencia de la obra en cuestión superando poco a poco el lastre emocional de la nostalgia de la niñez, que fue y es un elemento muy importante dentro de la literatura sobre cómic. Se buscará en las distintas obras aspectos que muestren visiones insospechadas descubriendo sus implicaciones a niveles intelectuales, así como características que permitan establecer relaciones conceptuales y formales con otros ámbitos ya reconocidos previamente como Arte o provenientes de otros ámbitos del conocimiento en general. Gracias a estos estudios se fueron cribando las distintas obras identificando aquellas que sobrepasaban el mero entretenimiento y alcanzaban niveles de significación interesantes, a poder ser imperecederos y universales o cuando menos, históricos.

d) Estetización

A niveles formales y estilísticos también es conveniente que la práctica del cómic, como arte híbrida, se entronque con las tradiciones de las artes visuales y literarias que se han realizado con anterioridad y que poseen un poso social y cultural con una aceptación amplia y consensuada, estableciendo con ellas un dialogo que por un lado ennoblece al nuevo arte y por otro ensalza como fuente de inspiración a las ya asentadas.

Por un lado en la época clásica del cómic –la *Golden Age* como la denominan los norteamericanos- se hizo un paralelismo con los grandes de la pintura, así Burne Hogarth sería el Miguel Ángel o Milton Caniff el Rembrandt del cómic,... La finalidad era clara, su artificación mediante la equiparación. Sin embargo a niveles literarios el entronque con los grandes literatos no era posible o quizá ni siquiera plausible. Su entronque fue encauzado hacia las subliteraturas (crimen, ciencia ficción, aventuras, románticas,…) y solo hubo la excepción, muy publicitada, de la candidatura de Al Capp al Nobel de

Literatura por parte de un entusiasta William Faulkner. Posteriormente estas dos aproximaciones al arte por parte del cómic mediante la equiparación se han visto contraproducentes y se ha consolidado un estatus artístico propio y así, el dibujo del cómic ha buscado su propia excelencia al margen de las referencias a pintores y Moebius, Alberto Breccia o Dave McKean,… no tienen parangón con ningún pintor o dibujante. A nivel literario igualmente se ha creado una identidad en sus relatos que alcanzan a configurar textos de intensidad, poética, dramática o humorística surgida en y desde la propia labor del guionista de cómic; así lo reconoció el Pulitzer para Spiegelman por Maus, y ha sido acompañada por la intensidad dramática del Watchmen de Alan Moore o la complejidad psicológica de Daniel Clowes.

Sin embargo esos grados de excelencia son excepciones como en casi cualquier disciplina. De este hecho ya se era consciente en la primera página del fundacional catálogo de la exposición *Bandes Dessinées et Figuration Narrative* de 1967: "si englobamos todo lo que se ha construido en una época, ¡la arquitectura difícilmente habría pasado a ser un arte mayor!"[16]. En un contexto industrial como el del cómic es normal el que haya una proliferación de obras mediocres, sin otro propósito que el de hacer girar la rueda de la producción.

Aunque las críticas a veces han venido por la escasa altura intelectual y calidad literaria de determinadas tramas, la calidad suele recaer principalmente en el dibujo siendo este decisivo a la hora de salvar un cómic por parte del aficionado. Entre el público suele haber un cierto academicismo a la hora de esta valoración pero a la vez siempre ha existido un amplio margen de permisividad debido a las necesidades expresivas y la familiaridad con la caricatura que admiten excesos o "incorrecciones", siendo su relación con unos determinados cánones de belleza (sean esteticistas o feistas) muy laxa. Sin embargo cuestiones como la mala gestión del espacio, la incapacidad a la hora de sugerir el movimiento, el abuso de actitudes estereotipadas, el estatismo en los puntos de vista, la utilización de recursos fotográficos indiscriminados, la copia o calcos de otros dibujantes, déficits en la expresividad de los rostros, la simplificación de escenarios evitando retos visuales, desprecio a un cierto concepto de belleza o simplemente un trazo desvigorizado que no trasmita han sido temas sobre los que no se transige.[17] La clave está en la eficacia significativa que subyace entre el relato y la secuenciación visual, y los criterios de autenticidad más allá de la autoría, es decir como producto de una mente creativa y racional.

16. "Avant-propos", Musée des Arts Decoratives / Palais du Louvre. París, 1967: 4.
17. Cfr. Groensteen, T. *Un objet culturel*… op. cit.: 186.

El recurso a la cita literaria y mayormente visual a otras obras de arte también será moneda corriente entre los autores de cómic. Esto dota a sus obras de un contacto y una conciencia de pertenecer a un entorno cultural mayor que ellos mismos, que los ennoblece aunque este recurso solo fuera usado de manera superficial[18]. Esta proximidad a otras obras de arte y a artistas ha ido generando un corpus de obras específico (¿nos atreveríamos a llamarlas género?) que por la parte "pictórica" son a veces encargos de diversos museos y exposiciones de cara a engrosar el *merchandising* de estas instituciones, sabiendo que el público que asiste a ellas en gran medida es común y que a nivel literario no son pocas las editoriales que han solicitado la versión en cómic de obras clásicas. Finalmente, y por acabar de cerrar este apartado, este proceso de reconocimiento artístico también ha conllevado que el cómic se cite a sí mismo, y el ámbito de la parodia, usado como herramienta satírica y cómica en ocasiones desde los inicios del medio, pase a un segundo estadio, en forma de homenaje y admiración a los logros alcanzados por sus pares.[19]

e) El cómic en busca de autor

Uno de los elementos importantes que se han detectado a la hora de la consideración artística de cualquier práctica es la reivindicación, la dignificación de sus hacedores. En la cultura occidental se detectó como signo de prestigio el retrato ya que el hecho de representar alguna persona llevaba implícito el mensaje de que era alguien con una significación notable para esa sociedad. A partir del Renacimiento, tal como ha señalado entre otros Shiner, "tres razones sugieren que en este periodo surge el moderno concepto del artista: el surgimiento de un género (la «biografía del artista»), el desarrollo del autorretrato y el ascenso del «artista cortesano»[20]". Estos tres elementos se van a producir dentro del contexto moderno que le es propio por nacimiento al cómic.

Las noticias, notas biográficas y las entrevistas a los autores de cómic han sido materia frecuente y muy temprana dentro de la prensa.

18. Es interesante por la gran cantidad de citas detectadas Gasca, L. y Mensuro, A. *La pintura en el cómic*. Cátedra, Madrid, 2014. Con respecto a las citas literarias y versiones en comic de textos clásicos esto ya es absolutamente abrumador.
19. Serían cómics en segundo grado. Groensteen, T. *Parodies. La bande dessinée au second degree*. Skira Flamarion. París, 2010.
20. "El cambio de la situación de los artesanos/artistas" en Shiner, op. cit.: 71-80. La cita es de la página 73. Para nuestro caso se cambia, como señala más adelante el mismo Shiner, el mecenazgo cortesano por el acogimiento en el sistema comercial.

No hay que olvidar que su ambiente inicial era el periodismo y mediante estos artículos se pretendía hacer publicidad de los cómics que se incluían en esos mismos periódicos y revistas. Pero igual que hay un Vasari que con sus *Vidas* configuraría el método biográfico para la historia del arte, hay un Martin Sheridan, que con su libro *Comics and their creators*, establece la primera aproximación seria hacia esos hasta entonces más o menos oscuros autores de cómics.[21]

Por otra parte es de resaltar el tema del autorretrato, ya que la inserción de este género dentro del cómic se va a producir en este momento de reconocimiento que se produce a partir de los años 60, de la mano sobre todo del cómic *underground*. El cambiar la mirada antes dirigida hacia el exterior, propiciada por el encargo editorial y una temática imaginada, para pasar a una mirada hacia sí mismo, es un giro copernicano que cambia el centro de la historieta hacia el propio artista, que mediante su propia obra se dota de una imagen hacia fuera. Con ello el cómic se vuelve reflexivo desde tres puntos de vista: de contar una historieta imaginaria el autor pasa al protagonismo de contar sus vivencias más o menos noveladas; de la historieta como acceso a otros mundos se pasa a narraciones más introspectivas; y finalmente el autor establece un punto de conexión directa con el lector.[22] Ejemplos supremos de este giro serán gran parte de la obra de Robert Crumb, el *Binky Brown* de Justin Green o más actualmente Edmond Baudoin con *Piero* o Craig Thompson con *Blankets.* Estos comportamientos sin embargo no son nuevos y ya se daban protagonismos por parte de los autores en narraciones previas dentro del mundo del cómic, pero las obras de estos y otros autores van más allá y lo consolidan como género en sí mismo. Este nuevo posicionamiento del autor consolida otra vertiente de valoración y autonomía creativa del artista frente al entramado empresarial del sistema de personajes. Haciendo un paralelismo con el mundo del cine podríamos decir que se logra así un *cómic de autor* frente a un *star system* (los personajes), o mejor aún convirtiendo al autor en un personaje dentro del *star system*.

f) El cómic como *objeto* de arte

En esta misma línea también se buscarán los elementos que lo alejen de lo industrial para pasar a ser consideradas más como obras

21. Sheridan, M. *Comics and Their Creators, Life Stories of American Cartoonists*. Westport: Hyperion 1977 [Hale Cushman & Flint, 1942].
22. Stein, D. "Was ist ein Comic-Autor? Autorinszenierung in autobiografischen Comics und selbstporträts" en Ditschke, S., Kroucheva, K., Stein, D. (eds.) *Comics. Zur Geschichte und Theorie eines populärkulturellen Mediums*. Transcript, Bielefeld, 2009: 201-237.

de autor que como fruto de un proceso productivo. Se estimulará que la producción de esas obras encuentre maneras de individualizar y dignificar esos productos acercándose a criterios de exclusividad mediante tiradas reducidas y/o exclusivas, presentaciones de lujo, formatos generosos, empleo de materiales de óptima calidad,…y por tanto acercándose a los términos de *Obra de Arte* con el *Aura* o prestigio que eso conlleva.[23] Los primeros que tuvieron esa idea evidentemente no fueron los creadores sino los editores. Un editor tan peculiar como Eric Losfeld se puede considerar, en su amor simultáneo al arte y a la edición, de los primeros que aproximó el cómic a un libro/objeto de lujo/arte. La utilización de encuadernaciones en pasta dura (cartoné o tela) en gran formato, hacían que los cómics baratos con cubiertas de papel fueran algo pobre, antediluviano o cuando menos ajeno. Ediciones como la de *Saga de Xam* (N. Devil y J. Rollin, 1967) abrían nuevos caminos al cómic en formato libro y como objeto de coleccionista de arte. Incluso revistas tan sencillas pero tan bien hechas como fuera *Linus* en su primera época marcó toda una nueva manera de entender y presentar el cómic como obra de autor, dándole una presencia desde su mismo diseño de portada moderno, con una estética reconocible que creó escuela y que llegó a ser casi una imagen corporativa de esta nueva consideración del cómic, siendo imitada por publicaciones de distintos países (*Charlie* en Francia, *Bang* o *La Oca* en España).

Esta senda ha sido muy transitada posteriormente y no son pocos los autores y editores que se han atrevido a hacer un diseño editorial para sus obras con ese mismo mimo. Por poner un ejemplo llamativo, las ediciones de las obras de Chris Ware lo llevan al paroxismo.

Este fenómeno también llevará hacia otro camino mucho más autoral, posible desde principios alternativos asentados en el Do It Yourself (D.I.Y. o hágalo usted mismo) que arrancó desde planteamientos cercanos al underground y al punk. Dicho de otro modo, esto llevará a una *autonomización de la producción*, es decir, a desligarse de lo industrial para acercarse a los límites situados entre lo artesanal y lo artístico, cuestión de precisión que solo va a ser dilucidada por el autor en primer término, y que finalmente resolverá de manera particular el espectador/lector y genéricamente la sociedad, con la valoración que de ella haga. Este acercamiento de la producción del cómic al autor va a tener unos márgenes de concreción física que van a ir del *minicómic* a ediciones de *crowfunding*

23. Heinlich, N. "Note sur l'aura de Walter Benjamin", *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, nº31, enero, 1980.

pasando por la autoedición y el fanzine. La incorporación del autor en estas prácticas les ha llevado a los principales creadores de cómic-arte a implicarse más directa y completamente en la producción total del cómic, casi sin delegar funciones en la realización de sus obras. Ser autor tanto del guion como del dibujo, la utilización del color directo, labores de diseño editorial y tipográfico, la inclusión de galerías de imágenes o textos adicionales,... son algunos aspectos que se han utilizado para este fin.

Sobre este mismo tema hay que señalar que el proceso de incorporación del cómic o de la narración mediante imágenes en general que ha estado y ha seguido produciéndose en el mundo del arte, pasa de ser un tipo de *factualidad* (libro, cómic, dibujo sobre papel) a ser un lenguaje aplicable a cualquier soporte. Así estamos cansados de oír que la *Columna de Trajano* (escultura), la *Tumba de Menna* en Tebas (pintura mural) o el *Beato de Liebana* (diseño gráfico) son una muestra de protocómic o narración gráfica. Ello nos hace pensar que la comunicación visual narrada es un concepto plástico-lingüístico, no un formato y es por ello que autores como Martin Vitaliti, Francesc Ruiz, Kati Heck,… hacen cómic sobre soportes propios de la instalación, la escultura, la pintura o el diseño gráfico.[24] Así los autores de cómic se están atreviendo a buscar nuevos soportes cuando las características de su producción varían: ¿la participación de Max en el Centro Guerrero de Granada, no fue una especie de Columna de Trajano inserta en un edificio o la de Paco Roca en el IVAM una versión de los murales de Menna?[25]

g) La legitimación a través del coleccionismo y el mercado

Esto lleva indisolublemente unido que el público no solo atienda a la compra de la producción para su uso de cotidiano disfrute y evasión sino que dentro del mercado editorial también exista un mercado de coleccionismo para el que se realizan ediciones especialmente cuidadas en forma de recopilaciones, reediciones, facsímiles y demás. Eso no quiere decir que algunas de las ediciones más sencillas no puedan ser también objeto de esta tesaurización debido a una valoración desmedida llevada por la escasez en el

24. Un buen catálogo de estos entrecruzamientos sería Rosenberg, D. y Sterckx, P. *VRAOUM!, Tresors de la Bande Dessinée et Art Contemporain*. Fage editions/ La maison rouge, 2009.

25. *Viñetas desbordadas. Sergio García, Max, Ana Merino*. Centro José Guerrero, Granada. Del 22 de enero a 24 de marzo de 2019. *El dibujado. Paco Roca*. Instituto Valenciano de Arte Moderno, Del 7 de marzo al 30 de junio de 2019.

número de ejemplares disponibles, por su antigüedad, relevancia histórica, autor o editor,… que hacen de ellos un fetiche propio del coleccionismo más apasionado.

Los libros editados con características de lujo suelen tener unas características que hacen que sean dirigidos a adultos que desean conservar sus recuerdos de niñez en un formato digno de su nueva condición. En ellas se realzan tanto los valores plásticos como los emocional-nostálgicos de las obras allí contenidas.[26] Este proceso se inicia a inicios de los 60 con obras como *I primi eroi* de François Caradec[27], *Les copains de votre enfance*[28] de Empaytaz y Peignot o *Les Chefs-d'oeuvre de la bande dessinée*[29] de Sternberg, Lob y Caen y que ha culminado por ahora en una obra tan refinada como el tomo *L'art de la Bande Dessinée* publicado por la prestigiosa editorial, especializada en libros de arte, Citadelles & Mazenod.[30]

A la par que a la edición, el mundo del cómic estuvo siempre muy ligado a la publicidad y a los productos comerciales derivados, por lo que se añade aquí todo un mundo que pueden abarcar los más variopintos objetos (relojes, juguetes, pegatinas,…) con tal que lleven la figura de los personajes o algo relativo a estos.[31]

Estos elementos que configuran el universo material de los cómics como obra de arte se ha de compaginar con otros elementos asociados de manera innata al Arte como son el de *original*.[32] Esas páginas salidas de las manos de los dibujantes, matriz de lo que posteriormente la industria gráfica va a reproducir, también va a ser objeto de ese coleccionismo, siendo este término de los *originales de cómic* todo un mundo con unas características propias, ya que también

26. Conget, J.M. *El olor de los tebeos*. Valencia: Pre-Textos; Sevilla: Diputación de Sevilla, 2004.
27. Caradec, F. *I primi eroi*. Garzanti, 1962.
28. Empaytaz, F.. y Peignot, J. Les Copains de notre enfance. Denoel, París, 1963.
29. Caen, M., Sternberg, J. y Lob, J. *Les Chefs-d'oeuvre de la bande dessinée- Anthologie Planète*. Editions Planète, París, 1967.
30. Ory, P. Martin, L., Mercier, J-P. y Venayre, S. *L'art de la Bande Dessinée*. Citadelles & Mazenod, Paris, 2012. Delcroix,O. y Vertaldi, A. "De la BD considérée comme un des beaux-arts". *Le Figaro*. http://www.lefigaro.fr/bd/2012/10/29/03014-20121029ARTFIG00332-de-la-bd-consideree-comme-un-des-beaux-arts.php. 29/10/2012.
31. Lesser, R. *A Celebration of Comic Art and Memorabilia*. Hawthorn Books, Nueva York, 1975 y a nivel más particular Brunetti, I. *Aesthetics : a memoir.* Yale University Press, New Haven, Conn. 2013.
32. West, R.V. "Comics as "Ding an Sich": A note on Means and Media" en Harvey, R.C. *Children of the Yellow Kid. The Evolution of the American Comic Strip*, Frye Art Museum/ University of Washington Press, Seattle y Londres, 1998: 169-172.

abarca a aquellos que buscan primeras o determinadas ediciones, originales por tanto, que marcan un determinado estatus dentro del mundo del coleccionismo.[33]

Todo esta demanda ha venido respaldada por una serie de profesionales que se han constituido como intermediarios mediante galerías y casas de subastas que facilitan el acceso tanto a esos originales que están en manos de sus autores o de otros coleccionistas, como a esas ediciones y *memorabilia* tan apreciada por algunos aficionados. A los intermediarios especializados se han sumado también las generalistas, que han visto el filón y hacen hueco en sus programaciones para incluir este tipo de material.[34]

h) La aceptación del kitsch en el arte

Decíamos más arriba que Gilbert Seldes comentaba que lo único que afrentaba a las Artes, más allá de que fueran *High brow* o *Low-brow* (Alta o Baja cultura), era el arte falso y pretencioso, afirmando que "lo pretencioso es vulgar en cualquier definición que se le dé", en definitiva el kitsch. Pero junto a esto tampoco hay que olvidar que el cómic ha estado sumido durante mucho tiempo, y en muchos casos con razón, dentro de las categorías de lo intrascendente, lo ingenuo, lo jocoso, lo terrorífico, lo bizarro, lo melodramático… todos ellos elementos relativos al kitsch en definitiva. Sin embargo por piruetas de la historia del arte, el kitsch ha superado su cliché como obra de arte devaluada para introducirse como uno más de los elementos del arte contemporáneo. Esta aceptación de lo kitsch, a partir de la identificación que se dio entre los conceptos de arte y mundo del arte en la estética analítica de los años 70 (A. D. Danto y G. Dickie principalmente), supondrá otra vía de aproximación del cómic a categoría artística.

El mercado ha ido ampliando su aceptación dando cabida a diversas manifestaciones antes impensables en una galería o museo. Esta aceptación del cómic dentro del arte vino en primera instancia de la mano de movimientos antiarte como fueron Dadá y el Surrealismo a los cuales posteriormente se añadirían el Pop Art y el Neodadá de los años 60 y que ya establecerían un vínculo muy estrecho con el cómic. Más tarde, en los años 80 con la entrada del Street art y el grafiti, y

33. Deneyer, F. Petites histoires originales. Un voyage parmi les planches originales de la bande dessinée. Musée Jijé, Bruselas, 2016.
34. Payne, S. A. *Grailpages. Original Comic Book art and the collectors*. Twomorrows, Raleign (N.C.), 2009

desde los años 90 hasta la actualidad, con el Neopop, el Surrealismo mágico y el Geek art, su presencia e influencia es un hecho incontestable.

i) La configuración de un cómic adulto

El público del cómic inicialmente fueron los adultos. Su soporte principal, los periódicos, iban dirigidos a ellos y las sátiras y el humor que derrochaban tenían gran carga de crítica social y política. Sin embargo, por giros de la historia parece ser que esa acidez se volvió incomoda y los cómics pasaron a ser un suplemento mucho más amable y el periódico una publicación familiar que tenía secciones para cada uno de sus miembros (padres, madres e hijos), siendo los niños receptores principales de la sección de cómics. Este reparto se fue asentando y se consolidó la creencia de que su público natural eran los niños, adolescentes e iletrados anclados en un mundo infantil. No será hasta los años 60, con la mencionada teorización del cómic y las novedosas utilizaciones del cómic surgidas desde los ámbitos de la contracultura y del *underground,* en que se va a configurar progresivamente lo que desde los 70 se conocería como *cómic adulto***,** otorgándole desde el inicio un carácter distinto, que si acaso solo tenía en común con lo anterior aspectos formales. De manera intuitiva este nuevo cómic se fue asimilando a lo artístico, quedando, grosso modo y por descarte, el cómic infantil dentro de la categoría de lo no artístico. Este cómic adulto se caracterizó por abordar nuevos temas: políticos, sociales, ideológicos, filosóficos, morales… así como la introducción de un erotismo casi omnipresente. Este último elemento va a servir motivo diferenciador evidente, ya que la presencia de desnudos y actitudes procaces los mostraban claramente distinguibles de los dirigidos a la infancia y la juventud.[35]

Junto a esas implicaciones del cómic con cuestiones de índole intelectual también va a ser relevante su implicación con las corrientes visuales de vanguardia (principalmente la de la pintura, el cine y la publicidad), desarrollándose a niveles estilísticos más allá de la eficacia narrativa que tan bien se había expresado en la Edad de Oro

35. En España este hecho tuvo un ejemplo palmario en la exposición *Homenaje a Hergé* en la Fundación Joan Miró de Barcelona. Determinados críticos, editores y autores firmaron un manifiesto protestando ante tal hecho al considerarlo como un reconocimiento al infantilismo del cómic y un menosprecio al cómic adulto/artístico que es el que debería ocupar ese lugar. Sobre el tema: Vilches, G. *Del boom al crack: la explosión del cómic adulto en España: (1977-1995).* Diminuta, Barcelona, 2018 y a nivel más internacional, Sabin, R. *Adult Comics. An introduction.* Routledge, Londres y Nueva York, 1993.

del cómic americano por parte de autores tan relevantes como Hal Foster, Alex Raymond o Milton Caniff, y que bien podía asimilarse a un cómic para todos los públicos y por tanto también adulto. La llegada de los años 60 va a implicar la introducción en doble dirección del cómic en la pintura contemporánea y de la pintura en el cómic, siendo esto también un signo de aceptación por parte de instancias del arte al cómic, estableciéndose una identificación artística con el pop-art, la abstracción, el arte político, minimalismos, conceptualismos, etc., concepciones todas ellas evidentemente de un carácter adulto.[36]

j) La formación de los autores de cómic

En los inicios del cómic era tradicional que la formación de los dibujantes de cómics soliera ser bastante poco ortodoxa y las únicas ofertas para una posible formación aparecían en las páginas de los propios tebeos mediante academias más o menos sospechosas de jugar con la inocencia de sus lectores. También fueron editándose en un goteo constante libros sobre cómo aprender a dibujar historietas, todos ellos provenientes de dibujantes con más o menos dotes pedagógicas. Sin embargo la mayoría de ellos fueron formándose al pie del cañón, mediante la práctica y la guía más o menos mimética de lo que realizaban compañeros más experimentados.

Evidentemente también los había que poseían estudios artísticos y que normalmente caían en este mundo como una salida alimenticia fácil mientras esperaban encontrar una galería o un trabajo mejor. David Hadju salpica su libro -*La plaga de los cómics*- de innumerables ejemplos de pobres diablos casi adolescentes poblando las editoriales a pesar de unas dotes más bien escasas en el dibujo y una formación a veces insuficiente cuando no inexistente. El testimonio de Will Eisner es elocuente: "No veía futuro para mí en los *comics books*, porque pensaba que tendría que pasarme la vida haciendo siempre lo mismo, una y otra vez. (…) Los tebeos estaban considerados entonces como una forma artística muy baja, muy pobre y no me sentía muy orgulloso de formar parte de ella (…) En

36. Dagen, P. "Sens dessus dessous. Art contemporain et bande dessinée". *Le Debat Gallimard. Le sacre de la bande dessiné*. Nº195, mayo-agosto 2017: 16-24. A nivel expositivo se pueden resaltar: Clauss, Ingo et al. *KABOOM! : Comic in der Kunst = Comics in art*, Weserburg Museum für Moderne Kunst, Bremen, 2013, Affolter, C. et al. *"Mit Pikasso macht man kasso" Kunst und kunstwelt im comic*, Museum für Gestaltung, Zurich, 1990 y el ya citado de Rosenberg, D. y Sterckx, P. VRAOUM!.

aquellos días, decir que eras dibujante de cómics era como decir que eras portero o que fregabas suelos[37]".

Sin embargo ese estado de carestía se fue solventando y poco a poco se va a producir una *academización* de los autores. Desde la apertura de las primeras escuelas serias donde se impartían estudios específicos sobre cómic –School of Visual Arts (1947), Escuela Panamericana de Arte (1956), el Atelier del Institute Saint-Luc (1969) [38]- hasta hoy día se ha producido una transformación muy profunda y específica en la calidad técnica de los autores que ha llevado tanto a un nivel de destreza muy alto como a una cierta uniformidad estilística bastante clónica aunque a la vez, y paradójicamente, haya arraigado entre esos jóvenes autores la convicción de las posibilidades artísticas de este lenguaje. Incluso los estudios superiores universitarios han acogido materias específicas relativas al cómic en sus facultades de Bellas Artes, llegando hasta la creación de titulaciones específicas sobre el tema. Todo este esfuerzo formativo ha conseguido que se hayan ido cosechando un amplio plantel de magníficos profesionales.

5. CRÍTICAS RESISTENCIAS Y PERSISTENCIAS

Una vez visto el proceso desarrollado, los distintos factores, agentes legitimadores y sus efectos, sería momento de plantear también algunas de las posiciones críticas que han permanecido y otras nuevas que se han producido.

Como decíamos, el desarrollo de la conciencia del cómic como arte ha calado entre los autores y ante la pregunta de si se consideran artistas, las respuestas oscilan desde un rotundo sí[39], a otros que definen de forma más difusa como dibujantes, contadores de historias, *cartoonists*, creativos[40],… Sin embargo muchos de ellos reconocen a

37. Hadju, D. *La plaga de los cómics*. *Cuando los tebeos eran peligrosos.* Es Pop, Madrid, 2018: 48.
38. Groensteen, T. *La bande dessinée depuis 1975*. Albin Michel/ MA editions, París, 1985: 19.
39. Ante la pregunta "¿te consideras artista?", en una microencuesta a unos cuantos autores de cómic nacionales e internacionales elegidos al azar, las respuestas oscilaron entre el lacónico "Sí" de Michael Kupperman a un más explícito "Sí, es un arte, el cómic es un arte. Pienso que la narración con imágenes es un arte. Poco me importa que se difunda en reproducciones, libros, prensa o exposiciones. La mecánica del lenguaje es la misma, una narración con imágenes" por parte de Francis Olislaeger.
40. "¡Qué complicado! Respuesta corta: sí. Pero. El arte me parece un concepto complejo

algunos de sus colegas como tales y a los que sí se les puede calificar abiertamente con esa denominación dada su capacidad para reflejar *de verdad todas las cosas*, mientras que los demás pueden ser buenos profesionales y pueden tener mayor o menor acierto a la hora de hacer un cómic pero nada más.[41]

Por otro lado algunos de ellos discriminan una definición matizable a la hora de ser calificados como artistas[42], sospechando que detrás de esa calificación puede haber un aspecto elitista o soberbio. Ven su labor más como un medio de comunicación, de expresión, dejando el juicio sobre si lo que hacen es arte o no, a los demás, al paso del tiempo o a su propia obra.[43]

Además entre ellos se distinguen dos actitudes. Por un lado se ven imprescindibles para la sostenibilidad del cómic gracias a su profesionalidad pero a falta de una consolidación industrial y su consecuente repercusión económica (rentable y estable) no ven futuro a su papel como artista. De hecho persiguen actitudes e inquietudes artísticas que subyacen en la libertad de cualquier creador y que se revelan ante las imposiciones de una industria que les maltrata de una manera (tiranizándolos) o de otra (despreciándolos). Con ello se revela una escisión entre el *dibujante profesional* más o menos inserto en la industria y el *autor artista* que actúa de una manera independiente, cuyas producciones no le permiten vivir de aquello que hace por lo que ha de actuar en círculos alternativos,

---

sobre el que no he profundizado nunca, me cuesta definir lo que es el arte por lo tanto me cuesta definirme como artista. Me gusta más "creativo" o directamente "dibujante", pero tampoco me molesta el término."
Javi de Castro (entrevista personal)

41. "Siempre me he referido a mí mismo como dibujante de cómics, es mi habilidad, pero es mi punto de vista. Brueghel era un artista. R. Crumb es un artista, Chris Ware también. Pero a la mayoría de los dibujantes de cómics no los consideraría "artistas". No pueden dibujar todo lo imaginable con gran imaginación, ellos solo pueden dibujar una aproximación *comiquera* de las cosas. O simplemente dibujar entretenimiento." Rich Tommaso (entrevista personal)

42. "Sí, soy artista, no como algo especial o elitista, sino como una elección en la forma de expresión y participación social que escogí hace muchos años y en la que sigo trabajando sobre el lenguaje artístico y su discurso... desde la creación.... también quiero aclarar que hablo del arte en minúsculas, como acción y herramienta de transformación social, bien lejos del supuesto que imagina una categoría que eleva al "Artista" como mito clasista y frívolo de élites... Trabajo en el discurso del arte, desde el arte y con el arte..." Marika Vila (entrevista personal)

43. "Yo utilizo el lenguaje, o sistema, del cómic para expresarme. Ya dirán en el futuro si era arte. Eso sí, si artista es sinónimo de pasarlas putas, sí que lo soy. En el resto pues procuro convertir el medio de comunicación que es el cómic en mi medio de expresión." Ángel de la Calle (entrevista personal)

o directamente contraculturales, que enriquecen al cómic pero de manera marginal y con tan poca aceptación que minan su moral e invitan al abandono. Su máxima, y a veces única recompensa, es ver publicada su obra.

Otro aspecto que se puede percibir, es que frente a lo infantil, lo humorístico y lo satírico, lo desenfadado y lo trivial, -que son fuentes primigenias del cómic y que parecen carecer del carácter trascendental que se le supone al arte- se pretendan unos argumentos adultos, intelectuales y profundos que espantan a gran número de lectores, destruyen la afición y por tanto la perdurabilidad del medio. Frente a aquellos lenguajes visuales llanos, accesibles, llenos de gracia y desenfado se articulan lenguajes de vanguardia estética obtusos para el lector medio, el cual los percibe como pedantes e inadecuados, mientras la crítica los ensalzan como nuevas posibilidades y avanzadillas de lo por hacer. Esta escisión también se produce entre los propios profesionales del medio, y donde para unos la aceptación y el éxito popular (anhelo de volver a ser un medio de masas) son garantía de calidad, para otros lo es la exigencia intelectual y artística (y por tanto elitista). Lo bueno de ambas posturas es que las dos producen obras maestras de gran calidad que enriquecen y amplían la oferta.

Hay cuentas pendientes. Todavía nos encontramos que las instancias legitimadoras (universidades, museos, los media) a veces siguen cargando contra el cómic tachándolo de infantil, vulgar o insignificante fijándose para ello evidentemente en los productos de peor calidad, generalizándolo hacia todo el género e ignorando a los más sobresalientes. Esto se le puede achacar al propio mundo del cómic que parece no rentabilizar las grandes obras que ha producido traduciéndose en una imagen pública en permanente cuestionamiento. ¡Si incluso el propio nombre del género está indefinido y en entredicho![44]

Los lastres que ha arrastrado el cómic y sigue arrastrando, son muchos: infantilismo, inmadurez, poco educativos, lectura de evasión, la preeminencia visual como un atentado a una correcta cultura logocéntrica, repleta de violencia y sexo, mediocridad artística,... Groensteen

44. Quien haya leído las paginas precedentes se habrá dado cuenta que he intentado utilizar un solo nombre, cómic, como término internacional y he evitado abonar el debate con labores tan improductivas como las visiones localistas o las luchas conceptuales sobre términos más o menos comerciales o disquisiciones de formato. Sobre esto véase p. e. Guiral, A. "¿Qué es la historieta?" en Bergado, R., Galvez, P., Guiral, A. y Redondo, J. *Comics: Manual de Instrucciones*. Astiberri, Bilbao, 2016: 7-20.

los resume en los "cuatro pecados originales del noveno arte"[45] opinando que estos son los que fundamentan la recurrente acusación de insignificancia artística y que son ciertos porque se apoyan en los elementos que constituyen su misma esencia: 1) el hecho de ser un género híbrido, 2) el que la fuente de la mayoría de sus temáticas pertenezcan a sub-literaturas, 3) el que gran parte de sus imágenes se fundamenten en una rama inferior de las artes visuales como es la caricatura y 4) que no fomenten un desarrollo adulto de la personalidad sino que parezca querer sumir al lector en una infancia perpetua. Estas acusaciones no son ningún descubrimiento y han sido rebatidas en múltiples ocasiones de manera más o menos plausible pero lo llamativo es que nunca definitivamente.

Entre los argumentos que esgrime quizá destaque una reflexión que nos compete sobre el hecho de que quizás el cómic no necesite de ese reconocimiento artístico, que puede vivir perfectamente fuera de ese sistema ya que incluso el elemento más remarcable y práctico de la institucionalización artística del cómic, como puede ser su inmersión en el mercado del arte, en cuanto denota una valoración tanto monetaria como social, es prescindible porque cuando todavía no había esa inmersión ya existía una relación más o menos directa entre autor y aficionado en los encuentros, firmas o simplemente los encargos.

¿Porque quién quiere que el cómic sea un arte? Es evidente que para los creadores esa consideración *en* sí misma no les importa de manera trascendental y no suelen prestarle mucha atención a no ser que esto les beneficie en su bolsillo o en su ego. Es más, parece que la ven como una realidad inútil. Que lo sea o no, no es relevante. Los que realmente están interesados en la consideración artística del cómic son otros agentes que obviamente se van a beneficiar de ese estatuto: a las escuelas especializadas porque van a encontrar más fácilmente nuevos posibles alumnos; los coleccionistas porque su inversión se va a revalorizar; a los galeristas porque va a atraer a nuevos compradores; a los museos porque va a descubrir nuevos terrenos donde poder desarrollar sus colecciones y exposiciones, logrando nuevo público que pase por taquilla; a los aficionados, porque van a encontrar reconocida culturalmente su afición y no van a ser menospreciados por dedicarse a estas cuestiones; a la crítica porque va a articular un canon y un prestigio para determinados autores por lo que obtendrán un cierto poder sobre

45. Cfr. Groensteen, T. "Why are comics still in search of cultural legimitation?" en Magnussen, A. y Christiansen, H. (eds.) *Comics and Culture. Analytical and Theoretical Approaches to Comics*. Museum Tusculanum Press, Copenhagen, 2000: 8-29.

ellos; a los editores porque conseguirán nuevos nichos de mercado atrayendo a nuevos clientes que acudirán a la campaña de marketing que supone esa elevación cultural. La consideración artística del cómic no es un efecto colateral inocuo, como lo pueda ser para un autor, aquí sí que está suponiendo ese salto cualitativo del que hablábamos al principio.

Pero no nos engañemos, el cómic no podía ser un arte desde el punto de vista ontológico moderno[46]. No era cuestión de rechazo sino de no cumplir con los principios que la Modernidad exigía al arte, en ella se veía necesario seguir distinguiendo el arte de las meras prácticas culturales en general. La *artisticidad* o el concepto moderno de arte desde un cierto punto de vista reside en la realización de una tarea *in*-útil, en su falta de finalidad directa, liberado de la servidumbre de lo útil, de la que en su creación como concepto moderno hizo que se segregara del concepto de artesanía[47]. La creación de un espacio para ubicar una serie de objetos que se segregaban del sistema de los objetos útiles, de su consideración como elementos meramente mercantiles, sin alma, cosificados. Esos objetos que en su ejecución habían pasado de ser el fruto de alguien, fruto de una destreza, del amor a un oficio con una implicación social, de un saber, estaba convirtiéndose a causa de la industrialización en algo que se despersonalizaba. El arte venía a cubrir esa faceta del ser humano que se veía amenazada (el *homo faber*) incluso como algunos se atreven a decir (el *homo spiritualis*).[48]

La literatura ha estado ahí -desde el *Frankenstein* (1818) de Mary Shelley al *Momo* (1973) de Michael Ende, pasando por ese profeta de nuestro tiempo que fue Ray Bradbury- presagiando esa pérdida espiritual del ser humano en pos de su cosificación o somatización. Es curioso que en el mundo distópico que plantea Bradbury en *Fahrenheit 451*, el arte y la literatura fueran suprimidos y perseguidos, mientras que el cómic o la televisión eran aceptables. En 1953 precisamente escribió eso, cuando todavía no se habían iniciado los primeros atis-

46. Cfr. mi artículo "¿Por qué el cómic no *era* arte? Algunas reflexiones sobre arte y cómic en la ámbito universitario". *Ouch!* nº 1 (Universidad de Granada, 2017): 38-42.
47. El cómic se vuelve inútil cuando la página *original* que hizo el dibujante se enmarca (se la dota de *aura*), sacándola del circuito de lo útil, de lo industrial. Con ello deja de ser propia y completamente un cómic para pasar a ser un dibujo con estructura de cómic pero a la que se le ha privado de su naturaleza narrativa al ser solo una página, una tira,… un verso suelto. El resto será fetichismo (guiones, copias de época, bocetos,…)
48. Véase el documental de Herzog, W. *La Cueva de los sueños olvidados*, 2010 o el libro de Bulin-Xavier, G. *Homo spiritualis (La dimension spirituelle de l'Homme).* Edilivre, París, 2017.

bos de reconocimiento cultural para el cómic, sino que al contrario se estaba en plena campaña anticómics y a punto de alcanzar su clímax al año siguiente con el libro de Wertham[49]. La razón de esa salvedad y de esa prohibición es como dice el bombero jefe Beatty a Montag, el protagonista: "ninguno de esos libros está de acuerdo con el otro"[50]. Ello implica que los libros dicen algo y que ese algo puede y debe ser distinto a lo que dice otro libro. Es decir el pensamiento autónomo, la gran máxima del *sapere aude* kantinano, la antítesis hegeliana, la dialéctica marxista,… a fin de cuentas la digresión discrepante. Ese fracaso de la modernidad –ya que en ese principio crítico residía su fundamento- es el gran tema de la novela.

¿Eso no lo pueden hacer los cómics? Evidentemente sí. Pero en aquel entonces no, solo es posible de un tiempo a esta parte, en el presente contexto *post*-moderno y solo en cierta medida. Porque en un cómic ese no era ni es su propósito principal, ni tan siquiera secundario. Su finalidad primigenia es el entretenimiento y como mucho el *comentario*. El cómic no debía contener ideas, solo relatos más o menos elaborados, ya que un cómic con *pensamiento* visual o textual, es candidato más que firme al fracaso comercial y por su mismo formato al desinterés por parte del intelectual[51].

El arte, ese concepto poliédrico que a base de las infinitas aristas que posee se acerca a la esfericidad -donde ninguna de ellas es lo suficientemente relevante como para ser definitoria y por donde poder asirlo- nos lleva a esa volubilidad que hace que si queremos podamos considerar arte aquello que decidamos socialmente que lo sea. Actualmente gracias a los procesos descritos se ha conseguido esa aceptación y el comic ya no es ese juguete de usar y tirar. Son obras que pueden poseer un relieve cultural y una apreciación social mayor

49. Wertham, F. *Seduction of the Innocent*. Rinehardt, 1954 y sobre su impacto, además la visión americana del citado de Hadju, una un poco más global en Lent, J. A. (ed.) *Pulp Demons: International Dimensions of the Postwar Anti-Comics Campaign*. Associated University Press, 1999.

50. Bradbury, R. *Fahrenheit 451*. Orbis, Barcelona, 1984: 49. Más adelante este mismo en su gran alegato dice: "No es *extraño* que los libros dejaran de venderse, decían los críticos. Pero el público, que sabía lo que quería, permitió la supervivencia de los libros de historietas. (…) En la actualidad, gracias a todo ello, uno puede ser feliz continuamente, se le permite leer historietas ilustradas o periódicos profesionales": 70

51. Ya lo hemos dicho antes y queremos remarcarlo: existen las excepciones, que son las que son arte, y como tales son las que lograron y siguen logrando encender la inteligencia y las emociones del espectador/lector que puede ver más allá de incluso la propia obra (lo que vienen a ser las lecturas e interpretaciones que ya se podían encontrar en aquellas revistas pioneras como *Giff-Wiff* o *Phenix* sobre autores e historietas de tono abiertamente infantil o juvenil)

o menor, pero que la tiene a poco que nos acerquemos a sus obras con los ojos lo suficientemente abiertos.

La Modernidad arrastró esa dualidad frente al cómic. La inestabilidad de su soporte primario (la prensa) y los mecanismos industriales utilizados en su producción (la imprenta), resultaban, de seguir la máxima mcluhaniana (el medio es el mensaje), un producto insuficientemente serio. En la postmodernidad que nos ha tocado vivir los medios de producción son distintos, su sitio está alejado del papel de pulpa y el periódico, el comic hoy se basa en otros formatos mucho más presentables y dignos.

Y podríamos seguir exponiendo pros y contras sobre el arte del comic. Pero el gran argumento a favor del comic como arte es que éste desde siempre ha sido un medio de expresión donde mediante imágenes se han narrado historias visuales que crearon espacios y tiempos de fantasía, humor, misterio y silencio. Campos que lo sitúan de manera suficiente y definitiva como territorio de creación propicio para soportar la desesperante levedad de la consideración artística.[52]

52. Una imagen vale más que mil palabras. "Catherine quita a la belleza todo el peso que con demasiada frecuencia nos impide disfrutarla" Lançon, Ph. "Catherine, lavandera ligera" en Meurisse, C. *La levedad*, Impedimenta, Madrid, 2017: 3.

Meurisse Rothko

9:13

GIMNASIO CLUB DEPORTIVO LOS ÁNGELES

Martín Vitaliti
Artista visual | martinvitaliti@gmail.com

Recibido: 28.10.19 | Aceptado: 4.12.19

Resumen

Memoria de la instalación en el Gimnasio Los Angeles en L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona) en la que se plantea la reflexión sobre tiempo y espacio utilizando los recursos narrativos y gráficos del cómic. Se complementa con un dossier de collages, instalaciones y publicaciones realizadas por el artista y mostradas en diferentes exposiciones tanto en galerías como museos. .

Palabras clave

Cómic | instalación | arte | dibujo tridimensional.

Abstract

Memorandum of the installation at the Los Angeles Gymnasium in L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona), where there is a reflection on time and space using the narrative and graphic resources of comics. This is complemented with a portfolio of collages, installations and publications by the artist and exhibited in exhibitions in both galleries and museums.

Keywords

Comic | instalation | art | 3D drawing.

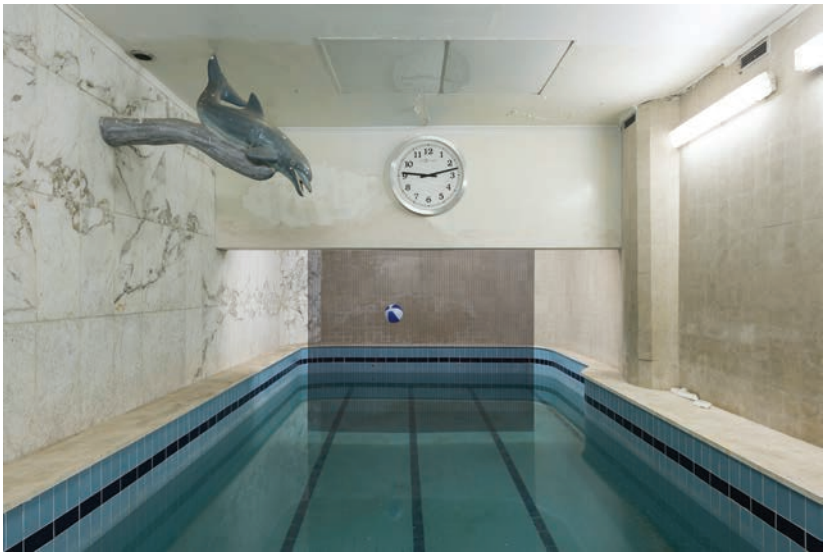
09:12/3

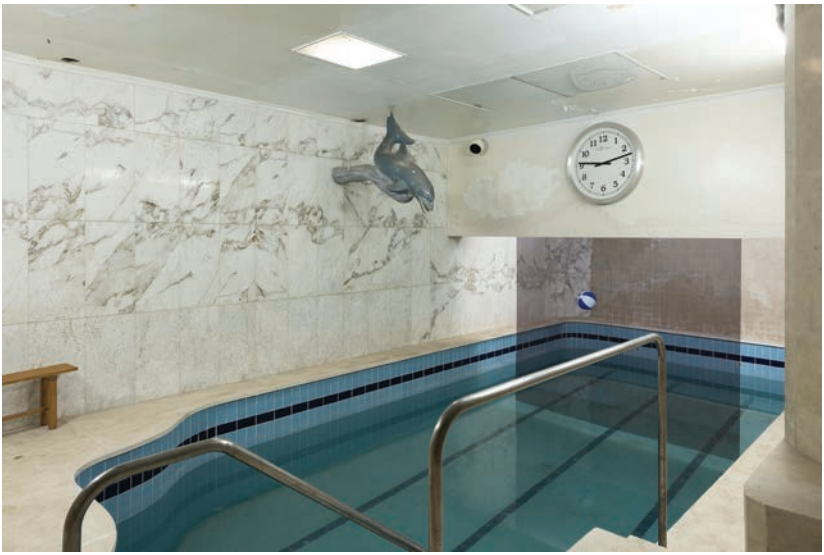
El Gimnasio Club Deportivo Los Ángeles es un recinto deportivo de pequeñas dimensiones ubicado en la planta baja y el subterráneo de un edificio de pisos del barrio de Santa Eulalia, en L'Hospitalet de Llobregat. Parece que mientras estuvo en funcionamiento llegó a ser un club bastante exclusivo, que según dicen incluso frecuentaba quien entonces era el alcalde de la ciudad. Aun así, y si lo comparamos con las cadenas de gimnasios de grandes grupos empresariales o con los grandes clubes deportivos que desde inicios del siglo XX fueron constituyéndose en la provincia de Barcelona, Los Ángeles se revela como un gimnasio modesto de barrio obrero, con instalaciones de medida pequeña en las cuales probablemente el deporte se practicaba con un ánimo recreativo y social más que competitivo. Hace más de una década que el gimnasio cerró y que está en desuso, pero sus espacios -a pesar de que se han visto bastante afectados por el paso del tiempo y la desocupación- transmiten la impresión de haberse mantenido tal cual estaban en el momento en que el club cerró sus puertas.

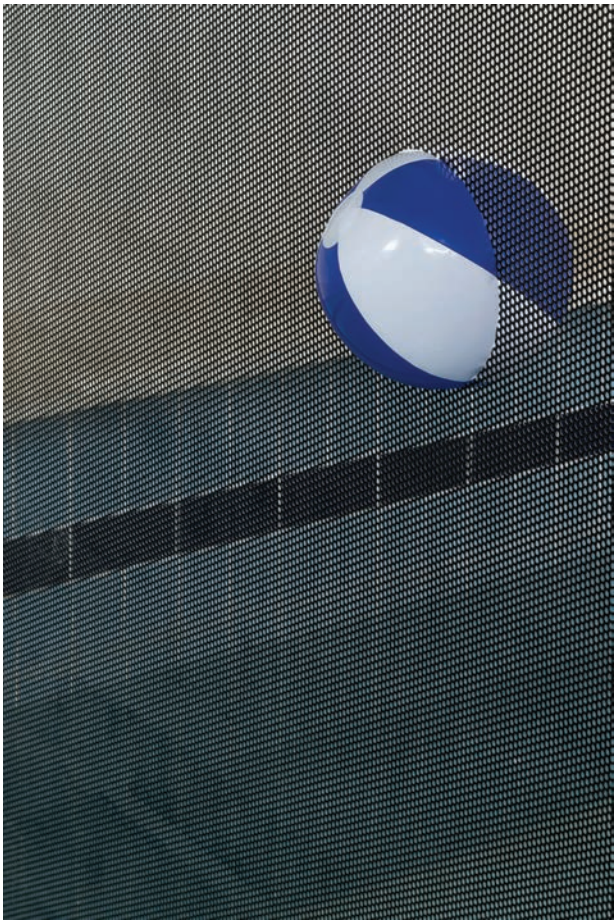
En su intervención artística en el antiguo Gimnasio Club Deportivo Los Ángeles, Martín Vitaliti parte de esta circunstancia para plantear un trabajo especulativo sobre la posibilidad de que, en este gimnasio de L'Hospitalet, el tiempo se hubiera parado. El título de la obra, 09:12/13 -una franja horaria lingüísticamente impronunciable-, revela el punto de partida del proyecto, pues remite a la hora marcada por un reloj parado que hay en una de las salas del gimnasio. No sabemos en qué año ni en qué mes se paró el reloj, ni siquiera si era por la noche o de día, y es justamente esta incertidumbre la que sirve a Vitaliti como espacio de especulación para construir su trabajo, una instalación situada en los espacios subterráneos del club deportivo que explora la idea de instante y la experiencia ilusoria de un tiempo detenido.

La obra central de la instalación es una animación audiovisual de una didascalia de cómic que, partiendo de la hora marcada por el reloj, plantea un loop temporal. A través tanto de la imagen como del audio (un fragmento de un tema musical que acostumbraba a sonar por la megafonía del club), la animación utiliza la reiteración para generar una sensación opresiva de estancamiento en el tiempo y de imposibilidad de evolución. Esta animación pone en relación otras dos escenas, en las cuales reencontramos la traslación espacial de algunos de los recursos auditivos y gráficos utilizados en el vídeo, hecho que genera la posibilidad de una lectura circular que redunda en la idea de loop temporal. A la izquierda y derecha de la zona de paso donde está situada esta animación, en dos salas destinadas a prácticas deportivas diferentes, encontramos dos pelotas (una en cada espacio) que han quedado suspendidas en el aire, paradas en un momento concreto de sus trayectorias. El elemento que sostiene cada pelota es una lámina de metal con una retícula de agujeros que, además de funcionar como apoyo, crea una división del espacio, convirtiéndose entonces en un elemento arquitectónico más. Vitaliti concibe estas láminas como una traducción arquitectónica de un recurso que en el lenguaje del cómic recibe el nombre de “halftone”, y que introduce tonalidad gris en los dibujos, proporcionándoles sombra y volumen.

La propuesta, como es habitual en la práctica artística de Vitaliti, toma el lenguaje del cómic como objeto de análisis y materia de trabajo, y lleva al terreno espacial algunos de los recursos que en los cómics se utilizan para representar aspectos durativos y temporales. Más que la evolución del tiempo, Vitaliti construye un escenario que justamente sugiere la detención de este, algo bastante irónico si consideramos la centralidad que valores como el movimiento, la velocidad y la potencia tienen en el contexto de los gimnasios y en la práctica del deporte en general.







9:12

Site especific

Chapa de acero perforada, pelota de playa, pelota squash, video 1" (loop), audio 1" (loop), 2017

(Dentro del marco curatorial Composicions de Gallery Weekend Barcelona, 2017)

Collages e instalaciones

 # 08

Collage
37x 49 cm.
2011
A partir de: THOMAS, Roy; TUSKA, George. Flash. Secret Origins, nº 4; Ediciones Zinco: Barcelona, 1986.

 # 15

Libro intervenido
24 x 34 cm.
2011
A partir de: STURM, James. El Asombroso Swing del Golem; La Cúpula: Barcelona, 2008.

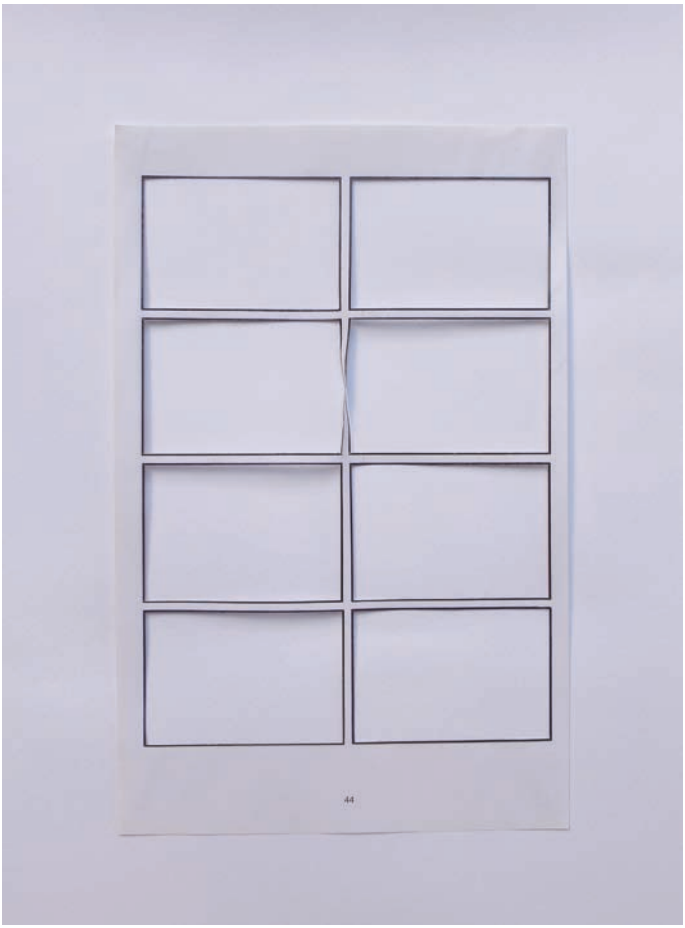
#17

Mesa de madera, caballetes, impresión digital sobre papel
200 x 200 cm.
2011-12

A partir de: Varias publicaciones.

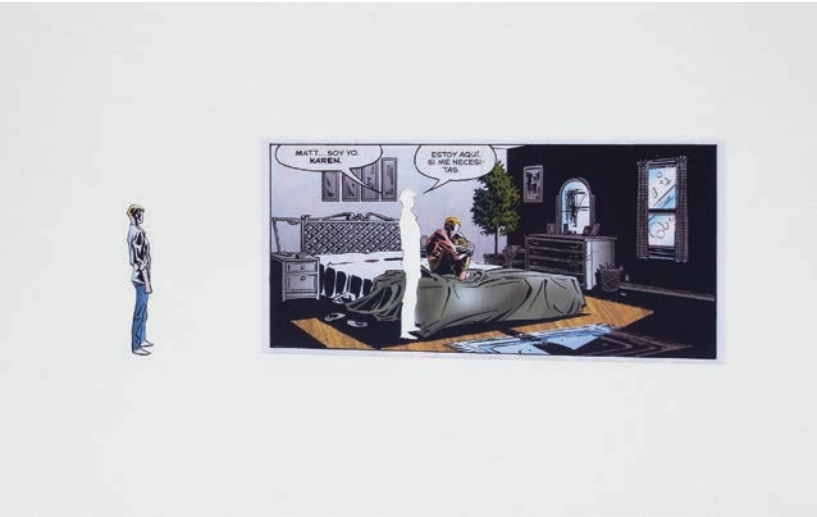
 # 21/I

Página intervenida
42,7 x 34 cm.
2011
A partir de: SIEGEL, Jerome; SHUSTER, Joe. Superman. Las primeras 100 historietas, nº 5; Clarín: Buenos Aires, 2010.



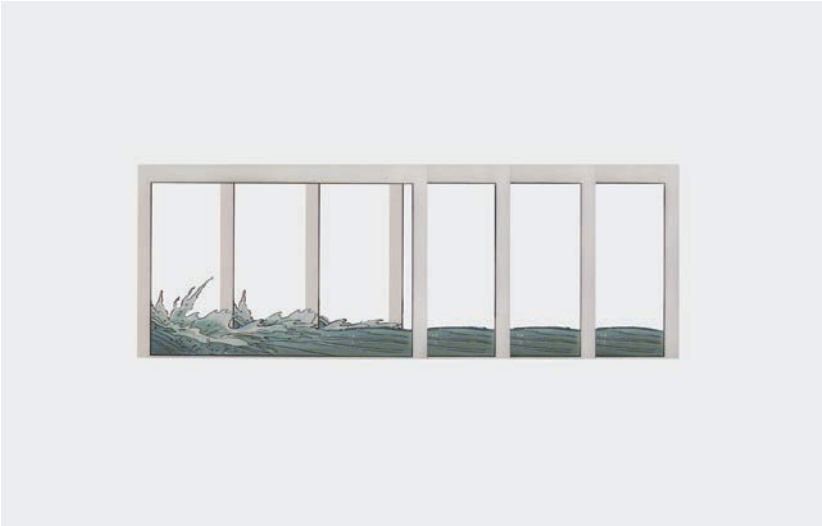
 # 32

Página intervenida
42,7 x 34 cm.
2011
A partir de: SIEGEL, Jerome; SHUSTER, Joe. Superman. Las primeras 100 historietas, nº 2; Clarín: Buenos Aires, 2010.



 # 43

Collage
33,5 x 29 cm.
2012
A partir de: DEMATTEIS, J.M.; NORD, C.; REINHOLD, B. Darevil. Purgatorio, nº 5; Planeta de Agostini: Barcelona, 1996.



 # 58 /I

Collage
40 x 57,5 cm.
2012
A partir de: LOEB, Jeph; SALE, tim; Superman. Las cuatro estaciones, nº 4; Norma Editorial: Barcelona, 2001.

 # 66

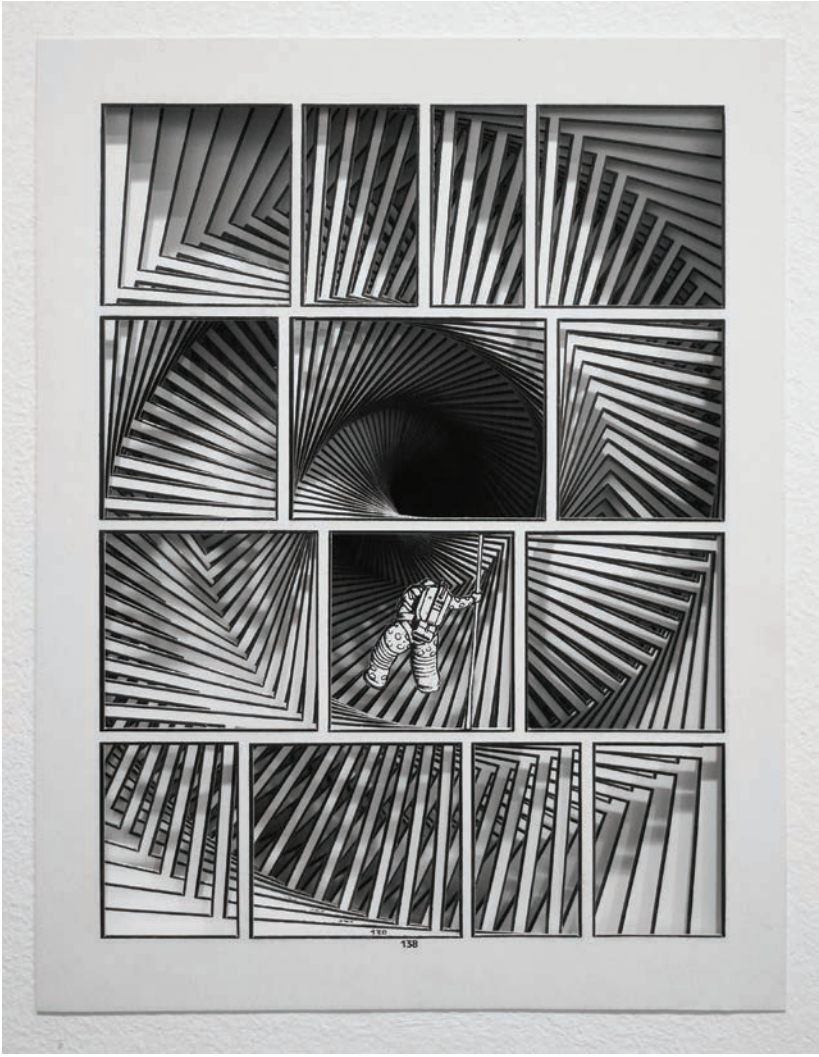
Collage
40,5 x 31 cm.
2012
A partir de: BYRNE, John (1987); Superman, nº 16; Ediciones Zinco: Barcelona, 1987.

(vista general)

(detalle)

70

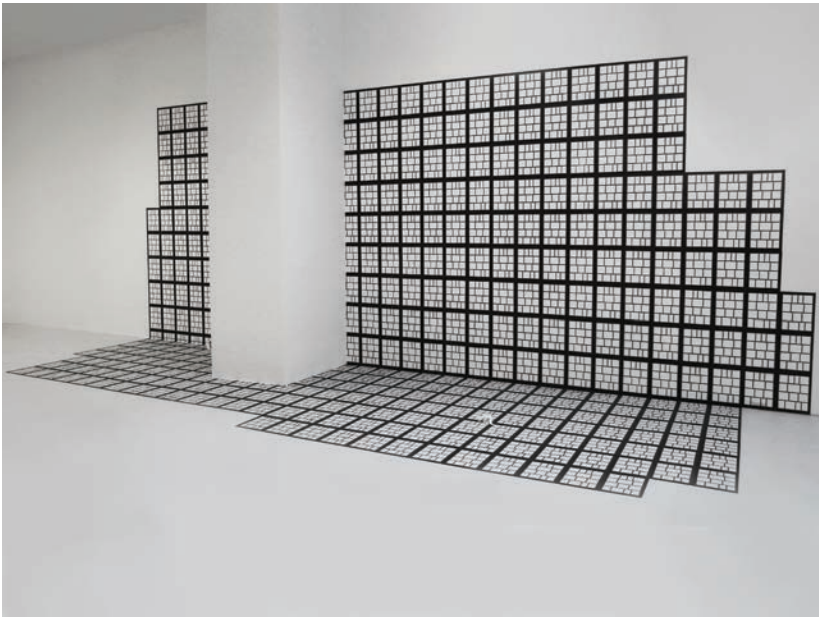
Collage
135,3 x 265 cm.
2012
A partir de: BYRNE, John [et al.]; Las aventuras de Superman, nº 3; Planeta de Agostini: Barcelona, 2006.



 # 93

Impresión sobre papel
40 X 40 X 60 cm
2013

A partir de: MANARA, Milo. Fon, en Fierro. Extra Almanaque 1986; Ediciones de la Urraca: Buenos Aires, 1985.



#134

Papel negro troquelado, impresión sobre papel
Medidas variables
2016

(Vista instalación Gallería Kandlhofer, Viena)

#141

Impresión sobre papel, tinta sobre papel, papel troquelado, revista original, viñetas originales, papel encolado negro sobre madera, estructuras de madera

Medidas variables

2017

(Vista instalación Arco Fair 2017, Madrid)

#143

Página intervenida
36 x 28 cm

A partir de: HITCH, Brian [et al.]; Hulka, nº 10; Planeta de Agostini: Barcelona, 1991.

 # 166

Papel troquelado, tinta, pintura negra, madera.
60 x 46 x 16 cm
2019

Publicaciones

Action Comics Detournement #01

Publicación
Editorial ferranElOtro Editor
500 ejemplares
2019

360º

Publicación
Editorial AL. Distribución: Buchhandlung Walther König, Köln
360 ejemplares
2016

«Podríamos definir este libro como un "cómic-concepto". Se basa en una sola página de La Banda del Missouri, diseñado por el aclamado italiano Hugo Pratt (publicado en Tótem Extra 20. Especial Western,Madrid: Editorial Nueva Frontera, 1978, p. 91). Su retícula de trece viñetas ha sido reproducida cuarenta y una veces, a la vez que Vitaliti ha desarrollado las respectivas ilustraciones, lo cual resulta en trece vistas panorámicas de cada escena del libro.

»La narrativa en sí — el descubrimiento, por parte de unos indios y guardias, de un caballo sin jinete y un cuerpo flotando en el río Missouri— no tiene un significado especial; lo que sí lo tiene es el vacío de un gran paisaje desarrollado por la intervención de Vitaliti. Este paisaje evoca cierta clase de "algo en medio", creando, por un lado, un efecto cinematográfico y visual, y por otro un guión ilustrado que se diría congelado.

»Ciertamente, comparado con otras célebres representaciones de paisajes — pensemos, por ejemplo, en Panorama of San Francisco from California Street Hill (1877), de Eadweard Muybridge, o Every Building on the Sunset Strip (1966), de Ed Ruscha—, el enfoque de Vitaliti parece muy complejo.Lo que a primera vista podría parecer como un popular libro de cómics, se ha transformado en un cadavreexquis: una historia ya existente narrada de nuevo por otra persona, que no la lleva a un clímax, sino que la fija como si se hubiera quedado detenida.»

(Moritz Küng)

LA APARICIÓN DE LA CONCIENCIA ARTÍSTICA EN EL CÓMIC OCCIDENTAL

GERARDO VILCHES FUENTES
Universidad Europea de Madrid | gervilches@gmail.com

Recibido: 2.11.19 Aceptado: 4.12.19

Resumen

Desde los años sesenta, se ha ido desarrollando un proceso de legitimación social y cultural en el cómic, que ha provocado la aparición de una conciencia artística, tanto consciente como inconsciente, según el caso, por parte de los autores. Ese proceso conlleva una relación con el arte establecido que no está exenta de tensiones, eco de la que existe entre el *Highbrow* y el *Lowbrow*. En algunos casos, se resuelven con una actitud integradora, mientras que en otros persiste una desconfianza que se traduce en sátira. Analizar todas estas cuestiones permitirá arrojar luz sobre la evolución del medio y su actual posición en la cultura occidental.

Palabras clave

Cómic | Conciencia artística | Cultura de masas | Novela gráfica | *Underground.*

Abstract

Since 60's, a social legitimating social and cultural proccess has been developed in comics, which has motivated the emergence of an artistic awareness, conscious or unconscious, as the case may be. This proccess involves a relation with the stablished art but not without tensions, reflection of that with exist between Highbrow and Lowbrow. In some cases, they are solved with a integrating actitude, while in others a mistrust persists, which is expressed in an satirical way. Analizing all these topics allow to bring the medium evolution and its current position in western culture to light.

Keywords

Artistic awareness | Comic | Mass culture | Graphic Novel | Underground.

If comics are no longer a part of the most-mass part of mass culture, they've got to redefine themselves as Art or die.

Art Spiegelman[1]

Desde los años sesenta hasta la actualidad, el cómic ha experimentado un proceso de legitimación cultural y social evidente, que ha conllevado el reconocimiento institucional en forma de exposiciones en museos y galerías, becas, presencia en medios de comunicación y premios de diversa índole, además de otras cuestiones quizá no tan desarrolladas, pero no precisamente menores, como su uso como recurso didáctico en el aula. No es mi objetivo analizar las bondades o maldades de este proceso, sino constatar cómo, de manera inevitable, se ha visto acompañado por la adquisición por parte del medio y sus profesionales de una conciencia artística que no había existido en la mayor parte de su trayectoria. No se trata, por tanto, de discutir si el cómic es o no un arte, sino de analizar qué cambios han operado en el propio cómic y en el contexto cultural y social para que la aparición de dicha conciencia sea posible.

1. EL ARTE Y LA TÉCNICA

Aunque no siempre reparemos en ello, la definición de arte no es algo estático e inmutable. A lo largo de la historia, lo que la humanidad ha percibido como arte ha cambiado constantemente, con una tendencia inclusiva que, de forma gradual, permite incorporar nuevas formas de expresión. Por tanto, la condición artística de un objeto no tiene nunca un carácter inmanente: nada puede ser arte *per se*, sino que es *percibido como* arte en un momento y en un lugar concretos. Es una convención social consensuada a la que se llega mediante procesos complejos, que van mucho más allá de lo que un solo individuo pueda considerar en un momento dado. Es por eso que, en lo que respecta a este texto, considero como ajustada y certera la definición de Dino Formaggio: «Arte es todo lo que los hombres llaman arte». El consenso es clave: de nada sirve que algunos aficionados insistan en la cualidad artística del cómic —o de *algunos* cómics, como veremos más adelante— si esa percepción no traspasa las paredes del nicho cultural ni permea al resto de la sociedad.

1. SPIEGELMAN, Art: *MetaMaus*. London: Viking, Penguin Books, 2011, p. 203. «Si los cómics ya no son parte de lo más masivo de la cultura de masas, deben redefinirse como arte o desaparecer». Traducción propia.

La jerarquía de las diferentes artes, por tanto, ha cambiado mucho desde su origen clásico a la actualidad. Baste recordar que el que hoy puede considerarse el arte *por defecto* —lo primero en lo que cualquier lego en la materia piensa cuando piensa en arte—, la pintura, tiene una consideración artística relativamente reciente. Nada nace como arte, sino que *se hace* arte.

En cualquier caso, las artes reproducidas mecánicamente, propias de la sociedad de masas configurada entre el final del siglo XIX y el principio del XX, han experimentado su propia problemática, vinculada a la posrevolución industrial. Durante todo el siglo XIX, la expansión y difusión de la cultura se aceleró, debido a factores tecnológicos, a la progresiva alfabetización de la población europea y al desarrollo del sistema capitalista, que implicaba que la burguesía se transformara progresivamente en lo que, más tarde, se denominaría clase media. La configuración de esta nueva clase social, con poder adquisitivo, permitirá la aparición del concepto de ocio y la ampliación del tiempo libre, que, hasta entonces, había sido algo propio de los aristócratas, únicos que podían permitirse no trabajar. Esto, sumado a las reivindicaciones obreras, que mejoraron las condiciones laborales de los trabajadores lo suficiente como para que también pudieran acceder a ciertos tipos de entretenimiento, apuntaló las bases de la cultura de masas, donde los medios de comunicación, los deportes y los espectáculos públicos se convertirían en elementos definitorios de las sociedades industriales.

Durante el siglo XIX, la aparición de nuevos medios artísticos provocó tensiones entre alta y baja cultura, entre arte establecido y arte emergente. Por ejemplo, ante la popularización de la fotografía, las reacciones de la intelectualidad no distaron mucha de las que, un siglo más tarde, pudieron observarse con el cómic, la música rock o los videojuegos como blancos. Baudelaire escribió:

> La fotografía es una industria nueva, una parte de la locura universal que viene a arruinar lo que quedaba de divino en el arte (...) Es el refugio de todos los pintores fracasados, demasiado mal dotados o perezosos para acabar sus estudios.[2]

Este tipo de reacción *apocalíptica*, por utilizar la terminología de Umberto Eco, fue relativamente común, hasta el punto de que se extendió un malestar en torno a la democratización de la cultura y la

2. BAUDELAIRE, Charles: "El público moderno y la fotografía" [1859] en *Salones y otros escritos sobre arte*. Madrid. Visor/La Balsa de la Medusa 1996. Pág. 229-233.

desconfianza por parte de la intelectualidad y la academia hacia los nuevos tiempos. Si el arte se democratizaba y se multiplicaba, dejaría de ser algo único y *genial*, y, por tanto, se banalizaría y perdería su carácter sacro. «La religión del arte jerarquizó siempre y dispuso que lo verdaderamente encomiable era un fruto escogido que el genio entregaba al hombre superior […] los medios y lo que estos suministraban, el opio popular, "el pseudoarte ramplón", la carnaza para el ignorante».[3] Esta estrategia no está exenta de motivaciones socioeconómicas: hay un claro factor elitista en la consideración de que solo aquello que es único y que, por tanto, solo pueden poseer unos pocos, es arte. Frente a la vulgar fotografía, que cualquier obrero o campesino podía permitirse como recuerdo familiar, el costoso retrato pintado al que la burguesía y la nobleza recurrían para inmortalizarse suponía un claro rasgo de distinción y exclusividad.

Pocos han explicado mejor este proceso que Walter Benjamin, quien desarrolló el concepto de aura, que alude a la autenticidad y unicidad de la obra de arte. El aura sería lo que la reproductibilidad técnica amenazaba con destruir: la reproducción diluye la autenticidad de la obra de arte, la desprovee de su aura, que para Benjamin tiene también que ver con el origen del arte como parte de un entramado de tradiciones y de cultos:

> El modo originario de inserción de la obra de arte en el sistema de la tradición encontró su expresión en el culto. Las obras de arte más antiguas surgieron, como sabemos, al servicio de un ritual que primero fue mágico y después religioso. Ahora bien, es de importancia decisiva el hecho de que esta existencia aúrica de la obra de arte no llega nunca a separarse del todo de su función ritual.[4]

El paradigma cambió con los nuevos medios: en ellos ya no existe el concepto de *original*. «De la placa fotográfica es posible hacer un sinnúmero de impresiones; no tiene sentido preguntar cuál de ellas es la impresión auténtica».[5]

Posteriormente, se acuñaría el término de «industria del entretenimiento» para referirse a estos nuevos medios propios de la modernidad, de forma que su condición artística ni siquiera fue objeto de debate hasta varias décadas más tarde. Baste recordar el caso del

3. RAMÍREZ, Juan Antonio: *Medios de masas e historia del arte*. Madrid: Cátedra, 1976, p. 10.
4. BENJAMIN, Walter: *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica.* México D.F.: Editorial Ítaca, 2003, p. 49. Traducción de Andrés E. Weikert.
5. *Ibídem*, p. 51.

cine, un medio de gran éxito comercial, sobre el que se fundamentó una industria floreciente, que tuvo que esperar a los movimientos autorales de los años sesenta para que su consideración como arte se extendiera socialmente de un modo significativo.

El cómic no fue ajeno a estos procesos; de hecho, existen no pocos paralelismos con el devenir del medio cinematográfico. Tras unos comienzos vinculados a las vanguardias artísticas —Winsor McCay y *Little Nemo in Slumberland*, Georges Herriman y *Krazy Kat* o Lyonel Feininger y *The Kin-der-Kids*—, el nuevo lenguaje rápidamente se estandarizó mediante un proceso de mecanización y alienación de los autores. En sus comienzos industriales, los cómics eran un producto de consumo de precio muy bajo y alta penetración social, especialmente entre el público infantil, que, además, carecía de grandes competidores en el mercado, dado que la televisión estaba por llegar y el cine no estaba al alcance de todas las capas sociales. Como cualquier industria, funcionaba gracias a una fuerte estandarización de los procesos de producción. Aunque en el caso europeo existía cierto respeto a los autores, tanto en ese mercado como en el estadounidense el margen para la iniciativa autoral era muy estrecho. Los intentos por crear personajes propios por parte de los primeros autores del *comic-book* fueron rápidamente cooptados y comprados por los editores, en muchos casos, hombres de negocios que, ante el vertiginoso crecimiento del sector, se apresuraron a sacar tajada inundando los quioscos de todo el país de *comic-books* baratos, producidos con materiales de mala calidad. Eran ellos quienes decidían qué series se publicaban y qué personajes las protagonizaban, y quienes detentaban la propiedad de casi todos ellos. Tal y como relata David Hajdu en *La plaga de los cómics*,[6] la industria del cómic estadounidense fue, durante sus primeras tres décadas de existencia, un espacio de explotación laboral, con salarios bajos y constantes frustraciones para unos autores que trabajaban de un modo muy parecido a una cadena de montaje, con una producción dividida en fases —guion, dibujo a lápiz, entintado, color y rotulación—, con unos plazos de entrega muy ajustados y que no solo no tenían ningún derecho ulterior sobre su propio trabajo, sino que, en muchas ocasiones, ni siquiera tenían permitido firmarlo. Era habitual que no se les devolvieran sus originales —ni ellos los reclamaban o daban valor alguno—, y, a menudo, su arte era modificado sin consultarles. En los primeros tiempos de esa industria, muchos de

6. HAJDU, David: *La plaga de los cómics. Cuando los tebeos eran peligrosos*. Madrid: Es Pop Ediciones, 2018. Traducción de José María Méndez.

ellos eran muy jóvenes, incluso adolescentes; otros eran veteranos que habían perdido su trabajo como ilustradores comerciales, o bien inmigrantes o hijos de inmigrantes que no podían acceder a oficios mejor considerados socialmente. La conciencia artística no estaba presente en su trabajo: se consideraban, a lo sumo, artesanos, parte anónima de una industria del entretenimiento.[7] Hay innumerables declaraciones y escritos que acreditan este sentimiento, pero las palabras de Al Jaffee, dibujante que trabajó en la industria del *comic book* en los años cuarenta y que, a partir de 1955, fue un destacado colaborador de *MAD*, resultan especialmente reveladoras:

> Tal vez me sintiese un artista en el mismo sentido que alguien que trabaja en una fábrica de ropa haciendo camisetas. Haces un montón de camisetas y al final de la jornada te dan la paga y te vas a casa con tu familia y no te quedas con las camisetas que has hecho. Claro que sé que el arte pertenece a una categoría diferente y ahora, por supuesto, comprendo que así es como debe ser, como debería haber sido, pero cuando entregaba 60-70 páginas de material para *comic books* cada mes, tanto de guión como de dibujo, y lo enviaba y nunca volvía a verlo ni a saber qué había sido de él, salvo cuando me llegaba una muestra de algún *comic book* de 10 centavos, costaba mucho considerarlo algo que tenía que guardar para la posteridad. Simplemente desaparecía en las fauces de la bestia.[8]

Esta actitud no fue excepcional en los autores de la época, e, incluso, en otros muy posteriores pero aún vinculados a esas dinámicas comerciales. Jim Starlin, quien es, irónicamente, uno de los dibujantes que suele mencionarse como parte del grupo que contribuyó a *elevar* el *comic book* de superhéroes con obras como *The Death of Captain Marvel* (1982), escribía en 1990:

> No vivo bajo la ilusión de que lo que hacemos en los cómics sea alta literatura. No estamos produciendo *Ulises* o *Historia de dos ciudades*. Lo que estamos creando es entretenimiento para las masas. En ocasiones, surge algo

7. Cabe señalar que, al contrario que los autores de *comic books*, el mundo de las tiras de prensa sí reconoció a sus creadores, de modo que existió un auténtico *star-system* de dibujantes que eran entrevistados en medios prestigiosos y fotografiados con *glamour* en sus mesas de trabajo. Muchos de ellos, significativamente, tras sus primeros encargos procuraron crear series propias en las que retuvieran la propiedad intelectual para garantizarse el control creativo y las ganancias derivadas del *merchandising*.

8. GROTH, Gary y KUPPERMAN, Michael: «TCJ #301: Excerpt from Al Jaffee & Michael Kupperman in Conversation». *The Comics Journal* (Disponible en línea: http://www.tcj.com/tcj-301-excerpt-from-al-jaffee-michael-kupperman-in-conversation/). Consultado el 9/10/2019. Cit. en GARCÍA, Santiago. «El arte y las camisetas» *Mandorla* (Disponible en línea en http://santiagogarciablog.blogspot.com/2011/09/el-arte-y-las-camisetas.html) Traducción de Santiago García.

> que nos hace reflexionar, pero ése no es el objetivo principal de la industria. Es entretener.[9]

Resulta significativo que Starlin compare el cómic con la literatura, y no con alguna otra arte visual, pero aún lo es más que evidencie una visión fuertemente jerarquizada de las artes, alejada, en realidad, de su devenir histórico: ignora, con su comparación, que las obras de Charles Dickens fueron originalmente folletines que no eran percibidos como arte en su época; de hecho, la novela tuvo que experimentar su propio proceso de legitimación. No resulta menos sorprendente que realice estas afirmaciones en un momento en el que el cómic *mainstream* de EE. UU. había ya llamado la atención de los medios de comunicación y la crítica literaria con *Watchmen* (Alan Moore, Dave Gibbons y John Higgins, 1986-1987) o *The Dark Knight Returns* (Frank Miller, Klaus Janson y Lynn Varley, 1986), e incluso se habían publicado ya obras como *Maus: A Survivor Tale* (Art Spiegelman, 1986) o *A Contract with God* (Will Eisner, 1978).

2. HACIA UNA LEGITIMACIÓN CULTURAL

Más allá de las causas comunes a todos los medios de masas para que una forma de expresión se vea forzada a los márgenes de la respetabilidad cultural, observamos otras específicas, y que explicarían por qué en lo que respecta al cómic el proceso legitimador que alcanzó al cine llegaría con un cierto retraso. El teórico francés Thierry Groensteen ha señalado cinco «hándicaps simbólicos» para intentar explicar esta circunstancia: el cómic es un género bastardo, resultado de la «escandalosa» mezcla de texto e imagen; es consumido exclusivamente por niños y adultos que quieren prolongar su adolescencia; está asociado a la forma más baja de las artes visuales: la caricatura; nunca se integró en el desarrollo de las artes visuales durante el siglo XX; una imagen individual —una viñeta— no llama la atención por sí sola.[10] El punto de vista de Groensteen es interesante, pero aún lo es más el conjunto de críticas o matizaciones que le hace Bart Beaty. Entre ellas, señala que otros medios «híbridos», como la ópera o el ballet, no han tenido tantas

9. STARLIN, Jim: *Batman: The Cult*. Barcelona: Planeta DeAgostini, 2005 [1990], s.p. Traducción de Félix Afuera.

10. GROENSTEEN, Thierry: *Un Objet culturel non identifié*. Angoulême: Editions de l'An 2, 2006. Citado en BEATY, Bart: *Comics versus Art*: Toronto, University of Toronto Press, 2012, pp. 19-20.

dificultades para ser considerados alta cultura, o que, en puridad, el rechazo de la academia hacia el cómic tiene más que ver con su pertenencia a la cultura de masas que con su destinatario infantil y juvenil. Y es que, durante buena parte del siglo xx, persistió en la crítica cultural la férrea separación entre alta y baja cultura, entre cultura positiva, beneficiosa para el individuo, y la cultura de masas que avivaba las bajas pasiones y podía producir nefastos efectos en la infancia.[11]

Por parte de la academia, esto no cambiaría de manera espontánea, sino que se debe a múltiples factores relacionados con los cambios sociales y culturales que, tras la Segunda Guerra Mundial, se dieron en Occidente. La prolongada crisis de la modernidad, sumada a los movimientos sociales reivindicativos —indigenismo, antirracismo, ecologismo y feminismo, principalmente— y a un creciente interés en las formas populares de la cultura, debido a la influencia de la antropología, principalmente, fue abriendo las puertas de las universidades a nuevos sujetos de estudio. Este proceso, que explotó abiertamente con el advenimiento de la posmodernidad y una nueva crisis de valores, la que se significó en el Mayo del 68, fue el que permitió que se dedicaran estudios a formas de expresión como el cine o la música popular, que se vieron así legitimados, en ocasiones hasta el punto de invertir por completo su percepción en la sociedad: el jazz, música considerada vulgar por su origen popular y vinculado a la población afrodescendiente en EE. UU., es hoy considerado una forma musical sofisticada y culta.

En el caso del cómic, igualmente es en los años sesenta cuando comienza a despertar el interés de las nuevas generaciones de estudiosos, muchos de ellos nacidos ya en el contexto de la sociedad de masas, en el que habían consumido cómics y películas con naturalidad. Beaty ha señalado cómo estos primeros teóricos interesados en la historieta provenían de los incipientes estudios culturales y de literatura inglesa, pero no de los departamentos universitarios de arte. Esto marcó la manera en que se abordaría su estudio, ya que el interés que despertaban no se debía a sus cualidades artísticas, sino

11. Esta concepción de la cultura está en la base de la cruzada anticómics que atravesó EE. UU. durante los primeros años cincuenta, encabezada por, entre otros, el psiquiatra Frederic Wertham, y descrita de manera minuciosa por David Hajdu en *La plaga de los cómics*. Tal cruzada acabó provocando la creación de The Comics Code Authority en 1954, un organismo de autocensura que fue la solución de la industria editorial para poder limpiar su imagen y continuar con el negocio.

a su condición de fenómeno de masas.[12] Es el caso de uno de los más célebres trabajos de estos años: *Apocalípticos e integrados* (Umberto Eco, 1964), que reúne varios artículos que se ocupan, principalmente, de diferentes ejemplos de las tiras de prensa estadounidenses. En Francia, los primeros esfuerzos teóricos también son tempranos, como evidencia la creación del Club des Bandes Dessinées en 1962. En opinión de Santiago García, la tradición francesa resulta «mucho más robusta y académica que la americana, sobre todo en el plano teórico, donde la semiótica, el estructuralismo y el psicoanálisis han estado presentes en los textos sobre historieta desde finales de los sesenta».[13] De hecho, en EE. UU., aunque «los libros sobre cómic existen al menos desde los años cuarenta», durante mucho tiempo fueron obras «escoradas hacia lo anecdótico, lo nostálgico o las memorias profesionales»,[14] realizadas por historietistas con cierta inquietud como Jim Steranko o Jerry Robinson.

Quizá esa diferencia explique por qué la consideración del cómic como arte llega antes en Europa que en EE. UU., y por qué permea antes en el sector profesional. Los movimientos de reivindicación autoral parecen más sólidos en el mercado francobelga a partir de los años setenta, con la creación del colectivo, luego editorial, Les Humanoïdes Associés (1974) o con revistas como *L'Echo des Savanes* (1972) o *Fluide Glacial* (1975), impulsadas por autores y con una clara intención de llegar a un público más maduro que las habituales revistas juveniles como *Spirou* o *Pilote*. Ese proceso posibilitó el desarrollo de la conciencia artística, vinculada a la mayor libertad autoral, que conllevaba, en la mayoría de los casos, el control de la propia obra.

En el caso estadounidense, se encuentran dos nombres que anticipan la conciencia autoral que después desarrollará el movimiento *underground* en los sesenta: Bernard Krigstein y Harvey Kurtzman. Ambos trabajaron en la editorial EC, dentro del contexto de una dirección editorial denominada *New Trend* y bajo la batuta del editor y guionista Al Feldstein, en la que se impulsó una mayor implicación de los dibujantes, algunos tan talentosos como Wally Wood, Joe Orlando o Jack Davis. De hecho, EC fue una de las primeras editoriales que acreditó los nombres de los autores en sus cómics y que incentivó el estilo propio de cada uno de ellos, frente a la tendencia industrial de imitar lo que estaba resultando comercial en

12. BEATY, Bart: *Comics versus…*, p. 18.
13. GARCÍA, Santiago: *La novela gráfica*. Bilbao: Astiberri, 2010, p. 42.
14. *Ibídem*, p. 41.

cada momento. García califica a Krigstein como «el primer artista» del *comic book*, y destaca sus antecedentes como pintor frustrado que, como tantos otros, encontró en el cómic un medio para ganarse la vida.[15] Pero, más allá del aspecto económico, Krigstein se comprometió artísticamente con el *comic book* e, incluso, rechazó abandonarlos para dedicarse al más lucrativo y prestigioso cómic de prensa[16] —aspiración de la mayor parte de sus compañeros—. Basándose en el guion de Feldstein, Krigstein realizó la que posiblemente fuera la historia más importante e influyente de EC: «Master Race», publicada en *Impact* nº 1 (1955), trataba por primera vez el tema del Holocausto en el cómic, y destacaba por sus experimentos de montaje y su compleja composición de página. Harvey Kurtzman, por su parte, había llegado a la editorial poco antes, en 1950, y se había convertido en editor, dibujante y guionista, especializado en títulos de temática bélica como *Two Fisted Tales*. Fue un autor personal, celoso del resultado final, que controlaba todo el proceso y dibujaba previamente sus guiones para que otros autores añadieran «el barniz de su propio estilo personal».[17] Kurztman, además, fue el impulsor de *MAD*. En 1954, la ya mencionada aprobación del organismo de autocensura The Comics Code Authority, significó asumir que el *comic book* se debía dirigir únicamente a un público infantil y que, en consecuencia, sus contenidos debían ser regulados para evitar influencias perniciosas. Así se cercenaron aquellos primeros intentos de realizar historietas para un público más maduro y, por extensión, las incipientes aspiraciones artísticas. Krigstein terminó por abandonar el sector y volver a la pintura, mientras que Kurtzman se centró en *MAD* y posteriores proyectos satíricos y no volvió al *comic book*. Sus aspiraciones serán recogidas, en algunos casos, explícitamente, por los autores del *underground* de los años sesenta, quienes, al margen de una industria a la que no les interesaba pertenecer, emplearon el cómic como un vehículo para expresar cuestiones personales o temas de su interés.

Sin embargo, el hecho de que algunos autores estuvieran intentando ir más allá de los condicionantes industriales del medio no está directamente relacionado con el desarrollo de una conciencia artística plena. Muchos dibujantes han sido reluctantes a calificarse o aceptar que otros los califiquen como artistas, y han mantenido —y mantienen— una relación no exenta de tensiones con el arte

15. *Ibídem*, pp. 117-118.
16. *Ibídem*, p. 118.
17. *Ibídem*, pp. 124-125.

moderno, muchas veces parodiado por Kurtzman y sus colaboradores en *MAD* y otras revistas satíricas debidas a su iniciativa. Esta actitud tiene que ver, en mi opinión, con la fractura entre el arte *oficial* y el gran público, que tuvo lugar décadas antes, en la explosión de las vanguardias. El historiador marxista Eric Hobsbawn escribió un breve libro, *Behind the Times: Decline and Fall of the Twentieth-Century Avant-Gardes* (1998), en el que señalaba el fracaso de las vanguardias en su intento por convertirse en el arte revolucionario, y ponía en cuestión su relevancia, precisamente, por haberse alejado de forma elitista del público, conquistado por la cultura de masas industrial, verdadera protagonista del siglo XX.

> Lo que hay que tener en cuenta de las artes verdaderamente revolucionarias es que fueron aceptadas por las masas porque *tenían* algo que comunicarles. Sólo en el arte de vanguardia el medio fue el mensaje. […] El conceptualismo está de moda porque es fácil y porque es algo que hasta las personas sin habilidades pueden hacer.[18]

Se trata de un razonamiento criticable, en cuanto a su reduccionismo, pero que es compartido por parte del público y por muchos creadores vinculados a la citada cultura de masas, que condena el arte abstracto y otras vanguardias por incomprensible y, sobre todo, por elitista. Frente a ello, el cómic, el cine o la literatura *pulp* se erigirían como manifestaciones culturales verdaderamente populares, accesibles y relevantes. Es así como la palabra «artista» pudo llegar a adquirir connotaciones negativas, ya que se usaba como sinónimo de pretencioso, cuando no de estafador, como fue el caso de Roy Lichtenstein, blanco habitual de las iras de autores y aficionados. Beaty ha relacionado esta estrategia despreciativa con el concepto nietzschiano de *ressentiment*:[19] así, el mundo del cómic habría proyectado su fracaso en el intento de obtener reconocimiento en un enemigo exterior, el mundo del arte, lo que habría reforzado la idea de que eran esferas excluyentes.[20] Incluso a finales del siglo XX encontramos todavía opiniones que confirman la teoría de Beaty, como la siguiente de Carlos Pacheco, dibujante español que ha desarrollado la mayor parte de su carrera trabajando en Marvel y DC:

18. HOBSBAWN, Eric: *A la zaga. Decadencia y fracaso de las vanguardias del siglo XX*. Barcelona: Crítica, 1999 [1998], pp. 36-42. Traducción de Gonzalo Pontón.

19. El concepto, tomado de Søren Kierkegaard, se desarrolla en *Más allá del bien y del mal* (1886) y en *La genealogía de la moral* (1887), y consiste en que un grupo subordinado o en posición de inferioridad frente a otro desarrollará un sentimiento de envidia y una tendencia a culpar de su situación a dicho otro grupo. Nietzsche relacionó este concepto con su teoría de la moral de esclavos.

20. BEATY, Bart: *Comic versus…*, p. 51.

> Yo el cómic jamás lo he entendido como arte. Desde el momento en que lo que el lector recibe es una reproducción de lo que tú haces, la palabra "arte" queda fuera. […] Los *comic books* no tienen nada que ver con el arte, es algo mucho más industrial. Yo me siento un obrero, no un artista, que además es una palabra que odio. Me considero un engranaje, una pieza en un proceso en el que hay varias piezas.[21]

Al margen de constatar esa visión peyorativa por parte del mundo del cómic hacia el arte —hasta el punto de emplear el término «odiar»—, resulta también sorprendente que, para argumentar que el *comic book* no es un arte se recurra a argumentos más propios del siglo XIX, al esgrimir una concepción del arte clásica, previa a la reproductibilidad técnica e ignorante de las ya citadas tesis de Walter Benjamin. Esa creencia persiste en un profesional *superviviente* de la época industrial como es Jan, creador de Superlópez, quien, en 2010, declaraba, con una cierta aceptación y orgullo por su propio trabajo:

> Yo siempre he tenido la honesta convicción de que el cómic es un arte menor, lo que no significa que sea menos importante ni menos espléndido. Lo hacemos o lo leemos porque nos gusta. Es prescindible, lo que no pasa con la literatura o la pintura por ejemplo. Ahí es donde disiento con muchos de mis colegas, supongo. Creo ser buen autor de cómics pero ni por asomo me creo buen dibujante, y mucho menos escritor.[22]

3. CUANDO EL CÓMIC FUE ARTE

Estas actitudes dieron lugar, a mi juicio, a al menos dos fenómenos que interesa analizar. Uno es temprano y corre paralelo al primer proceso de aceptación cultural del cómic en los años sesenta y setenta, y tiene que ver con la preeminencia de lo figurativo frente a lo abstracto, para quienes consideran el arte moderno elitista y vacío de contenido. Frente a obras que, a sus ojos, exhibían un escaso dominio de la técnica, se reivindicaba el cómic como el último refugio del arte de calidad, del figurativismo academicista que mostraba una belleza directa y ortodoxa, extraída de la observación de la naturaleza y de los valores clásicos. Esa concepción del arte empezó a alejarse de la pintura tras la invención de la técnica de reproducción fotográfica, momento a partir del cual el arte *oficial* habría seguido

21. MÉNDEZ, José María: «Carlos Pacheco. Un hombre tranquilo». *U, el hijo de Urich* n.º 7 (1997), p. 39.
22. CABALLERO, Marta: «Jan, autor de Superlópez. *El Cultural* (Disponible en línea: https://elcultural.com/Jan-autor-de-Superlopez). Consultado el 10/10/2019.

su propio camino *degenerado*, alejado de la pureza de formas de la figuración. Se trata, por lo demás, de una reivindicación de corte conservador, que establecía una genealogía desde el prerrafelismo al llamado cómic *realista*,[23] pasando por la ilustración comercial de los años veinte. De Burne-Jones a Harold Foster, pasando por Norman Rockwell. El argumento de la calidad y virtuosismo ilustrativo de ciertos dibujantes fue uno de los principales que se esgrimieron por los primeros apologetas de la condición artística del medio: se intentó reivindicar este en función de criterios externos, tomados prestados de otras artes. Tal estrategia incluso *contaminó* los primeros acercamientos de la academia al cómic, como sucedió en 1968, cuando el Louvre y el Museo de las Artes Decorativas organizaron una primera exposición dedicada al cómic, en la que se mostraban viñetas ampliadas y descontextualizadas. Tal y como señala García:

> Se entendía la calidad artística [del cómic] en función de la eficacia con la que algunos de sus dibujantes eran capaces de reproducir los modelos que la ilustración comercial de los años 20 y 30 había derivado de la figuración romántica décimonónica. Al postular como ejemplos supremos al *Príncipe Valiente* y *Tarzán*, el cómic reinvidicaba su categoría de arte de masas como bastión contra la *vanguardia plástica elitista*.[24]

Esa estrategia persistió durante los años setenta y buena parte de los ochenta, y, en España, se llevó a sus últimas consecuencias cuando un grupo de autores y críticos firmó un manifiesto en contra de una exposición sobre la obra de Hergé en la Fundación Miró de 1984. Firmantes como Víctor Mora, Enric Sió o Román Gubern se adherían:

> … en nuestras latitudes —donde los comics aún no han conseguido el merecido prestigio oficial y popular que han alcanzado en otros países cultos— resulta sumamente peligroso para el reconocimiento adulto del noveno arte que la Fundación Miró elija, para su primera exposición monográfica de comics, una obra con destinatarios infantiles y sin el rango estético suficiente para ser huésped de una entidad con un nombre tan ilustre.[25]

23 . El término ha sido empleado por divulgadores y teóricos del cómic en contraposición al cómic humorístico, y se refiere, más bien, al naturalismo del estilo de dibujo antes que al realismo en el relato.

24. GARCÍA, Santiago: «Después del cómic. Una introducción». VV. AA.: *Supercómic. Mutaciones de la novela gráfica contemporánea*. Madrid: Errata Naturae, 2012, pp. 11-12.

25. DELCLÓS, Tomás: «Manifiesto contra una exposición sobre "Tintín" y "Hergé"». *El País*, 14/09/1984. (Disponible en línea: https://elpais.com/diario/1984/09/14/cultura/463960802_850215.html). Consultado el 10/10/2019.

Dejando a un lado la ironía de que se refieran a un posible agravio a Miró, precisamente un pintor constantemente atacado por quienes desprecian la vanguardia y la abstracción, la postura de aquel grupo de profesionales evidenciaba su estrechez de miras, al medir bajo unos criterios estéticos muy concretos la valía de un autor tan influyente como Hergé. El crítico Javier Coma, al ser interrogado sobre el manifiesto, lo dejaba aún más claro: «Se trata de un dibujo fácil y por tanto susceptible de ser imitado».[26] No se trataba, en realidad, de reivindicar que el cómic era un arte, sino que *algunos* cómics *podían* serlo, si respondían a unos criterios plásticos muy concretos. Prueba de esta visión de las cosas fue una colección editada por Toutain Editor en 1976, *Cuando el cómic es arte*, que contó con cinco entregas monográficas dedicadas a las figuras de Esteban Maroto, José Ortiz, Pepe González, Fernando Fernández y Víctor de la Fuente, pertenecientes a ese paradigma clásico. Esta postura se convirtió rápidamente en anacrónica por la propia evolución del medio: el cómic de autor que se desarrolló a partir del *underground* o de las anteriormente citadas primeras experiencias europeas rompía en buena medida con los postulados académicos y cambió sensiblemente el gusto del público y el horizonte artístico al que se aspiraba. El cómic defendido por los firmantes del manifiesto contra la exposición de Tintín estaba ya comenzando a pasar de moda, de hecho, en la época en la que se firmó.

4. «¡EL ARTE ES UN FRAUDE!»

El segundo fenómeno de importancia provocado por la tensión entre el cómic y el arte *oficial* tiene más recorrido e implicaciones. Se trata de una actitud de sospecha hacia dicho arte y la academia, expresada la mayoría de las veces en forma satírica, por parte de muchos autores pertenecientes al nuevo paradigma de cómic adulto, realizado al margen de los mecanismos industriales. Fueron, concretamente, los autores estadounidenses quienes más atacaran el *statu quo* y reivindicaran la condición marginal del cómic. Beaty lo considera tan extendido que lo califica de «sintomático»,[27] y lo relaciona directamente con el *ressentiment*. Sin embargo, este rechazo, a mi modo de ver, no se debía tanto al *ressentiment* de sus antecesores, sino, más bien, a una reacción propia de la contracultura

26. *Ibídem.*
27. BEATY, Bart: *Comics versus…*, p. 52.

que alumbró estos movimientos de cómic autoral, y que buscó siempre el cuestionamiento del *stablishment* cultural y las instituciones artísticas. No es que, en términos generales, consideraran su trabajo menos válido o *serio*, sino que su escala de valores era ya diferente y no creían en una jerarquía firme de las artes que separara el *Highbrow* del *Lowbrow*.

Su actitud parece heredada, en primera instancia, de los precursores del *underground*, entre los cuales tiene una posición destacada Harvey Kurtzman y sus publicaciones, desde *MAD* a *Help!*[28] En estas revistas, era frecuente encontrar parodias del mundo del arte y, más concretamente, del arte contemporáneo. Fueron influencias reconocidas de los autores del primer *underground*, algunos de los cuales incluso llegaron a publicar en sus páginas, como Robert Crumb, Gilbert Shelton o Jay Lynch.[29]

Crumb, el más importante de la primera ola de autores del *underground*, explicitó su postura de una forma evidentemente satírica en 1969, en una parodia de los típicos anuncios de cursos de dibujo [FIG. 1], en la que el texto promocional —que se atribuía directamente al autor; es decir, no eran las palabras de un personaje— animaba a todo el mundo a convertirse en un dibujante de cómics: «It's so simple even a child can do it». Además, se conminaba al lector a no dejarse desanimar por un personaje de gesto pomposo, aro angelical sobre la cabeza y subido a un pedestal: un *artista* impoluto, que representa al arte *oficial*. El texto explicaba por qué no debía ser tenido en cuenta: «"ART!" is just a racket! A HOAX perpetrated on the public by so-called "Artists" who set themselves up on a pedestal and promoted by panty-waste ivory-tower intellectuals and sob-sister "critics" who think the world owes them a living!».[30]

En esta posición, lejos de manifestarse un complejo de inferioridad con respecto al arte elevado, se intuye un cierto orgullo teñido de ironía. Bart Beaty describe otros dos ejemplos de esta actitud, posteriores a la página de Crumb.[31] El primero de ellos es obra de Daniel Clowes: «Art School Confidential», publicada originalmente

28. MARTÍNEZ-PINNA, Eduardo: *Comix Underground: de la subversión a la reinvención*. Madrid: Marmotilla Editorial, 2019, pp. 26-32.
29. GARCÍA, Santiago: *La novela gráfica*..., p. 143.
30. «¡El "ARTE" es solo un fraude! Un engaño perpetrado por los así llamados "artistas" que se han situado a sí mismos en un pedestal y promovido por intelectuales cagones en sus torres de marfil y críticos lloricas que se creen que el mundo les debe la vida». Traducción propia.
31. BEATY, Bart: *Comics versus...*, pp. 52-53.

FIG. 1: CRUMB, Robert: Drawing Comics Is Fun! 1969.

en *Eigthball* n º 7 (1991) e incluida después en *Twentieth Century Eightball* (2004). En esta historia de cuatro páginas, el protagonista se presenta como un agente secreto infiltrado en una escuela de arte, con el fin de descubrir la verdad tras «el mayor timo del siglo».[32] A continuación se desglosa una sucesión de situaciones, supuestamente basadas en las que vivió el propio Clowes en una escuela de arte, que evidencian la falsedad y vacuidad de los discursos de profesores y alumnos, así como la inutilidad de todo lo que allí se enseña: «… unas clases que son poco más que vagas chácharas destinadas a engatusar a los estudiantes, haciéndoles creer que tienen "potencial"».[33] Beaty destaca el texto de la última viñeta,[34] que ironiza sobre la opinión generalizada por parte del profesorado de la escuela de arte acerca de los cómics: «¡…son estúpidos, despreciables y totalmente inapropiados como meta artística!».[35] El segundo ejemplo de Beaty es obra de otro de los grandes nombres del cómic alternativo: Peter Bagge. En la revista *Reason*, en una fecha tan tardía como 2004, el autor publicaba una historieta de cuatro páginas en la que él mismo asume la voz narradora para asegurar que fue expulsado de una escuela de arte y que los *comic-books* son: «[the] least respected art form of all».[36] Además, Bagge critica el elitismo y esnobismo de las escuelas de arte, tendentes a despreciar la técnica y la artesanía.

El tratamiento del mundo del arte contemporáneo que exhiben Clowes y Bagge se ha convertido en un tropo más dentro del cómic de autor, en el que se encuentran no pocas parodias del mundo —y el negocio— del arte y las ínfulas de las aspiraciones del artista. Unos cuantos ejemplos ilustrativos pueden ser *The Making of* de Brecht Evens (2011), *White Cube* de Brecht Vandenbroucke (2013) o *The Artist* de Anna Haifisch (2016).

Sin embargo, hay otros autores con una conciencia artística más clara y, quizás, menos expuesta a las tensiones entre baja y alta cultura. El caso más claro en el ámbito estadounidense es Art Spiegelman, participante tardío del primer *underground* que, en muchas de sus primeras historas breves,[37] dialogó con el arte

32. CLOWES, Daniel: *Twentieth Century Bola Ocho*. Barcelona: La Cúpula, 2007, p. 5. Traducción de Lorenzo Díaz.
33. *Ídem*.
34. BEATY, Bart: *Comics versus…*, p. 53.
35. CLOWES, Daniel: *Twentieth Century…*, p. 8.
36. Beaty, Bart: *Comics versus…*, p. 52.
37. Recogidas en SPIEGELMAN, Art: *Breakdowns*. Barcelona: Random House Mondadori, 2009.

contemporáneo y empleó numerosas citas de este no siempre con una intención necesariamente satírica o beligerante. Esa visión más abierta, menos aquejada de *ressentiment*, es la que guía, claramente, la trayectoria de *Raw* (1980-1991), la revista de cómic de vanguardia que Spiegelman publicó junto a Françoise Mouly, en la que ambos ofrecieron obras internacionales que respondían a una intención artística y plenamente autoral. «En *Raw*, el cómic era una de las Bellas Artes, y lo era no sólo por el dibujo, sino por la manera en que jugaba con la propia forma del cómic».[38] No es casual, en lo que respecta a esa visión del cómic liberada de los imperativos comerciales y los condicionantes narrativos de género, la mirada internacional de la revista, posible gracias a los numerosos contactos que habían hecho Spiegelman y Mouly en sus viajes. Y no lo es porque, de este modo, la concepción del cómic de autor que ya se había comenzado a gestar en Europa pudo dialogar con la estadounidense y favorecer un desarrollo más rápido. Europa, que había sido mucho más flexible al asimilar los movimientos autorales de los años sesenta que la estricta industria del *comic-book* —monopolizada prácticamente en exclusiva por los superhéroes—, tenía ya a Lorenzo Mattotti, a Joost Swarte o al dúo argentino formado por Carlos Muñoz y César Sampayo. Todos ellos publicaron en *Raw*, junto a autores japoneses vinculados al *underground*, como Yoshiharu Tsuge, y algunos nombres de la nueva ola de cómic adulto anglosajón —Gary Panter, Charles Burns o Richard McGuire—. Y, por supuesto, no podemos olvidar que fue en las páginas de *Raw* donde se serializó originalmente *Maus* (1980-1991), la gran obra de Spiegelman y la que, quizás, más hizo por mostrar al gran público no lector de cómic el potencial artístico del medio.

Otro de los autores que más claramente han defendido la cualidad artística del cómic es Eddie Campbell. Uno de los primeros en apostar por el género autobiográfico de largo recorrido con su serie de *comic books* y libros *Alec* (1978-2012), Campbell también es conocido por su manifiesto de la novela gráfica (2005), pieza clave en el debate en torno al término. En este texto, teñido de fina ironía, el autor se inspira en los manifiestos de los movimientos artísticos de vanguardia para definir como tal la entonces emergente novela gráfica, de la cual dice que es «a whole new art».[39]

38. GARCÍA, Santiago: *La novela gráfica*..., p. 174.

39. Una traducción del manifiesto puede consultarse en PÉREZ, Pepo: «El manifiesto de la novela gráfica». *Es muy de cómic*, 22/6/2010 (Disponible en línea: http://pepoperez.blogspot.com/2010/06/el-manifiesto-de-la-novela-grafica.html). Consultado el 13/10/2019. Traducción de Pepo Pérez.

Otro caso significativo, por varias razones, es el de Will Eisner. Este autor comenzó su carrera en los años treinta, en los albores de la industria del *comic book*, trabajando en su propio estudio junto con Jerry Iger, de forma que coordinaban un equipo que proveía de material a las muchas editoriales que surgieron. Entre 1939 y 1952 desarrolló, junto a un nuevo estudio de dibujantes, la serie de *The Spirit*, que publicó en la prensa, pues Eisner intuyó el declive del *comic book* y la necesidad de llegar a otro público. Tras casi dos décadas alejado de la creación de historietas, el contacto con el movimiento *underground* y el editor Denis Kitchen —quien reeditó *The Spirit* en publicaciones alternativas, junto al trabajo de nuevos dibujantes—, lo animó a volver a publicar obras.[40] Desde entonces, convencido de la validez del medio como forma de expresión artística, se esforzó en dirigirse a un lector adulto a través del mercado literario. Recupero el término de «novela gráfica», usado previamente en algunos intentos infructuosos de ofrecer historias autoconclusivas en formato de libro, e intentó vender sus nuevos cómics a editoriales literarias. *Contrato con Dios* (1978) fue publicada por Baronet, aunque su escaso éxito inicial motivó que Eisner recurriera a editoriales independientes centradas en el cómic para sus siguientes trabajos. Pero más importancia aún tendrá su libro divulgativo *Comic and Sequential Art* (1985), donde acuñaba la expresión «arte secuencial» que después retomaría Scott McCloud en *Understanding Comics* (1991).

Estos libros, el éxito de *Maus* o *Watchmen* y la aparición del mercado alternativo sentaron las bases para que nuevas generaciones de historietistas, nacidos a partir de 1975, conocieran un medio muy diferente al de sus antecesores, en el que podían encontrar obras que ya no respondían al carácter inmediato y desechable de las revistas infantiles o los *comic books*, y que trataban temáticas comunes a otros medios artísticos. Para esas generaciones, la legitimación del medio no era una conquista a alcanzar en el futuro, sino un proceso que estaban viviendo en primera persona.

Un buen ejemplo de ello es el surgimiento de L'Association, una pequeña editorial francesa, punta de lanza del movimiento de la *Nouvelle BD*, que buscaba, a comienzos de los noventa, impulsar un tipo de cómic más personal y libre. En el ámbito francobelga, este proceso no tuvo tanto que ver con la legitimación cultural como

40. «No fue hasta que llegaron los cómics *underground*, en los setenta, cuando la gente empezó a hacer lo que yo considero literatura». En BROWNSTEIN, Charles: *Eisner/Miller*. Barcelona: Norma Editorial, p. 191. Traducción de Raúl Sastre.

con la necesidad de distanciamiento del mercado y sus categorías convencionales. Tal y como declaró Jean-Christophe Menu:

Las ideas eran por ejemplo crear cómics con una base literaria y no volver a hacerlos nunca más con el molde de la BD-adolescente comercial. Hablar de la *realidad*, utilizar los cómics para hablar del mundo real, en el que vivíamos, y no volver a hacer fantasía o chorradas de "género".

En definitiva: poner el acento en el artista y no en el género o en el personaje protagonista. En el seno de L'Association se publicaron obras tan importantes para el cómic contemporáneo —y su mayor proyección social— como *L'Ascension du Haut Mal* (1996-2003) de David B. o *Persepolis* (2000-2003) de Marjane Satrapi.

5. CONCLUSIONES

No se trata aquí, en cualquier caso, de elaborar una lista de todas las obras que han construido el canon del cómic contemporáneo de aliento autoral y aspiración artística, ni tampoco de dejar constancia de todos los autores que han afirmado que el cómic es un arte. En primer lugar, porque son ya muchos quienes lo han hecho, pero también porque, en realidad, el reconocimiento explícito resulta menos importante que la actitud personal hacia el medio en el que se trabaja y su encaje en el conjunto de las artes. Y, en ese sentido, el camino recorrido por el cómic ha llegado a un punto en el que son pocos los autores que, se consideren artistas o no, perciban el medio en el que están trabajando como menos legítimo o válido que otros. Cuando el medio ha producido obras con una conciencia artística, ha sido percibido como un arte por público y teóricos, que incluso reinvidican, a posteriori, la condición de artistas para autores que ni fueron vistos como tales ni se consideraron así. A veces, aún, de una manera en la que persiste aquella vieja idea de que solo el cómic dibujado de una cierta académica manera debería considerarse arte, pero, en líneas generales, desde una perspectiva más abierta y actual, que incluye visiones y formas de expresión múltiples.

Pero es importante subrayar que, durante décadas, esa no fue en absoluto la visión predominante en el medio. Si el cómic no era percibido como un arte, en parte se debía a que el propio medio no se reivindicaba como tal, debido a las circunstancias materiales y al contexto cultural. ¿Cómo podía un autor que no decidía qué dibujaba, cuyo trabajo no le pertenecía una vez lo terminaba y que

debía cumplir con unos plazos de entrega férreos considerarse a sí mismo un artista? Ha sido el proceso descrito en este artículo, con las lógicas limitaciones de espacio, el que ha permitido el desarrollo de una conciencia artística dentro de la propia profesión y fuera de ella. Muchos de los autores de las últimas generaciones, de hecho, son artistas multidisciplinares que han enriquecido el cómic mediante un diálogo con otras artes realizado en pie de igualdad. Una vez conquistado el mercado cultural y la densidad literaria, de hecho, el cómic contemporáneo parece liberado incluso de la necesidad de hacer obras de peso y novelas gráficas de aliento literario: han vuelto formatos como el *comic book* y el minicómic, pero reformulados como objeto artístico, al tiempo que géneros clásicos son interpretados desde una óptica posmoderna.

Lo anterior no significa que no existan aún campos que ocupar o que no deba verse el proceso legitimador del medio como algo aún por concluir, si es que este tipo de procesos lo hacen alguna vez. Existen aún tensiones, heredadas de la vieja dicotomía entre la alta y la baja cultura, y autores que tienen una visión más descreída, irónica o abiertamente despreciativa hacia el arte contemporáneo. El *ressentiment* sigue presente, incluso en un dibujante como Chris Ware, quien es uno de los más importantes autores estadounidenses de las últimas dos décadas, además de uno de los que más rápidamente fue *aceptado* por las instituciones culturales. Bart Beaty ha señalado cómo, en muchas de las historietas cortas que Ware ha dedicado a la historia del arte y a las instituciones educativas, se evidencia su opinión de que hay una «subordinación estructural» entre el cómic y el arte, además de ofrecer una visión de las escuelas de arte muy cercana a la de Daniel Clowes.[41] Ware, siempre irónico, resulta a veces escéptico y crítico con la manera en la que es visto el cómic desde las artes visuales, incluso en lo que respecta a su aceptación y su proclamación como genio único, en cuanto que esto invisibiliza la propia historia del medio.[42] A este respecto, David M. Ball ha hablado de una «insistente retórica del fracaso»[43] que impregna la obra de Ware y que, en su opinión, forma parte de su propia estrategia mediante la cual «articula sus intentos de situar los cómics dentro del canon literario».[44]

41. BEATY, Bart: *Comics versus…*, p. 212.
42. *Ibídem*, pp. 213-215.
43. BALL, David M.: «Los fracasos de Chris Ware», en GARCÍA, Santiago (coord.): *Supercómic. Mutaciones de la novela gráfica contemporánea*. Madrid: Errata Naturae, 2013, p. 56. Traducción de Santiago García.
44. *Ibídem*, p. 58.

Analizar la posición de un autor como Chris Ware en el debate excede las intenciones de este artículo, pero su ejemplo sirve como muestra de la complejidad y ambigüedad que han alcanzado los cómics y, por extensión, los textos que los estudian, prueba fehaciente del cambio en su posición cultural que se ha operado durante los siglos XX y XXI.

EL NÚMERO CORRESPONDE

ROBERTO MASSÓ
Artista visual | robmasso@gmail.com

Recibido: 17.11.19 | Aceptado: 4.12.19

Resumen

1

Palabras clave

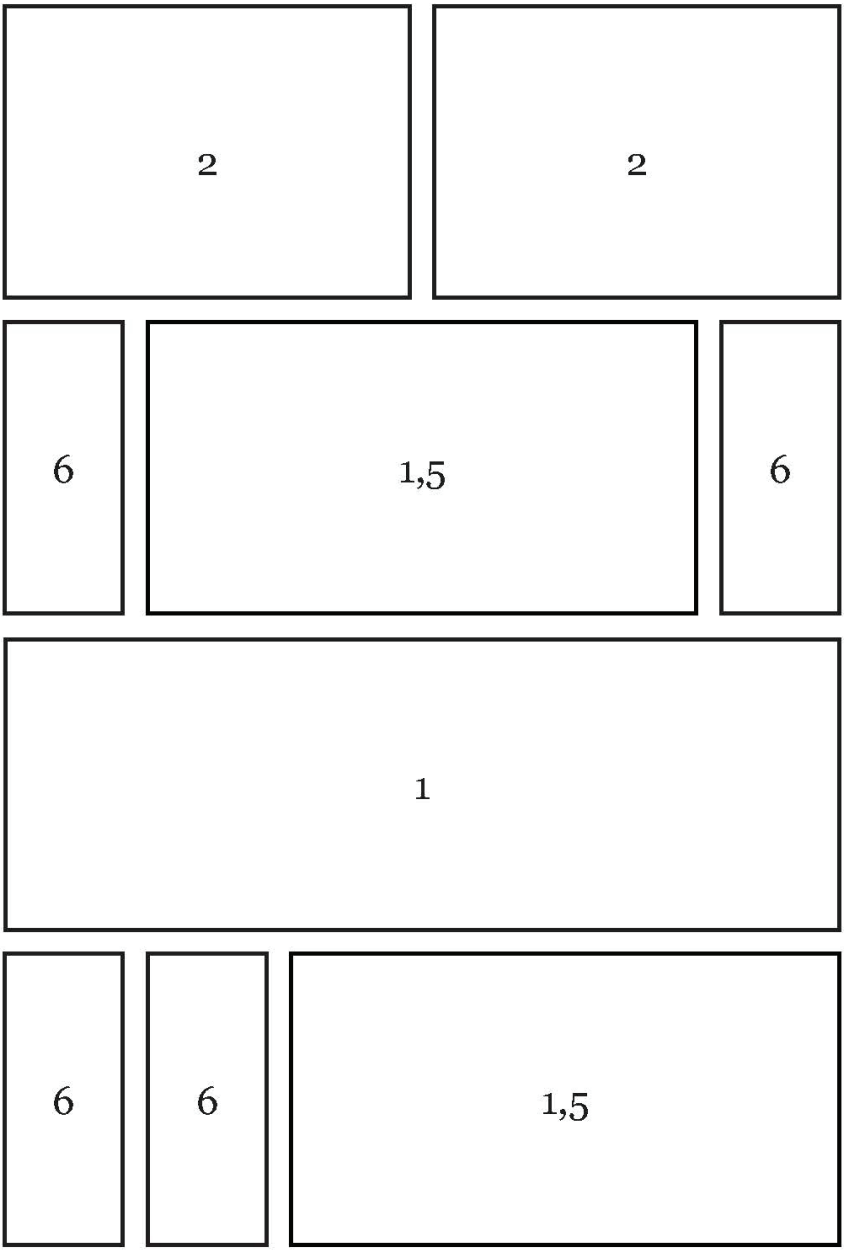
Cómic | viñeta | abstracción | arte | matemáticas.

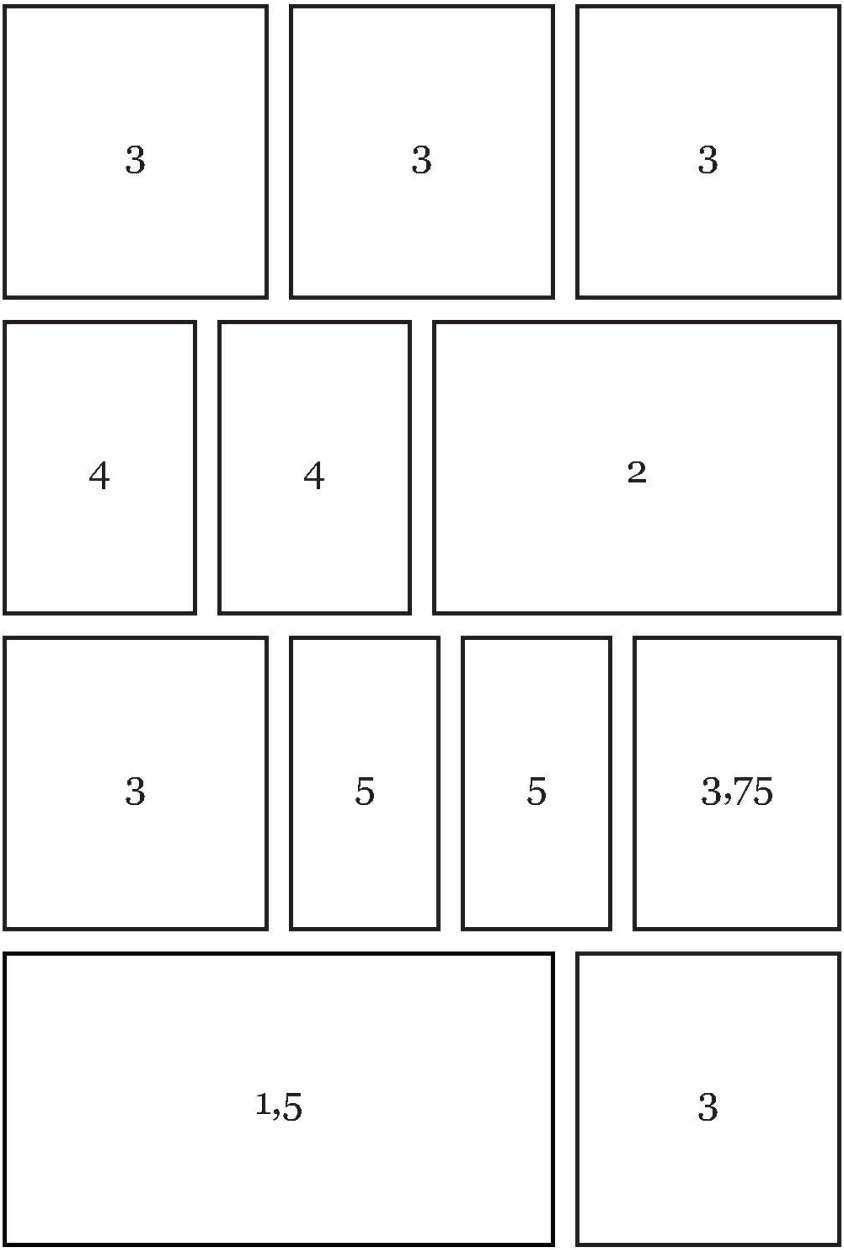
Abstract

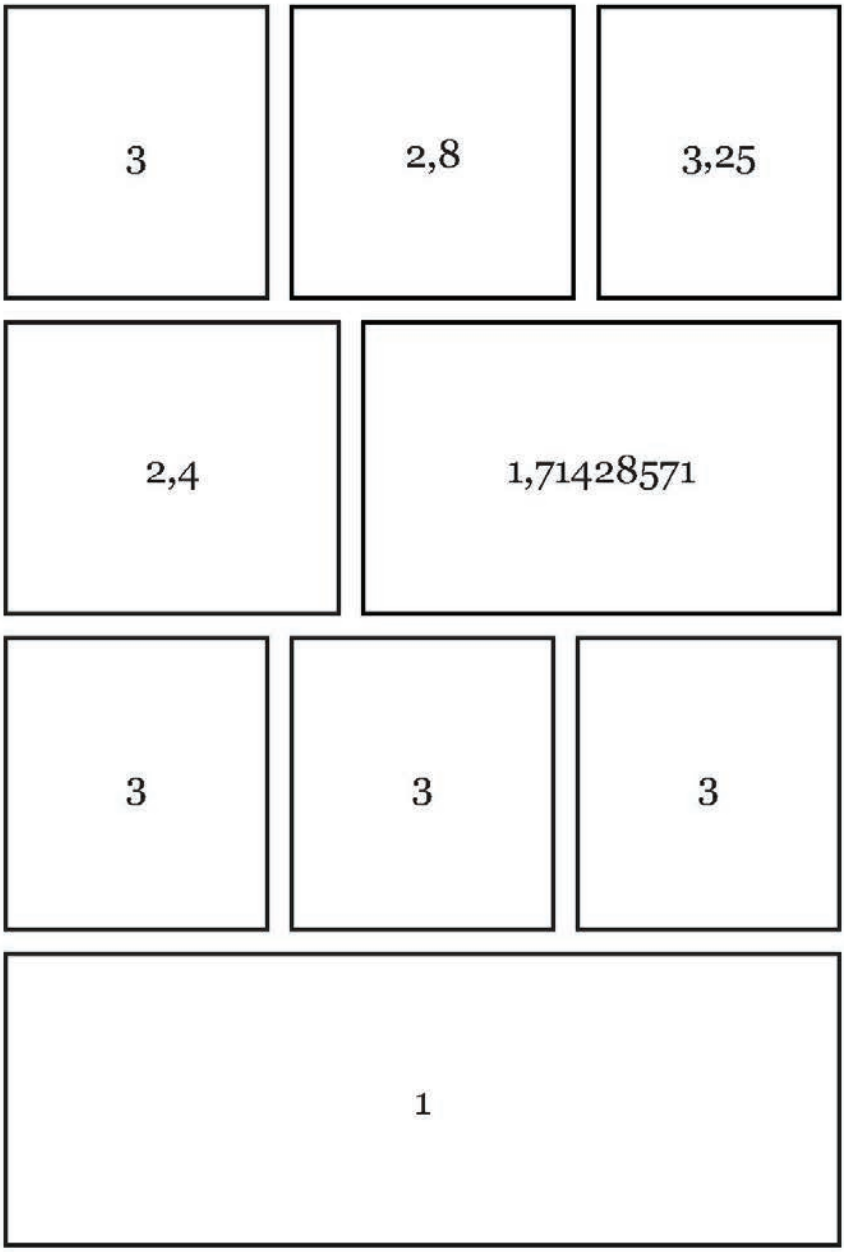
1

Keywords

Comic | panel |abstraction | art | mathematics.


2
2
6
1,5
6
1
6
6
1,5


3
3
3
4
4
2
3
5
5
3,75
1,5
3


3
2,8
3,25
2,4
1,71428571
3
3
3
1

3	3	3
3	3	3
3	3	3
3	3	3

1

1

1

1

FRICCIONES ENTRE CÓMIC Y ARTE CONTEMPORÁNEO

PEPITO MAGEFESA Y OTRAS HISTORIAS, DE GALLARDO

JULIO ANDRÉS GRACIA LANA
Universidad de Zaragoza| julioandresgracialana@gmail.com

Recibido: 16.11.19 | Aceptado: 4.12.19

Resumen

El artículo supone una aproximación a los cómics publicados por Miguel Gallardo en la revista *Cairo* en la primera mitad de los años ochenta, recopilados bajo el nombre de *Pepito Magefesa y otras historias*. En ellos, el historietista realizaba un retrato mordaz de la época, sus personajes más histriónicos, el diseño, la moda o, especialmente, el universo del arte contemporáneo. Entendemos, por un lado, que este análisis constituye un ejemplo sintomático de la forma en que el mundo del arte era visto por el tebeo en plena Movida Madrileña.

Por otra parte, la trayectoria de Gallardo, las historias protagonizadas por Pepito Magefesa y la etapa histórica en la que se enmarcan, constituyen una clave de bóveda fundamental para entender el proceso de *artificación* que han experimentado las viñetas en las últimas décadas. La serie supone un ejemplo de ruptura de las jerarquías entre las artes a través del uso de la ironía y la mordacidad.

Palabras clave
Miguel Gallardo | *Pepito Magefesa* | arte contemporáneo | *artificación.*

Abstract

The article is an approach to the stories published by Miguel Gallardo in *Cairo* magazine in the eighties, compiled under the name of *Pepito Magefesa.* In them, the cartoonist made a scathing portrait of the time, his most histrionic characters, design, fashion or, especially, the universe of contemporary art. On the one hand, this analysis constitutes a symptomatic example of the way the comic art was seen the art world, in the context of the «Movida Madrileña».

On the other hand, the trajectory of Gallardo, the stories starring by Pepito Magefesa and the historical stage in which they are framed, constitute a basic element to understand the process of *artification,* that the cartoons have undergone in recent decades. The series is an example of breaking the hierarchies between the arts through the use of irony.

Keywords
Miguel Gallardo | *Pepito Magefesa* | contemporary art | *artification*.

Si me preguntan a qué me dedico, digo que traduzco en imágenes lo que los demás piensan en palabras. Por lo tanto, soy más tradujante que dibujante.[1]

Este cómic posee la misma dignidad estética que el arte tradicional.[2]

1. INTRODUCCIÓN. DEL SISTEMA DEL ARTE AL SISTEMA DEL CÓMIC

Los años ochenta fueron un momento clave para el sistema del arte en España. En 1981 el Boeing 747 Lope de Vega, un vuelo comercial de la compañía Iberia procedente de Nueva York, aterrizó en el aeropuerto de Barajas. Cuando el comandante se dirigió a la tripulación fue más allá de anunciar el aterrizaje: «señoras y señores, bienvenidos a Madrid. Tengo que decirles que han venido… acompañando al *Guernica* de Picasso en su regreso a España».[3] Un año después de la llegada del famoso cuadro a nuestro país, tuvo lugar la primera edición de la feria ARCO, contemporáneamente al ascenso del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) al poder. Otro gran hito histórico vino acompañado de un hecho de profunda relevancia para el arte contemporáneo: España entró en la Unión Europea en 1986 y ese mismo año se creó el Centro de Arte Reina Sofía, futuro Museo Nacional. Paralelamente a este fenómeno de consolidación institucional del territorio de las artes plásticas, entre 1980 y 1985 se produjo el auge de las revistas del conocido como *boom* del cómic adulto.[4]

La primera mitad de la década fue el momento de nuestra historia reciente en el que más magacines de historieta convivieron en los quioscos españoles.[5] Nueva Frontera fue pionera con la publicación casi al mismo tiempo de *Totem*, *Blue Jeans* (ambas editadas en 1977) y *Bumerang* (1978). Casi al mismo tiempo, Josep Toutain, a través de

1. Miguel Gallardo en la biografía incluida en su web oficial. (Disponible en línea: http://miguel-gallardo.com/es/quien-soy/). Fecha de consulta: 14/10/2019.
2. GALLARDO, Miguel: «Andy Warhol`s Interview». *Cairo* (Barcelona), 8 (1982), pp. 43-47, espec. p. 43.
3. HERMOSO, Borja: «Así volvió a España el "Guernica" de Picasso: 35 años ya». *El País* (Madrid), 24/10/2016. (Disponible en línea: https://elpais.com/cultura/2016/10/02/actualidad/1475366141_729636.html). Fecha de consulta: 14/10/2019.
4. Definido por teóricas como: LLADÓ, Francesca: *Los comics de la Transición: el boom del cómic adulto 1975-1984*. Barcelona: Glénat, 2001.
5. Altarriba, A., *La España del Tebeo. La historieta española de 1940 a 2000*, Madrid, Espasa Calpe, 2001, p. 320.

Toutain Editor (reestructuración de la agencia Selecciones Ilustradas), fue el encargado de publicaciones como *1984* (1978) o *Creepy* (1979). Pero fue la publicación de *El Víbora* en 1979 la que demostró la viabilidad económica y el impacto social que podía tener un *magazine*. La revista editada por Ediciones La Cúpula posibilitó el surgimiento de iniciativas como *Cairo* o *Cimoc* por parte de Norma Editorial y el auge de multitud de editoriales que apostaron por el formato. El apogeo y la posterior caída de estos *magazines*, que dejaron progresivamente de publicarse a partir de la segunda mitad de los ochenta, sentó las bases de un sistema editorial en el que cobró importancia el álbum, la librería y una distribución especializada.

Muy vinculada a la consolidación del «sistema del arte» y del «sistema del cómic», la nueva ola de innovación creativa de la Movida Madrileña trajo consigo la eclosión de numerosas manifestaciones artísticas. Un proceso en el que «la música fue sin duda el principal carburante»,[6] pero donde se implicaron la fotografía, el cine, la pintura o el tebeo. Un contexto que rompía los cánones establecidos y las fronteras entre las distintas expresiones creativas, una época en la que:

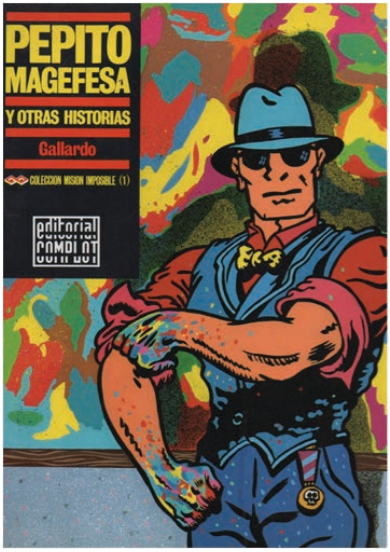
> Los empleados de Telefónica se hacían directores de cine, los abogados ejercían de filósofos y los filósofos de cantantes de rock, mientras los hijos de familias bien conocían el chabolismo horizontal en profundidad en sus continuos safaris a la Celsa o la Rosilla.[7]

En 1984 desde la revista *Cairo,* se entrevistó a uno de los protagonistas del momento, Miguel Gallardo (Lérida, 1955). Al ser preguntado por lo que estaba viviendo, respondió: «todo es lo mismo, lo bueno y lo malo. Por una parte hay una mezcla de todo, no hay nada nuevo. Lo bueno es si de ahí sale algo. Lo malo es que no te aclaras ni la hostia, no sabes dónde mirar».[8]

En este texto planteamos un análisis de los cómics recopilados bajo el título de *Pepito Magefesa y otras historias*, realizados por Gallardo en los años ochenta para *Cairo*. Definimos la hipótesis de que resultan representativas de un momento histórico concreto y de una visión del universo del arte contemporáneo desde el mundo del tebeo, paralela

6. MARZO, Jorge Luis y MAYAYO, Patricia: *Arte en España (1939-2015). Ideas, prácticas, políticas*. Madrid: Ediciones Cátedra, 2015, p. 382.
7. CEESEPE: «Calle mayor, años 20. Venturas y desventuras de un pintor llamado a sí mismo Ceesepe». En: CEESEPE: *La colección del artista*, *catálogo de la exposición celebrada del 15 de marzo al 6 de abril de 2003 en el Centro Cultural Moncloa*. Madrid: Ayuntamiento de Madrid, Junta Municipal de Moncloa-Aravaca y Centro Cultural Moncloa, 2003, p.7.
8. BERMEJO, Victoria: «Gallardón». *Cairo* (Barcelona), 24 (1984), pp. 15-17, espec. p. 17.

al alza del ecosistema artístico, al *boom* del cómic adulto y a la Movida Madrileña. Planteamos asimismo que esta conexión es una pieza que nos permite comprender mejor el intrincado puzle de la *artificación* que ha experimentado el medio en las últimas décadas. El término se define como «el proceso de transformar el no-arte en arte, resultado de un complejo trabajo que genera un cambio en la definición y el estado de las personas, los objetos y las actividades».[9] La visión *desjerarquizada* de las diferentes manifestaciones expresivas que plantea la serie de Gallardo es una visión a tener muy en cuenta en dicho proceso. Gallardo presenta un universo en el que artes plásticas e historieta se unen, dentro de en un contexto de interrelación entre distintos medios, como la música, el diseño o la arquitectura.



Figs. 1 y 2. Pepito Magefesa con y sin color, desvelando su principal objetivo: el mundo del arte contemporáneo

Las historias se publicaron en los primeros ocho ejemplares del magacín *Cairo*, con uno extra, *El caso del falso Tintín,* que se editó en

9. En francés en el original: «le processus de transformation du non-art en art, résultat d`un travail complexe qui engendre un changement de définition et de status des personnes, des objects, et de activités» (traducción propia). SAPHIRO, Roberta: «Avant-propos». En: HEINICH, Nathalie y SAPHIRO, Roberta (dir.): *De l`artification. Enquêtes sur le passage à l`art*. París: Éditions de l`École des hautes études en sciencies sociales, 2012, pp. 15-26, espec. p. 20.

el número veinticuatro de la revista. Pepito Magefesa no se presentó hasta el cuarto episodio, pero en recopilaciones posteriores los tres primeros capítulos se suman a los siguientes.[10] Además, como veremos, siguen líneas muy similares a nivel narrativo y temático. Pepito aparece como colaborador en un medio de comunicación, lo que le permite infiltrarse en los más reputados ambientes de los años ochenta para aportar un muestrario de toda la época, destacando especialmente el mundo del arte. De vida misteriosa, el personaje es un trasunto de *The Phantom*, superhéroe creado por Lee Falk.[11] Como tal, posee una cueva que le sirve como refugio en la selva y un traje ajustado. Su doble personalidad supone toda una metáfora de los dos universos que busca unir.

En la primera página de la historia publicada en el número siete de *Cairo*, Pepito Magefesa se remanga listo para enfrentarse a los habitantes y los problemas de la contemporaneidad. Esa misma imagen sirvió de portada a la recopilación de sus historias que realizó la editorial Complot en 1984, pero con un añadido que nos sirve para enmarcar mejor el papel del personaje. El paso del blanco y negro al color asume un fondo ocupado en su práctica totalidad por un cuadro rico en pigmentos. El traje de Pepito ha recibido pequeñas gotas de pintura, mientras que sus manos están completamente bañadas en color [figs. 1 y 2].

2. MIGUEL GALLARDO Y *MAKOKI*

El creador de Pepito, Miguel Gallardo, comenzó a trabajar en los años setenta en un estudio de dibujos animados. Allí conoció a Juanito Mediavilla y gracias a él entró en contacto con «Borrayo que era un majara de los tebeos y que en aquellas épocas tenía un piso muy destartalado».[12] A partir de un relato de este último y sobre guion de Mediavilla, el autor leridano concibió al personaje de Makoki. Comenzó a publicarse en 1977 en la revista *Disco-Exprés* y se convirtió en uno de los personajes más característicos del cómic adulto, al igual que Anarcoma, de Nazario, o Gustavo, de Francesc Capdevila (Max).

10. Es el caso del recopilatorio: GALLARDO, Miguel: *Pepito Magefesa y otras historias*. Barcelona: Complot, 1984.

11. Antes del capítulo extra, la serie termina con una carta del protagonista dirigida a su madre, donde hace todavía más explícita esta conexión: GALLARDO, Miguel: «Andy Warhol`s Interview», p. 47.

12. BERMEJO, Victoria: «Gallardón», p. 15.

Dio nombre además a dos revistas: la pionera se editó durante la primera mitad de los ochenta y la segunda casi una década más tarde, abarcando parte de los noventa.

En su primera aventura, Makoki aparece atado a una camilla y se le aplica un fuerte tratamiento de *electroshock*. Lejos de amilanarse, el personaje se levanta, rompe una botella de ácido en la cara de un enfermero, ataca al doctor y al resto del equipo y libera a todos los internos del psiquiátrico en el que se encuentra recluido. El título del episodio no puede ser más clarificador: «Revuelta en el frenopático». Antonio Altarriba dibuja una interesante lectura para este personaje al afirmar que:

> nos encontramos en un momento en el que la antipsiquiatría hace furor y los tratamientos «de choque» se perciben como un intento extremo y, por supuesto, condenable de anular al diferente […]. Makoki ha logrado desconectarse de ese flujo de corriente que pretendía mantenerle integrado, formando parte del rebaño.[13]

Muchos de los miembros de la pandilla de Makoki dieron lugar a sus propias series, convirtiéndose en parte indispensable de revistas como *El Víbora*. En conjunto, retrataron perfectamente el ambiente de la época. A nivel gráfico, *Makoki* mantuvo al inicio una fuerte influencia del creador de Popeye, Elzie Crisler Segar, pero siempre se mantuvo abierta a multitud de influjos. Ana merino define muy bien al historietista cuando habla de: «un creador imparable e inconformista que se impregna de todas las posibilidades expresivas del cómic y aprende muchos registros».[14] Gallardo ha demostrado una amplitud en cuanto a estilo que pudo resultarle útil, además, para complementar los encargos en el universo del cómic con otros procedentes del campo de la ilustración. Este camino lo anduvieron también otros autores del *boom,* como Max.

Asimismo, al igual que Francesc Capdevila, el historietista incluyó referencias gráficas procedentes de este ámbito en la historieta. Se observa en experiencias como *Perro Nick* (1987), publicada en el número noventa y dos de *El Víbora*.[15] Como él mismo reconoce, suponía una influencia de sus trabajos coetáneos para publicaciones como

13. ALTARRIBA, Antonio*: La España del tebeo: la historieta española de 1940 a 2000*. Madrid: Espasa Calpe, 2001, p. 354.

14. MERINO, Ana: «Todos los Gallardos». En: TRABADO CABADO, José Manuel (ed.): *Género y conciencia autoral en el cómic español (1970-2018)*. León: Universidad de León y EOLAS Ediciones, 2019, pp. 245-270, espec. p. 251-252.

15. GALLARDO, Miguel: «Perro Nick». *El Víbora* (Barcelona), 92 (1987), pp. 39-44.

Playboy o *Interview.*[16] Gallardo destaca que, en verdad, no ha realizado durante su trayectoria «mucha distinción entre cómic e ilustración, la narración se reduce a una sola imagen en la que tienes que encontrar soluciones sencillas y directas. La imagen es un lenguaje con sus propias figuras: metáforas, redundancias, elipsis».[17]

3. PEPITO MAGEFESA Y OTRAS HISTORIAS

Su primera obra larga en solitario fue la serie que compone *Pepito Magefesa y otras historias*, publicada en la revista *Cairo*. Editado por Norma Editorial, el magacín se constituyó como una de las publicaciones más características del *boom* del cómic adulto. Reunió a autores como Mique Beltrán, Pere Joan, Micharmut o Daniel Torres. Su primer director fue Joan Navarro. Tal y como él mismo resume:

> Cuando llevábamos un año con *Cimoc* se me hizo un encargo literal: «hazme un *Víbora*», para tener otra revista diferente […]. El concepto de vanguardia digamos que era común a toda la gente que estaba en *Cairo*. El término abarcaba no sólo una estética, en el caso del dibujo, sino por ejemplo, una reivindicación del contenido literario, de aventura, que partía del modelo *tintinesco*. Esa insistencia en la línea clara francobelga coincidió en los primeros ochenta con la aparición de Serge Clerc, Yves Chaland o Le Floc'h.[18]

Navarro fue director de *Cairo* hasta el número treinta (inclusive), momento en que la publicación dejó de editarse. Regresó poco después bajo la dirección compartida de Antoni Guiral, Javier Ballester (Montesol) y el propio gerente de Norma, Rafael Martínez. Entre el primer ejemplar y el número veinticuatro, se publicaron todas las historias que constituyen el corpus de nuestro análisis.

Los distintos episodios cuentan con una portada inicial de presentación que se estructura como un serial radiofónico o televisivo (*Cairo* 3, 5 y 6), a modo de revista (*Cairo* 1, 2 y 4) o de historieta, ya sea *comic book* o página de álbum (*Cairo* 7, 8 y 24). Significativamente, Gallardo comienza con un enfoque cercano al arte y de crítica a este,

16. FERRER, Carlos: «Miguel Gallardo, o la historia del cómic español contemporáneo». *Radio Praha en español* (s. l.), 09/11/2010. (Disponible en línea: https://www.radio.cz/es/rubrica/cultura/miguel-gallardo-o-la-historia-del-comic-espanol-contemporaneo). Fecha de consulta: 14/10/2019.
17. DELGADO, Pablo, «Entrevista a Miguel Gallardo, ilustrador». *Blogs ABC* (s. l.), 15/06/2016. (Disponible en línea: http://abcblogs.abc.es/fahrenheit-451/2016/06/15/entrevista-a-miguel-gallardo-ilustrador/). Fecha de consulta: 14/10/2019.
18. Entrevista a Joan Navarro en Barcelona, realizada el 22/05/2017.

para terminar deslizándose en una apuesta por la historieta y un homenaje al medio.

La estructura narrativa mantiene en común la introducción de diferentes viñetas configuradas a modo de anuncios publicitarios. Esta herramienta le sirve a Gallardo, por una parte, para introducir el humor, creando contraste entre el hilo de la narración y el *spot*. Por otro, le otorga una ventana que no tiene que someterse a los designios de la narrativa. Gracias a ella adquiere la libertad de ser crítico con una amplia variedad de temas. Desde la religión hasta los cursos por correspondencia, que aparecen parodiados en el número cuatro de *Cairo.* Junto a un estudiante con birrete que se ríe mirando al lector se dispone el mensaje: «parece mentira pero… ya soy idiota!! po fin!!! [sic]. En poco tiempo y sin necesidad de conocimientos especiales, estudiando solo una hora diaria en mi casa con los famosos cursos por correspondencia». La publicidad añade, plena de ironía: «si no le gusta su trabajo actual… siga mi ejemplo y sáquese un título destos [sic]… […] crítico de cómics, director de cortos, paloma mensajera, pintor cubista».[19] Todo tiene cabida en los *intermezzi* publicitarios ideados por Gallardo: moda para clérigos, un intervalo musical con la rondalla «Los Amantes», ropa interior masculina o limpiacristales. Narrativamente cabe destacar también que, en algunas historias, se incluye el francés en los diálogos, normalmente con la finalidad de reforzar la creación de un ambiente cargante, pedante o enrarecido.[20]

Entre todos los personajes destaca especialmente la presencia de Pepito Magefesa. Gallardo lo introduce en el número cuatro del magacín barcelonés, creando su nombre a partir de un apelativo muy común en castellano y de la conocida marca de productos de cocina y menaje. Se encuentra vestido con una gabardina a cuadros, un fular de lunares, gafas de sol y un elegante sombrero. Tiene como compañero habitual a un perro que responde al nombre de Satán (al igual que el heroico can de la batalla de Verdún) y que Pepito es capaz de comprender.[21]

19. GALLARDO, Miguel: «Especial Pitita Ridruejo». *Cairo* (Barcelona), 4 (1982), pp. 21-25, espec. p. 24.

20. Se observa muy bien en la fiesta de: GALLARDO, Miguel: «Mis artistas preferidos». *Cairo* (Barcelona), 1 (1981), pp. 17-21.

21. Ibídem, p. 23. Cruce de galgo y *collie* que se empleó como mensajero durante la I Guerra Mundial, llegando a salvar la posición francesa. UGIDOS, Gonzalo: «Verdún: La batalla que volvió locos a los hombres». *El Mundo* (s.l.), 21/02/2016. (Disponible en línea: https://www.elmundo.es/cronica/2016/02/21/56c75dacca47415e658b4597.html). Fecha de consulta: 14/10/2019.

«My favourite artists (Mis artistass preferidoss) [sic]. Revista gráfica solo para "connoisseurs"»,[22] es la carta de presentación de la primera historia, incluida en el número uno de *Cairo*. El título nos aporta ya varias claves del discurrir de la historia, que se muestra como todo un pastiche sobre la idea de la revista de arte. En la portada se establecen diferentes precios para el *magazine* en base al país hispanohablante en el que se venda, Argentina, El Salvador, Nicaragua o España. El patrocinio se encuentra a cargo de Chicken`s Friend & Co. (las verdaderas gallinitas de Kentucky), parodia de la cadena de la conocida multinacional especializada en pollo frito Kentucky Fried Chicken (KFC). No resulta inapropiada esta inclusión, teniendo en cuenta que durante la Transición y los años ochenta, se produjo la llegada y consolidación de algunos de los principales establecimientos de comida rápida a España, con Burger King en 1975 o McDonalds en 1981.[23] Gallardo hacía referencia a un hecho coetáneo y al expansivo sistema capitalista procedente de Estados Unidos, que impregnaba incluso el área de la estética y el arte. Justamente en mitad de la lectura, el autor incorpora una viñeta en la que aparece un hombre anuncio vestido de pollo, que nos recuerda quién ha permitido que la revista saliera adelante.

En la parte derecha de la portada, se incluye una de las famosas *composiciones* concebidas por Piet Mondrian. Justo debajo se dispone lo que parece un bodegón de Juan Gris reinterpretado, que incorpora un bote de Cola Cao. En la parte inferior izquierda, Gallardo encaja una referencia a John Cage y se nos presenta al conductor de toda la historieta, antecedente de Pepito Magefesa: el histriónico Walter Montenegro.

El contexto de desarrollo del cómic es una fiesta en una maravillosa propiedad situada en Oak Park, diseñada «hasta el último detalle por Bernard G. (Buddy) Young, nieto de un conocido de Frank Lloyd Wright».[24] El suburbio de Chicago, cuando «todavía era la pradera de la mitología norteamericana»,[25] fue el punto de inicio de la carrera

22. GALLARDO, Miguel: «Mis artistas preferidos», p. 17.
23. SÁNCHEZ, Javier: «Un estudio: ¿cuándo llegó la primera hamburguesa a España?». *Vanity Fair* (Madrid), 14/03/2016. (Disponible en línea: https://www.revistavanityfair.es/poder/articulos/cuando-llego-la-primera-hamburguesa-a-espana/22964). Fecha de consulta: 14/10/2019.
24. GALLARDO, Miguel: «Mis artistas preferidos», p. 18.
25. FRAMPTON, Kenneth: *Historia crítica de la arquitectura moderna*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1998, p. 57.

del conocido arquitecto norteamericano y cobija varias casas realizadas de acuerdo a sus ideales, con «elementos rompedores para entonces, como el uso de nuevos materiales, alerones de inspiración japonesa y una distribución del espacio que se amolda a las necesidades del cliente, y no al revés». Citar a un icono de la arquitectura que entendía sus aportaciones vinculadas «a los ideales de EE.UU.: la libertad, la sintonía entre hombre y naturaleza, la democracia»,[26] no hacía sino redundar en la crítica al sistema económico y político propiciado desde Estados Unidos. En el mismo número de *Cairo*, Mariscal dispuso a sus personajes más famosos, los Garriris viajando por el interior de conductos aéreos de un «urbanismo futurista».[27]

La casa se llena de diferentes referencias artísticas que descontextualizan obras paradigmáticas de la historia del arte universal. Una figura extraída del *Guernica* (1937) de Picasso, se transforma en una fuente del jardín, mientras que una lata de sopa Campbell que podría haber inspirado a Andy Warhol, conforma el cuerpo de una lámpara. Los personajes potencian esta descontextualización mordaz. Desde una mujer de rostro alargado extraída de un lienzo de Amedeo Modigliani, hasta un joven sacado del cartel anunciador del grupo expresionista Die Brücke (El Puente, primera década del siglo XX). Se

Fig. 3. Altercado picassiano en la lujosa mansión de Oak Park.

desliza asimismo el protagonista de uno de los cuadros de *El grito*, pintados por Edvard Munch a finales del siglo XIX. Aparece también Paloma Picasso, hija del pintor y de la artista Françoise Gilot, vestida con una paleta de colores a modo de estilosa pamela.

26. ANSORENA, Javier: «Oak Park, Chicago: allí empezó todo para Frank Lloyd Wright». *ABC* (Madrid), 25/06/2017. (Disponible en línea: https://www.abc.es/cultura/abci-park-chicago-alli-empezo-todo-para-frank-lloyd-wright-201706250155_noticia.html). Fecha de consulta: 14/10/2019.

27. MARISCAL: «Urbanismo futurista». *Cairo* (Barcelona), 1 (1981), pp. 11-13.

Finalmente, una pelea entre Paloma y la acompañante de un pequeño y poco trascendente Jackson Pollock, provoca un particular *Guernica* en la casa [fig. 3]. Las referencias frecuentes al autor malagueño y al famoso cuadro se explican también por una razón relativa al contexto: como hemos destacado líneas arriba, en septiembre de 1981 la obra maestra de Picasso regresó a España, convirtiéndose en un hito y en un primer paso para la configuración del sistema del arte reciente.

El análisis de la primera historia publicada en *Cairo* por Gallardo nos habla de un enfoque que mantuvo a lo largo de toda la serie: el escepticismo y la profunda ironía crítica hacia el universo del arte contemporáneo. La finalidad que persigue el historietista es, mediante el lenguaje del cómic y las historias que plantea, romper la elevada consideración social de dicho cosmos, en expansión en ese momento. Su objetivo es que el ecosistema editorial y el artístico desciendan al mismo nivel, algo que se explica precisamente porque el propio Gallardo nunca ha realizado «un distingo, entre arte y cómic. Por eso hacía esas historietas en *Cairo* en la que se tiraban del pelo las hijas o las mujeres de artistas como Picasso».[28]

La mordacidad se potenció en el número dos de la revista, cuyo episodio llevaba por título «el creyente frente al arte moderno». En este caso, el magacín parodiaba a la Hermandad Obrera de Acción Católica, creada durante el franquismo, al titularse: «Acción Catódica. Revista-coloquio sobre arte y religión. Órgano oficial de la Asociación de Artistas Cristianos Modernos».[29] Los protagonistas son una suerte de crítico, un personaje de rostro cubista «creador del surrealismo socialista y del chung-art, poeta en sus horas libres»[30] y el propio «Dios», perfecto copista de la obra del artista Kazimir Malévich y especialmente dado a la bebida. El conductor de todo es en este caso el Padre Mediavilla, que más adelante acompañará a Pepito Magefesa. Gallardo fue el encargado además de la portada de la publicación, con un pintor que sonreía mientras se golpeaba con la brocha en su

28. Entrevista telefónica a Miguel Gallardo, realizada el 06/11/2019.

29. GALLARDO, Miguel: «Acción catódica». *Cairo* (Barcelona), 2 (1981), pp. 5-9, espec. p. 5.

La ironía sobre temas religiosos, en relación al arte, es algo repetido durante la serie. Sirva como ejemplo complementario la aparición de «Santa Tecla, virgen y apaleada», justo cuando el protagonista de «Potaje de pasiones» va a suicidarse. La virgen es un travesti con aureola y mantón de luz, vestido como Carmen Miranda. Porta el característico sombrero de frutas que llevó la actriz en *That night in Rio* (1941). GALLARDO, Miguel: «Potaje de pasiones». *Cairo* (Barcelona), 3 (1981), pp. 21-25, espec. p. 25.

30. Ibídem, p. 6.

ojo derecho. Ese mismo artista aparece en la primera página de la historia dudando sobre qué tiene que hacer con el pincel. Se repiten estructuras narrativas presentes ya en el primer número de la serie: la inclusión de viñetas a modo de anuncios publicitarios como gags, la aparición de diálogos y palabras en francés o la pelea entre dos personajes principales.

El final es directo y mordaz: «¡Niños!, obedeced a vuestros papás y sed buenos como San Domingo Pintor que llegó a ser un gran artista. Antes morir que copiar». Aparece firmado por «Mosén Gallardo».[31] De esta forma, el autor critica la noción de «originalidad» en el arte contemporáneo y el ego que parece acompañar, de acuerdo a su prisma, a muchos artistas que la utilizan como arma arrojadiza. En la entrevista que realizamos al autor, este estableció que:

> Hay muchos ilustradores o dibujantes cuya meta es tener un estilo propio que los distinga de los demás. Mi meta siempre ha sido copiar a todo el mundo [risas]. He aprendido copiando a los maestros e incorporándolos a todo lo que ya sabía. Eso te da una agilidad bastante grande, porque no estás fijado a un estilo. Cuando me llega un encargo lo que hago es buscar la forma técnica de resolver eso. No tengo servidumbre con nada.
>
> [...]
>
> Picasso decía la famosa frase de: «si está vivo es copia, si está muerto es homenaje». No hay nada original en el mundo. Todo ha tenido una referencia de lo anterior. Es la única forma de aprender.
>
> [...]
>
> David Hockney hizo un trabajo maravilloso sobre la cámara oscura.[32] Básicamente usar la cámara oscura es «calcar», y lo hacían multitud de pintores. A lo que nos lleva esto es a la idea de que copiar es parte del proceso de aprendizaje. A no ser que lo hagas tan descaradamente como para apropiarte de lo del otro. Lo he usado siempre para ver cómo los demás resuelven problemas básicos que me encuentro. Una vez que lo interiorizas, lo tienes ahí y ya está. A veces la gente me reconoce por mi estilo y ni siquiera yo me reconozco por ello. No consiste en cambiar de trazo cada vez que tengas que hacer algo sino, básicamente y una vez más, en hacer lo que te da la gana [risas].[33]

31. Ibídem, p. 9.
32. Hockney, D., *El conocimiento secreto*, Barcelona, Ediciones Destino, 2003.
33. Entrevista telefónica a Miguel Gallardo, realizada el 06/11/2019.

En el cuarto número, Gallardo introduce a Pepito Magefesa con una historia que comienza parodiando la portada de la revista *Life.* El ejemplar se encuentra dedicado a Pitita Ridruejo, conocida personalidad de la *jet-set* europea y española, interesada en el mundo del arte. Una «"grand dame" con carisma de las que desgraciadamente no abundan ya».[34] Aparece vestida con dos paletas de pintor a modo de pendientes y con un vestido en el que se insertan, como si fueran topos, los personajes de los Garriris creados por Mariscal. Significativamente, se aprecia de fondo una escultura grecolatina que representa a Hermes-Mercurio lanzando agua por la punta del glande.

La finalidad de Pepito es «recoger información sobre estas personas questan [sic] saltando continuamente a la fama desde cualquiera de los campos artísticos, culturales, humanos, sociales y psicológicos».[35] Con dicho objetivo, pasea por la casa de Pitita viendo sus obras de arte, entre las que destaca «la fabulosa colección privada de retratos de la familia Ridruejo, con firmas tan cotizadas como Tamara de Lempicka, Marc Chagall, Juan Gris, Cuichart [Modest Cuixart]…».[36] Las piezas que se aprecian son, sin embargo, retratos del Tío Gilito, La Cosa o la pequeña Lulú. Ironía una vez más acerca de las grandes firmas del arte y reivindicación a través de la parodia de la propia importancia del tebeo.

Tanto con Pitita Ridruejo, como en la historia contenida en el número tres y en la que aparece en el cinco, se ejemplifica una de las metas centrales de Gallardo: hablar de una época en la que, «de pronto, la gente inventaba personajes para sí mismo que eran más grandes que la vida». Fue el caso de Tino Casal, protagonista de la quinta historia. Su rostro, caricaturizado al extremo, se asemeja a los del creador del «chung-art» que poblaba la narración del número dos de *Cairo* y a Federico, «el artista atormentado», personaje central de «Potaje de pasiones».[37] En este último caso, Gallardo parte de la idea del carisma desmedido para caricaturizar además la leyenda del artista maldito, inconformista y obsesionado con su obra. Para el historietista:

> No importaba si detrás había mucho o poco. Es el caso de la Movida Madrileña: ellos mismos han reconocido alguna vez que no tenían tampoco ni pajolera idea de tocar, pero les alimentaba la pasión por hacer eso. Pero lo

34. GALLARDO, Miguel: «Especial Pitita Ridruejo», p. 21.
35. Ibídem, p. 22.
36. Ibídem, p. 23.
37. GALLARDO, Miguel: «Potaje de pasiones», pp. 21-25.

> que en un principio fue pasión, en muchos casos se convirtió ya en un «pegolete» total. La gente exageraba demasiado y eso daba para mucha parodia.[38]

Pero es en el número seis de *Cairo* donde la sorna sobre el genio inmoderado alcanza su cénit. Se anuncia el «Gran Concurso "Ondas"» a «Moderno del Año». Entre los candidatos está la productora musical Pili Vinilo, Billy Boy, un «poeta romántico descendiente de William Blake» o el «exquisito editor»[39] Pedro Peláez. Se encuentra entre ellos el enemigo de Pepito Magefesa, el malvado Mr. X. Todos ellos pugnan por ser el más innovador, vanguardista y radical en sus propuestas. En definitiva, el más «moderno», el que más puede trascender los límites de sí mismo y de su época.

Los dos últimos capítulos cierran narrativamente la serie. El séptimo desarrolla el enfrentamiento entre los dos personajes antagonistas y la derrota de Pepito ante Mr. X que, en la entrega número ocho, gana el «Premio Ondas» y desvela la identidad secreta del heroico detective al mundo. El malvado antagonista de las historias no es otro que Jamón Despaña, trasunto del especialista Ramón de España. «Bajo la apariencia de un ingenuo crítico de cómis [sic] encontramos a una de las mentes criminales del siglo que vende "protección" y opera en el mercado negro de la penicilina».[40] De esta manera, un crítico de cómics quita la máscara a un *connaisseur* del mundo del arte que, como hemos comentado líneas arriba, resulta ser un superhéroe de tebeo, *The Phantom*. El capítulo ocho de la serie se titula «Andy Warhol`s Interview». Tras una serie de *spots* iniciales, se estructura en dos entrevistas a la madre y el padre de Pepito Magefesa. Están realizadas por un personaje real extraído del universo de la pintura y por otro ficticio procedente del tebeo. Warhol es el encargado de hablar con la madre del protagonista, mientras que una pequeña Lulú (personaje de Marjorie Henderson Buell) disfrazada se encarga del padre.

Aunque Gallardo podría haber concluido la serie en el capítulo ocho, regresó con una última historia: «El caso del falso Tintín. Tintín y los cuadros falsificados». Es el primer capítulo en el que no aparece ningún *spot* publicitario. El contraste se produce tanto narrativa como gráficamente entre la parte desarrollada a modo de episodio firmado

38. Entrevista telefónica a Miguel Gallardo, realizada el 06/11/2019.
39. GALLARDO, Miguel: «Moderno del año». *Cairo* (Barcelona), 6 (1982), pp. 21-25, espec. p. 24.
40. GALLARDO, Miguel: «Clasic Comics». *Cairo* (Barcelona), 7 (1982), pp. 21-25, espec. p. 25.

por Hergé, con Tintín y el Capitán Haddock como protagonistas, y la aventura habitual de Pepito Magefesa. Por una parte, los dos personajes del tebeo francobelga viajan hasta Nueva York buscando a un especialista en arte, el profesor Hugues. Por otro, Magefesa y Jamón Despaña se vuelven a enfrentar. Ambas narraciones se interconectan por elementos como la publicación del nuevo álbum del reportero francófono por parte de la Editorial España, o por un final totalmente abierto que parece unir ambas historias. La elección de Hergé como episodio final no resulta casual. El autor llegó a plantearse ser pintor y tomó clases de pintura del artista belga Louis Van Lint.[41] Su última obra, inacabada, se tituló significativamente *Tintín y el Arte-Alfa*. Lo que se deduce por los bocetos que dejó Hergé es que se encontraba, en parte, inspirada por el marchante Fernand Legros, que durante años vendió de manera muy exitosa obras falsas realizadas por Elmyr de Hory.

4. LA PEQUEÑA LULÚ Y VARIOS CLÁSICOS

Junto a las referencias al mundo del arte, resalta en todos los capítulos el homenaje a figuras de la cultura popular y de la historia del tebeo. En el número seis de *Cairo*, el conocido personaje Pedro Picapiedra, nacido en el estudio de animación Hanna-Barbera Productions, aparece nominado a «moderno del año». Se identifica irónicamente como Chavi Chal, «genio del diseño funcional».[42] El eterno hambriento creado por José Escobar, Carpanta, aparece también entre los nominados. Gallardo lo retrata como Pepe Prieto, «hombre renacentista por excelencia profesor de lunfardo».[43] En la séptima historia, Carpanta se fuma un canuto que termina siendo explosivo, mientras que en la sexta el repórter Tribulete de Cifré acompaña a Pepito en la investigación del rapto de Diana Palmer, el amor del protagonista. El que parece ser el Doctor Victor von Doom, uno de los principales antagonistas del universo de Marvel Comics, aparece tomándose una bebida en el séptimo capítulo.[44] Tintín parodia la conocida referencia a Superman al afirmar de espaldas:

41. VICENTE, Álex: «Cuando Hergé se cansó de Tintín y quiso ser pintor». París, *El País*, 26/09/2016. (Disponible en línea: https://elpais.com/cultura/2016/09/25/actualidad/1474826019_817211.html). Fecha de consulta: 14/10/2019.
42. GALLARDO, Miguel: «Moderno del año», p. 24.
43. Ibídem.
44. Enemigo especialmente de Los 4 Fantásticos.

- …mientras… dos siluetas cruzan a gran velocidad por encima del mar…

- …sera un pajaro? [sic]

- sera un vion? [sic]

- …es el hombre enmascarao! [sic][45]

Los principales teóricos de cómic del momento también encuentran su reflejo en las páginas de Gallardo. La historia publicada en el número siete de *Cairo* recuerda a la portada de un *comic book* clásico y se publica gracias a la aprobación de la «Javier Coma Code Autorithy [sic]». Con ello se hacía referencia al papel determinante del conocido crítico dentro del mundo de la historieta, estableciendo una burla del Comics Code Authority.[46] En el séptimo episodio aparece claramente la revista *RAW*, órgano de difusión del cómic alternativo reconvertido en el «diario gráfico oficial de los nihilistas de Badalona».[47] Por último, la influencia de Crisler Segar y de su obra más conocida, *Popeye*, se hace asimismo patente en varias de las historias. Por una parte, en la casa de Pitita Ridruejo la criada de Lugo que atiende a Pepito Magefesa resulta ser un calco del personaje de Olivia. Por otro lado, la tía de Diana Palmer no es sino un Popeye travestido, en el que su característica pipa contrasta con la cofia que lleva en la cabeza.

El contraste entre el mundo del arte contemporáneo y el del cómic queda patente en lo descrito con anterioridad. Grandes pintores conviven con reputados historietistas. Protagonistas de la pintura comparten espacio con personajes de ficción del tebeo. Revistas de cómic alternativo y de artes plásticas se entremezclan. Las excesivas personalidades solo encuentran sátira y los diferentes espacios jerárquicos en los que habitan unos y otros se rompen, creando una mezcla que provoca hilaridad en el lector.

5. MÁS ALLÁ DE *PEPITO MAGEFESA*: DE *UN LARGO SILENCIO* A *MARÍA Y YO*

Pepito Magefesa y el resto de historias de Gallardo publicadas en *Cairo* constituyen un ejemplo representativo de una época en la que el auge de las artes plásticas fue común al del tebeo. Para las revistas,

45. GALLARDO, Miguel: «Clasic Comics», p. 25.
46. Creado como instrumento de censura previa en 1954 por la Comics Magazine Association of America.
47. GALLARDO, Miguel: «Clasic Comics», p. 24.

sin embargo, fue un ascenso efímero. Desde 1985 en adelante se produjo su progresiva desaparición. Publicaciones como *Cimoc*, *Comix Internacional* o la propia *Cairo* dejaron de venderse en los quioscos, coartando el desarrollo creativo de muchos autores y privándolos de una fuente periódica fundamental de ingresos. Las causas de este hecho fueron variadas e incluyeron algunas de tipo económico, el reposicionamiento editorial, las transformaciones en los hábitos de lectura o los propios cambios sociológicos, desde el abandono del quiosco como punto de distribución del tebeo hasta la «verdadera revolución» en los medios de comunicación que se forjó desde la Transición. En palabras de Fusi se constituyó un clima cultural que tuvo como uno de sus elementos definitorios la pluralidad.[48] Es decir, el público pasó a tener una gran cantidad de opciones de ocio a su disposición, que muchas veces eran más económicas o de más fácil acceso que la historieta. Entre ellas se encontró la televisión, que incrementó su oferta y horas de emisión, o el recién surgido videojuego, que aportaba un elemento desconocido hasta ese momento: la interactividad.

Ante la desaparición de la revista, numerosos autores emigraron creativamente a campos como el audiovisual o la ilustración, más lucrativos y todavía con mejor consideración desde el prisma social. Entre los que abrazaron este último ámbito, se encuentra el propio Gallardo. Cuando las revistas progresivamente desaparecieron, en palabras del autor «el panorama era desolador. No había nada».[49] Dada su experiencia anterior, no resulta extraño que a comienzos de los noventa el historietista comenzara a dedicarse mayoritariamente a este vehículo expresivo tan cercano a las viñetas. Ha actuado como ilustrador de prensa (donde ha obtenido amplio reconocimiento), ha sido portadista de libros y ha realizado carteles, entre ellos los de las fiestas de La Mercè de 1989 o la Festa Mayor de Sants de 1992.

Nunca retomó a Pepito Magefesa y, en un momento de plena dedicación a la ilustración, el creador acabó con la vida de su personaje más característico: Makoki. Para Gallardo se había convertido

48. FUSI, Juan Pablo. *Un siglo de España. La cultura*. Madrid: Marcial Pons, 1999, pp. 151-154.

49. INFAME & CO: «"Éramos jóvenes y no teníamos nada que perder". Entrevista a Gallardo y Mediavilla». *Bilbao 24 horas* (Bilbao), 19/03/2017. (Disponible en línea: http://bilbao24horas.com/hemeroteca/index.php/de-interes-y-curiosidades/el-mundo-del-comic-con-infame-co/18265-eramos-jovenes-y-no-teniamos-nada-que-perder-entrevista-a-gallardo-y-mediavilla). Fecha de consulta: 14/10/2019.

Fig. 4. Portada de Un largo silencio (1997)

en «una mochila que cargaba mucho».[50] Lo hizo en la revista *Viñetas* dirigida, al igual que la primera etapa de *Cairo*, por Joan Navarro. El autor resume que «la época de Makoki ha pasado. El tío de los cables y su banda eran una pandilla de inconscientes de mentalidad adolescente. Parecían peligrosos en los años 70, pero se revelan inofensivos en los 90».[51]

Los nuevos caminos emprendidos por el historietista desembocaron en *Un largo silencio* (1997) [fig. 4].[52] «Una deuda con mi padre y con su generación».[53] En 1984 Gallardo declaró que ya tenía en mente realizar la historia.[54] La base para la obra fue un texto realizado por el padre del dibujante, Francisco Gallardo, en el que narraba su infancia, juventud y participación en el bando republicano durante la Guerra Civil Española. El escrito aparece acompañado de varios aportes gráficos que comenzaron publicándose en la revista *Nosotros Somos Los Muertos*, coordinada por dos autores, Max y Pere Joan.

La combinación de cómic e ilustración recuerda a nivel técnico (y no desde ningún otro prisma) a las experiencias híbridas empleadas por el primero en *Órficas* (1994) y en *Monólogo y alucinación del gigante blanco* (1996). Dos obras, muy personales, realizadas también en la década de los años noventa. En ellas, el autor se implicó como no lo había hecho en sus trabajos previos en literatura infantil, al actuar específicamente como escritor para ambas.

50. LARRIÓN Y TORRES: «Entrevista a Miguel Gallardo». *Gutter* (s. l.), 04/04/2017.
51. DE ESPAÑA., Ramón: «Miguel Gallardo: "Mataré a Makoki porque esta ya no es su época"». *El país* (Barcelona), 16/03/1994. (Disponible en línea: https://elpais.com/diario/1994/03/16/cultura/763772404_850215.html). Fecha de consulta: 14/10/2019.
52. GALLARDO, Francisco y GALLARDO, Miguel: *Un largo silencio*. Alicante: De Ponent, 1997.
53. Entrevista telefónica a Miguel Gallardo, realizada el 06/11/2019.
54. BERMEJO, Victoria: «Gallardón», pp. 16-17.

Un largo silencio antecede claramente a obras como *El arte de volar* y, por extensión, a la propia idea de novela gráfica en España.[55] El historietista volvió a plantear años más tarde otro libro en el que también se produjo una profunda implicación familiar: *María y yo* (2007).[56] Gallardo narra la relación que mantiene con su hija, que sufre autismo. Se publicó de manera coetánea a *Arrugas,* de Paco Roca y, como destaca Ana Merino «representa una continuidad con ese estilo gráfico-narrativo que define una nueva época [el establecido en *Un largo silencio*]».[57] El guion se desarrolla con delicadeza y sensibilidad, combinando cómic e ilustración, a través de un «grafismo bastante naif, una imagen a veces meramente ilustrativa y unos textos explicativos y distanciados».[58] En este sentido, el historietista destaca significativamente que «lo importante de un relato es que la historia y el dibujo cuadren»[59] y que su objetivo no era:

> volver al cómic en las mismas circunstancias en las que lo había dejado. Buscaba regresar de una manera mucho más simple y sencilla. El libro, tal y como está, es un diario que hice durante unas vacaciones con María y no tenía ninguna intención de ser publicado.[60]

6. A MODO DE CONCLUSIÓN: FRICCIONES QUE ABREN NUEVOS CAMINOS

María y yo y *Un largo silencio* son sin duda dos de las obras más conocidas y estudiadas del autor. En ellas podríamos leer muchos otros elementos que hacen de Gallardo un caso paradigmático para analizar el proceso de *artificación* en el cómic. La construcción de dos «artefactos artísticos» muy originales en los que se combinan diferentes formas de narración visual y la adopción de un «artefacto semántico» en ambas, a través de la idea de novela gráfica, nos señalan una importante ruta de estudio. Las historias de Pepito Magefesa, junto a

55. ALTARRIBA, Antonio y KIM: *El arte de volar*. Alicante: Edicions de Ponent, 2009.
56. GALLARDO, María y GALLARDO, Miguel: *María y yo*. Bilbao: Astiberri, 2007.
57. MERINO, Ana: «Todos los Gallardos», p. 255.
58. TOUTON, Isabelle: «Apuntes sobre el realismo en las narraciones visuales actuales. El ejemplo de la adaptación cinematográfica del cómic *María y yo* de Miguel Gallardo por Félix Fernández de Castro». *Pasavento. Revista de Estudios Hispánicos* (Alcalá de Henares), vol. 2, 1 (invierno 2014), pp. 77-99, espec. p. 86.
59. MESSA, Roser: «[Entrevista] Miguel Gallardo: "Cuando viajo soy un desastre"». *Canino* (Madrid), 19/04/2016. (Disponible en línea: https://www.caninomag.es/entrevista-miguel-gallardo-cuando-viajo-desastre/). Fecha de consulta: 14/10/2019.
60. Entrevista telefónica a Miguel Gallardo, realizada el 06/11/2019.

las restantes publicadas en *Cairo*, resultan quizás menos conocidas en la trayectoria del historietista, pero son también capitales para comprender dicho proceso. Nos hablan de una época de sinergias y enlaces entre la historieta y otras artes. De fricciones y malentendidos. De golpes con el pincel y mandobles con el rotring. Una etapa de *desjerarquización* en la que el cómic buscaba reivindicarse, destruir prejuicios y mirar a las artes plásticas al mismo nivel.

El autor planteó una estructura narrativa original basada en el medio de comunicación de masas por excelencia: la publicidad. Concibió a unos personajes hiperbólicos, que buscaban retratar a toda una época. Eran moderados por un detective-superhéroe que no temía arremangarse y sumergir sus manos en un lodo de colorido capitalismo y vanidad. La disparidad de elementos procedentes del contexto de las artes plásticas y de las páginas del tebeo potencia tanto la mofa en el lector como un cierto sentimiento de confusión. Este último busca actuar también como eje a partir del que se nivelan todas las manifestaciones artísticas participantes. El humor sirve igualmente para alejar al lector de la realidad de una juventud que tuvo un lado difícil, en forma de consumo de drogas y marginalidad. Una época de la que muchos historietistas no pudieron salir, o de la que surgieron cambiados.

El autor cultivó la ruptura de jerarquías en más producciones suyas. Lo que Gallardo denomina «pastiche» es su «forma de arte preferida».[61] Un buen ejemplo lo encontramos en el álbum *Los sueños del niñato* (1986),[62] personaje que «es, en verdad, un trasunto de Makoki (sólo tienes que mirarle la cara, con la napia grande)».[63] Una portada de *Tío Vivo* reinterpretada u homenajes a historietistas como Manuel Vázquez o Winsor McCay, conviven con guiños y referencias a diferentes estilos de la historia de la pintura.

El homenaje al repórter Tribulete de Cifré, fiel acompañante de Pepito Magefesa, continuó en la serie *Perico Carambola*, retrato sardónico de la prensa rosa. Gallardo lo publicó en revistas como *Complot* o un breve *TBO* editado en los años ochenta por Editorial Bruguera. Ambos *magazines* fueron dirigidos por Joan Navarro y, en este caso, el autor partió de guiones de Ignacio Vidal-Folch. La colaboración entre ambos se volvió a repetir, ya en los años noventa, con *Roberto España y Manolín*, que parodiaba a otro de los clásicos del tebeo espa-

61. Entrevista telefónica a Miguel Gallardo, realizada el 06/11/2019.
62. GALLARDO, Miguel: *Los sueños del niñato*. Barcelona: Ediciones La Cúpula, 1986.
63. Entrevista telefónica a Miguel Gallardo, realizada el 06/11/2019.

ñol: *Roberto Alcázar y Pedrín*.[64] El tirón que había tenido un detective como Pepito Magefesa, tuvo un efímero intento de reeditarse con *Perro Nick*, publicado en *El Víbora* en la segunda mitad de los años ochenta. Como hemos comentado líneas arriba, mostraba la influencia de su trabajo en ilustración.

Las historias de Magefesa no constituyeron una excepción. Gallardo no fue el único autor que cultivó las críticas mordaces al mundo del arte contemporáneo. En el número treinta y seis de *Cairo* (1985), Montesol firmó la historia «Art News», donde retrató a personalidades como los críticos y teóricos Victoria Plusvalía (Victoria Combalía) o Ángel Peláez (Ángel González), que aparecen junto a Joan Catarro (Joan Navarro) o Miguel Barceló (Miquel Barceló), discutiendo sobre si el arte ha muerto o no en el siglo XX y acerca del nuevo estatuto artístico que parece adquirir el cómic. Asimismo, la doble personalidad de Pepito Magefesa, a medio camino entre el tebeo y las galerías de arte, nos puede hacer pensar en personalidades reales, como Alvarez Rabo. Como si de un Doctor Jekyll y Mr. Hyde artístico se tratara, el autor mantenía un perfil real como pintor y otro oculto que utilizaba para cometer la peor atrocidad nunca imaginada: crear tebeos. Se construían con una estética feísta, basada en guiones con temáticas mordaces, sexuales o escatológicas.[65]

La propia idea de un detective sumergido en el mundo del arte antecede a uno de los personajes más característicos creados por el guionista Felipe Hernández Cava y el dibujante Keko: *Bob Deler*. Se publicó ya en la primera década del siglo XXI en la revista *EXIT Express* como:

> una especie de Supermán que no sobrevolase el espacio sino que se moviese entre los intrincados vericuetos de los museos, galerías, estudios, bares nocturnos, salas de subasta y ministerios, por donde se difunden las tendencias postmodernas bajo presiones políticas y ocultos intereses.[66]

64. *Pepito Magefesa, Perico Carambola* y *Roberto España y Manolín* formaron un único recopilatorio bajo el título de *Héroes modernos* a finales de los noventa: GALLARDO, Miguel y VIDAL-FOLCH, Ignacio: *Héroes modernos*. Barcelona: Glénat, 1998. Glénat estaba también dirigida por Navarro, con el que Gallardo siempre colaboró muy estrechamente.

65. Ver para ello: GRACIA LANA, Julio: «Una identidad pictórica: "Alvarez Rabo"». En: GRACIA LANA, Julio y ASIÓN SUÑER, Ana (coords.): *Nuevas visiones sobre el cómic. Un enfoque interdisciplinar*. Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza, 2018, pp. 397-404.

66. ZUBIAUR CARREÑO, Francisco Javier: «El arte contemporáneo y el museo llevados

En definitiva, un *connoisseur* como Pepito Magefesa que conocía a cada personaje de los distintos orbes creativos.

Pero quizás el análisis acerca de las distintas jerarquías (en cuanto a prestigio económico y social), sobre qué es un arte o no, y en lo tocante a si el tebeo ha conseguido alcanzar finalmente dicho estatus, no sea lo más relevante. Cuando el narrador de «Art News» de Montesol pregunta a los dibujantes por el canon artístico del comic, uno de ellos responde significativamente: «¡Más pasta por página!».[67] A la cuestión, por parte de Victoria Bermejo, de si el tebeo es una manifestación artística, la respuesta de Gallardo no puede ser más clara: «no me importa mucho que sea un arte o deje de serlo. Lo que me interesa es que los autores de tebeos cuenten lo que tienen que contar con los medios que tienen: eso es un arte».[68]

al cómic». *REVISIONES. Revista de crítica cultural* (Pamplona), 7 (Invierno de 2011 y Primavera de 2012), pp. 193-204, espec. pp. 200-201.

67. MONTESOL, «Art News». *Cairo* (Barcelona), 36 (1985), pp. 13-18, espec. p. 17.

68. BERMEJO, Victoria: «Gallardón», p. 15.

20 LINES

MATT MADDEN
School of Visual Arts, NY y artista visual | matt@mattmadden.com

Recibido: 20.11.19 | Aceptado: 4.12.19

Resumen

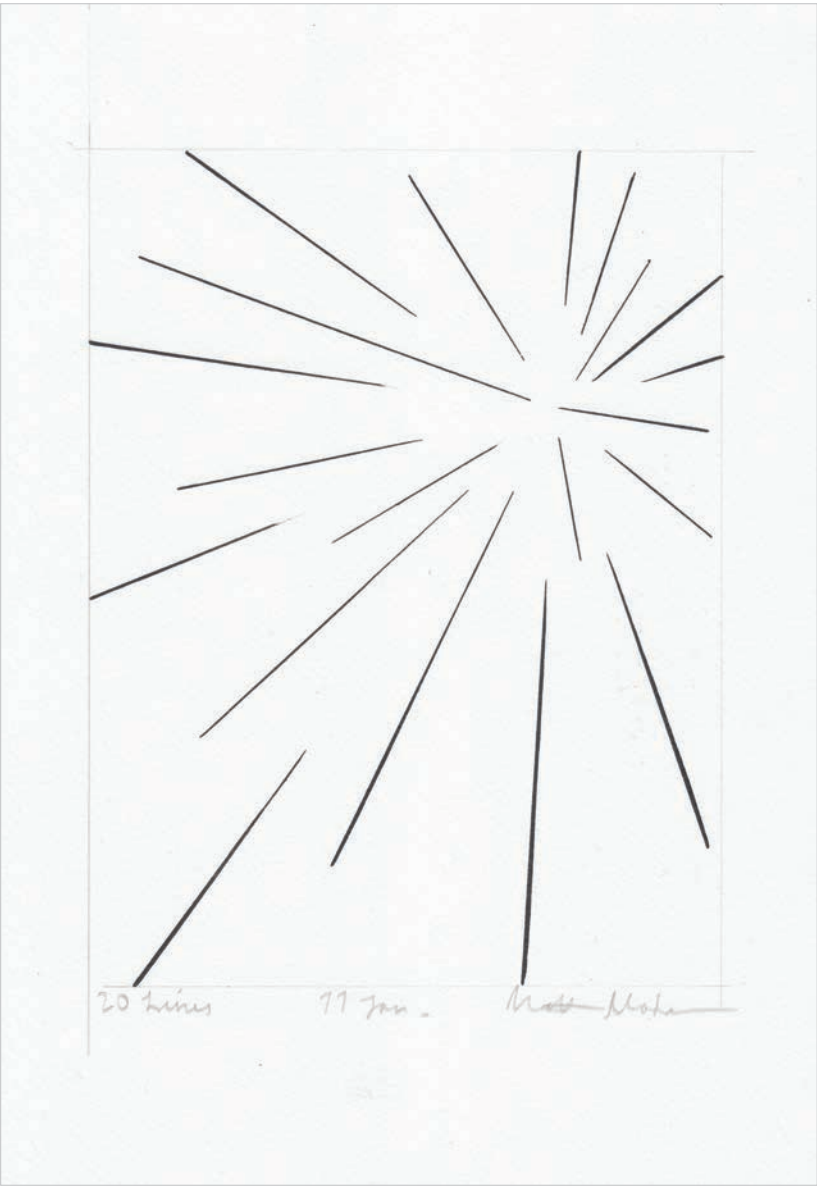
La principal fuente de inspiración fue un libro en prosa del autor del Oulipo Harry Mathews titulado ***20 líneas al día***, que es un documento incompleto de un período en que el autor escribía 20 líneas de prosa cada mañana en su despacho, como ejercicio de calentamiento. Lo hacía inspirado por una cita de Stendhal que hablaba de "20 líneas al día, seas un genio o no". Se tomó la idea literalmente pero de manera un tanto irónica y yo hice un poco lo mismo: a ver, ¿20 líneas dibujadas no son lo mismo que 20 líneas escritas? (casi siempre es más rápido, eso seguro). Lo puse en práctica cuando nos instalamos en Francia, ya que uno de mis objetivos aquí era profundizar en el dibujo, porque siempre tiendo más a la escritura o al pensamiento estructural/lingüístico sobre los cómics. Quería concentrarme en los aspectos más básicos del dibujo -líneas en un suelo- para explicar cómo las líneas llenan el espacio y se ensamblan. Quizá no tanto "explicar", sino más bien poner a trabajar mi mano, mi cerebro y mis ojos de dibujante y ver qué surgía. No sé cómo todo esto se percibirá en mis cómics, pero creo que es parte de un proceso para controlar más conscientemente mis dibujos, desde un punto de vista tanto físico como conceptual.

Palabras clave: Dibujo | línea | OuBaPo | arte | cómic.

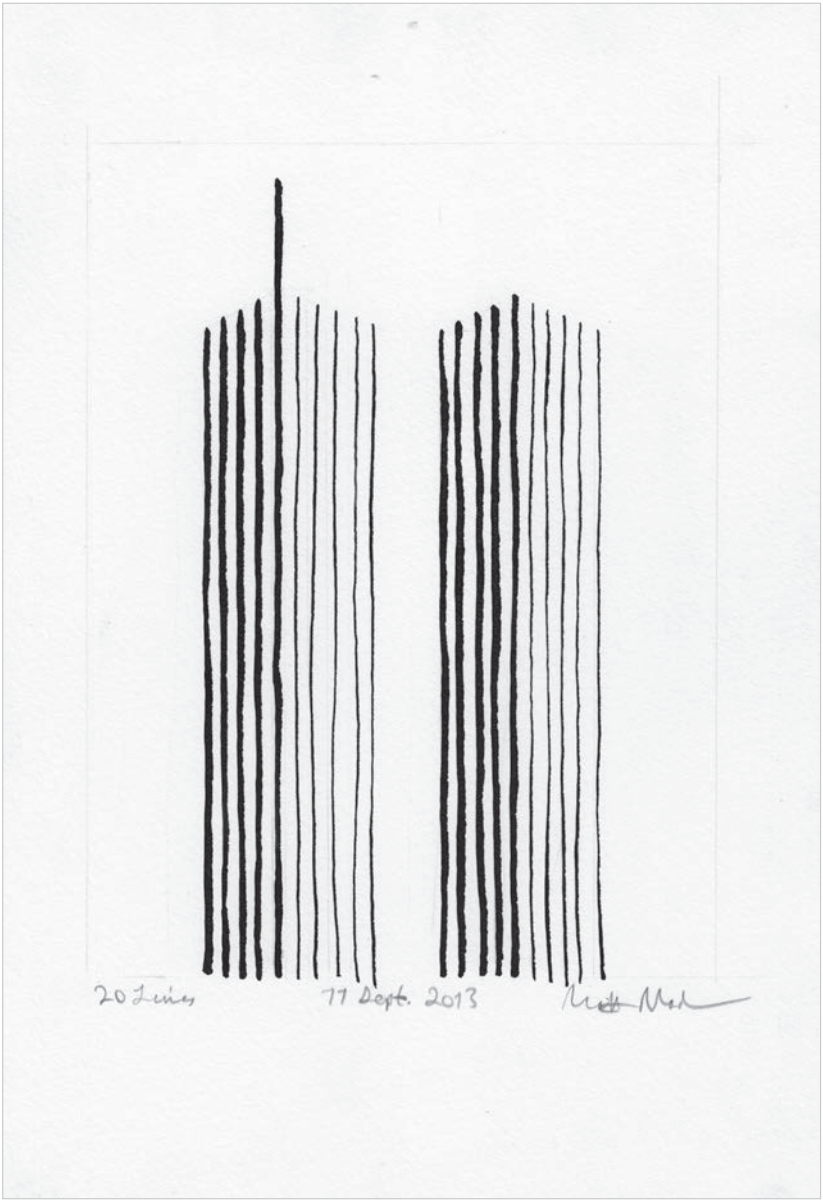
Abstract

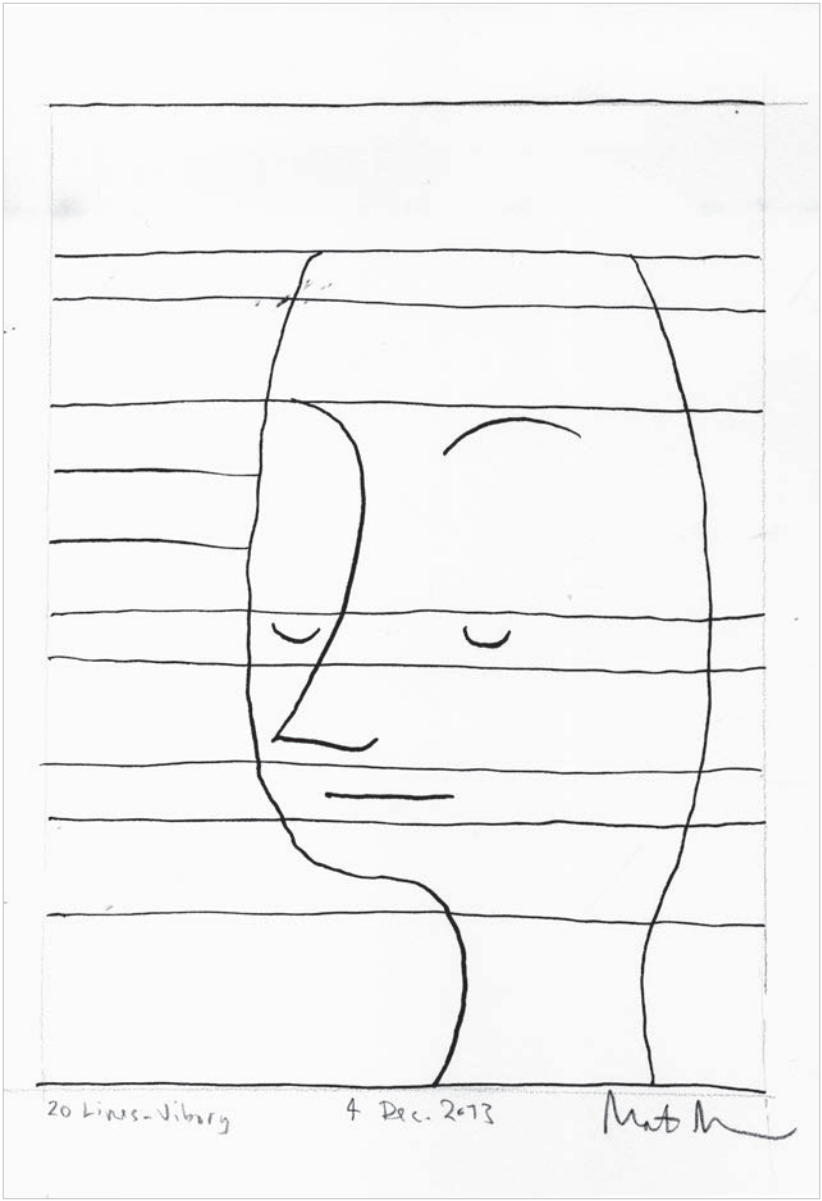
The initial inspiration was a prose book by the American Oulipo author Harry Mathews called 20 Lines a Day, which is a partial document of a period where he wrote 20 lines of prose every morning he was at his desk as a warm-up exercise. He was inspired by a quote by Stendhal to the effect of "20 lines a day, genius or not". He took that notion literally in a somewhat wry way and I did the same kind of thing: well, 20 drawn lines, how is that so different from 20 lines of writing? (It's faster for one thing, most of the time.). I took it on once we moved to France because one of my goals here is to work on my drawing, which lags behind my writing and my structural/linguistic thinking about comics. My goal was to concentrate on the most basic elements of drawing--lines on a ground--to reflect on how lines fill space, how they fit together. Maybe not so much "reflect" as simply to put my drawing hand, my brain, and my eyes to work to see what would come out of it. How all that will translate back into my comics I don't really know, but I see it as part of a process of taking more conscious control of my drawing both at a physical as well as conceptual level.

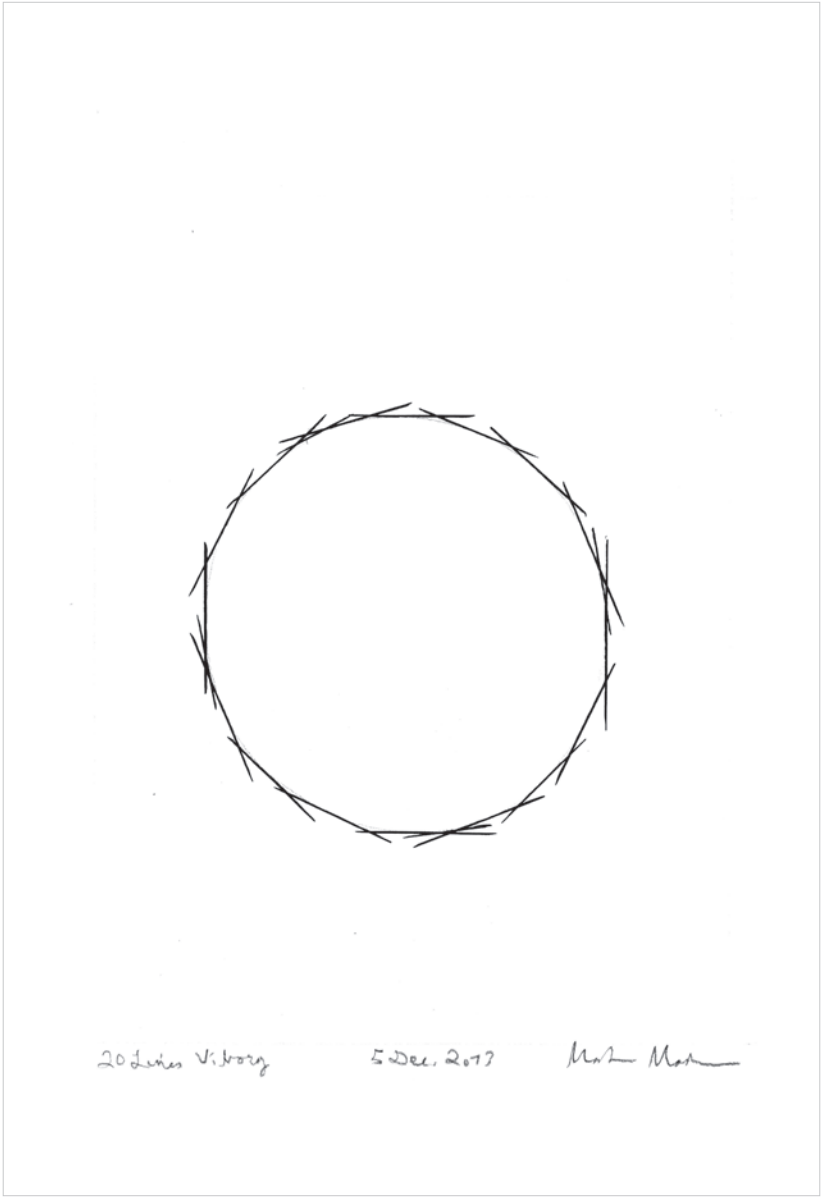
Keywords drawing: Drawing | line | OuBaPo | art | comic.

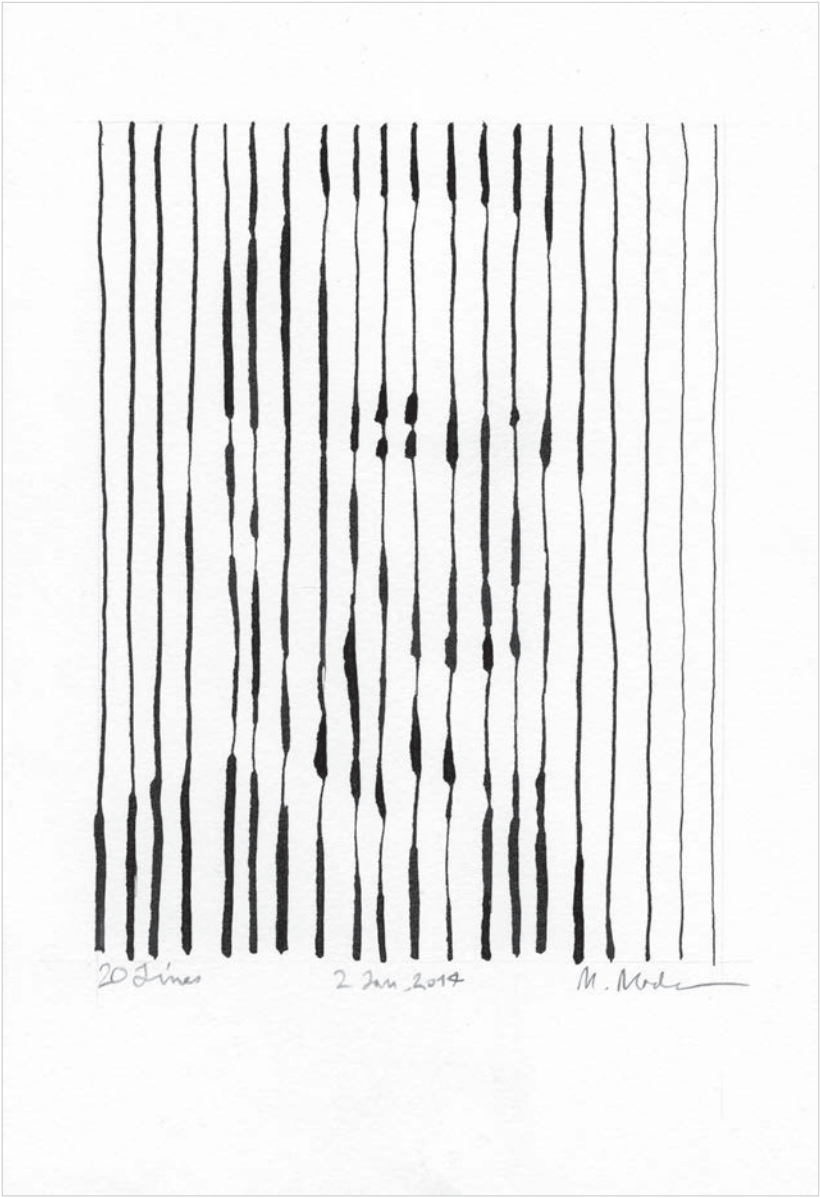

20 Lines
11 Jan.

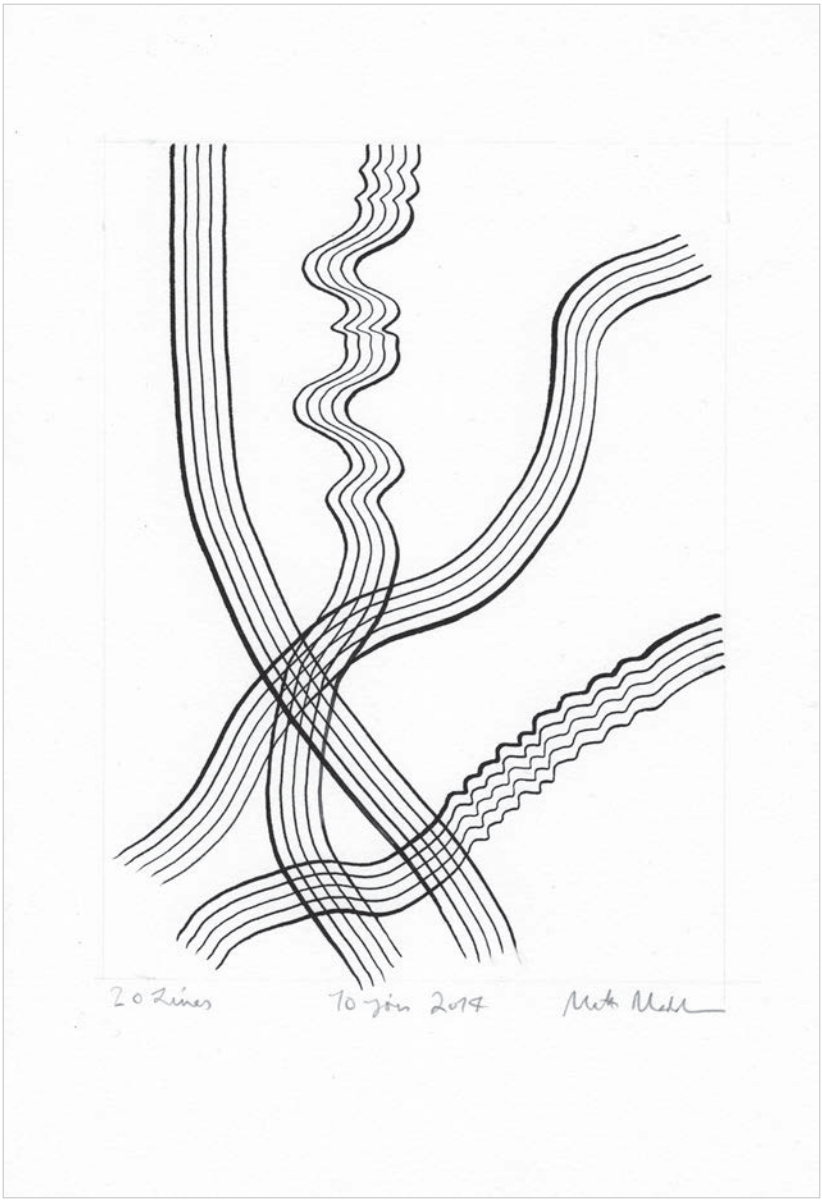
20 Lines
10 May 2013
Matt Madden

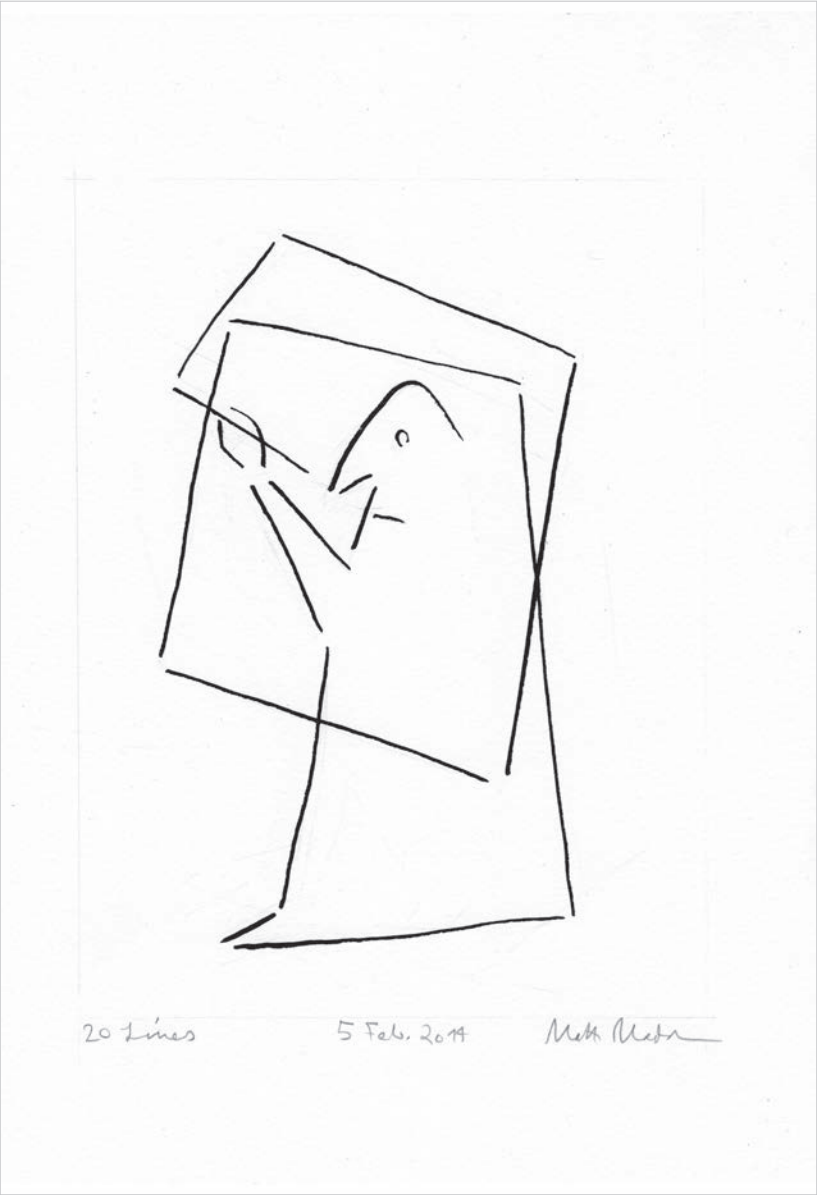

20 Lines
11 Sept. 2013

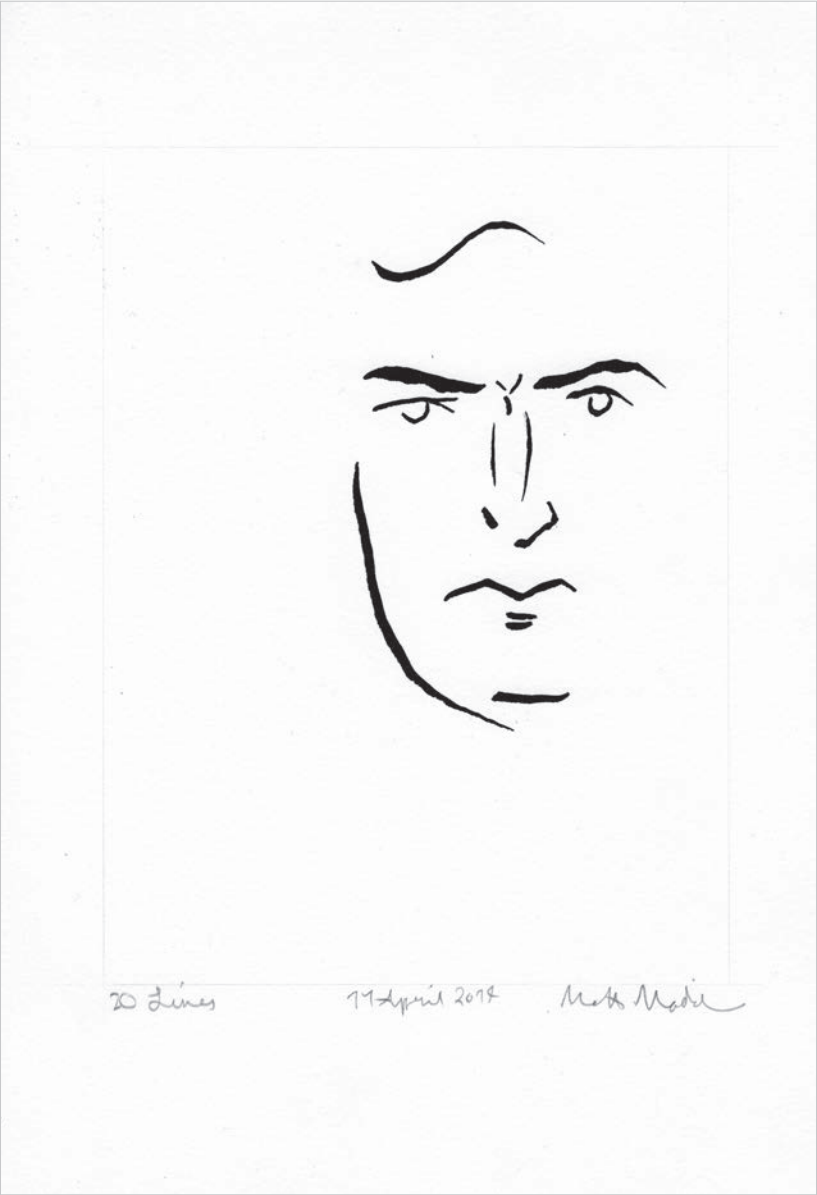

20 Lines - Vibory
4 Dec. 2013


20 Lines Vitoria
5 Dec. 2013


20 Lines
2 Jan 2014

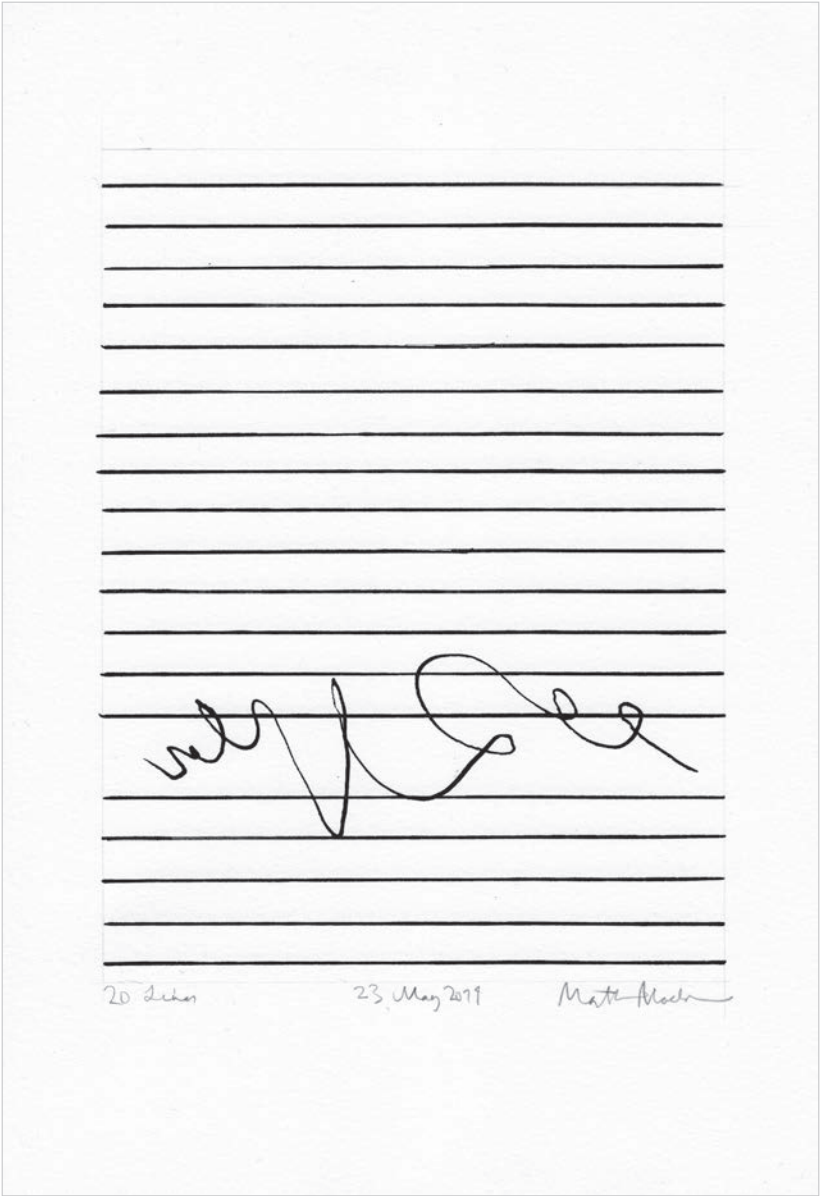

20 Lines
10 jun 2014

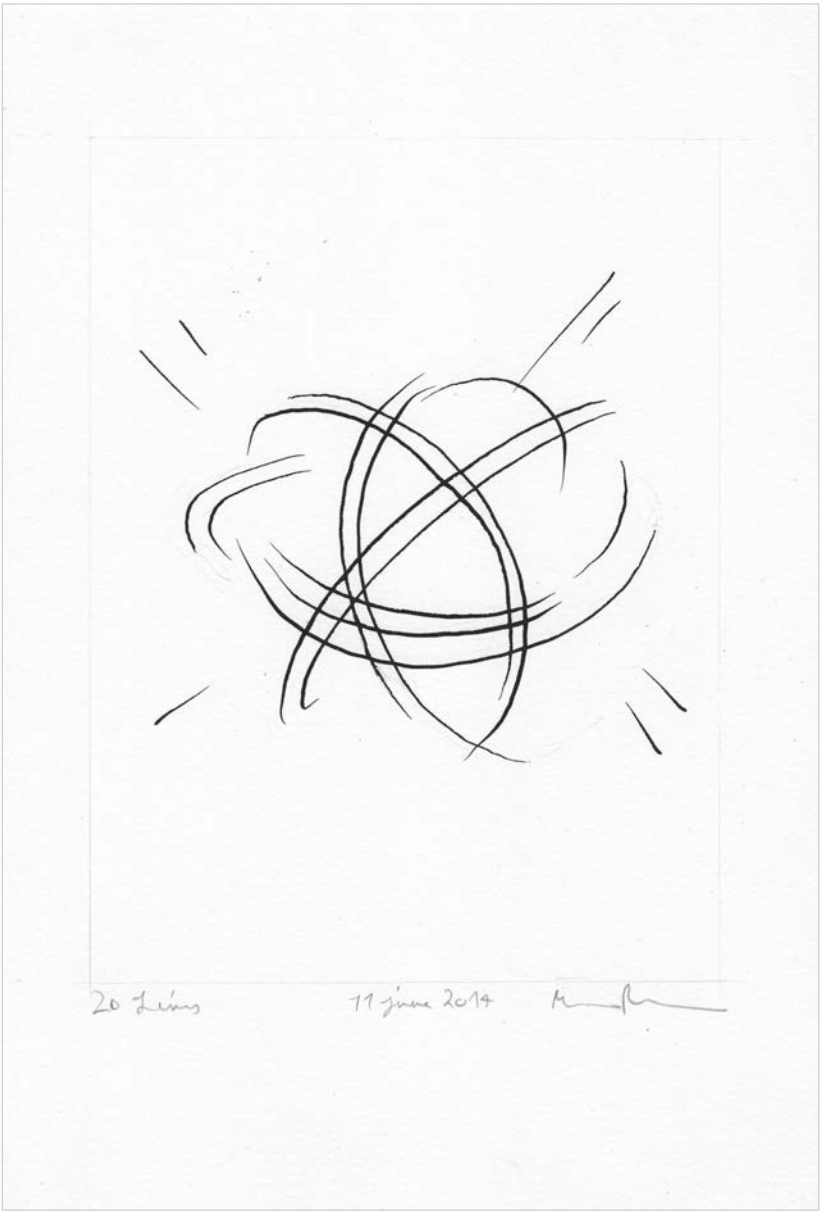

20 Lines
5 Feb. 2014

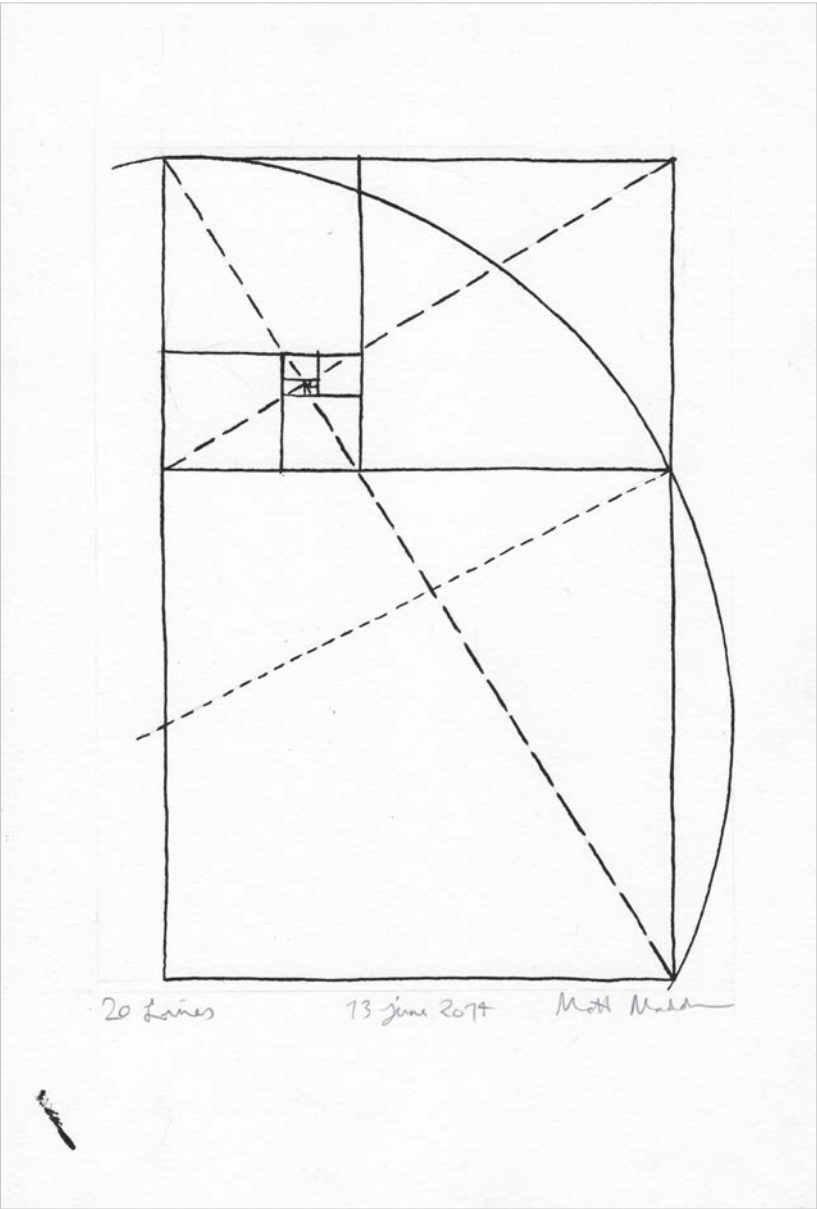

20 Lines
11 April 2018

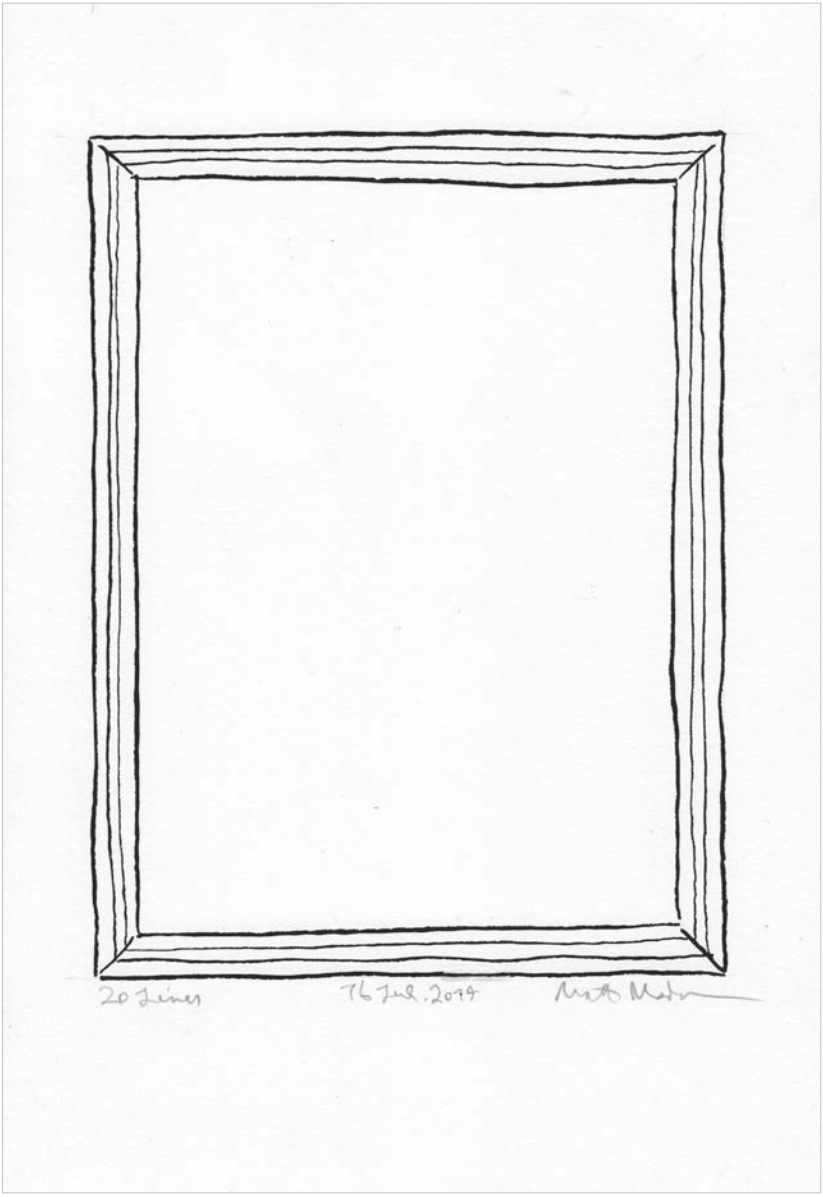
20 Lines
15 April 2014

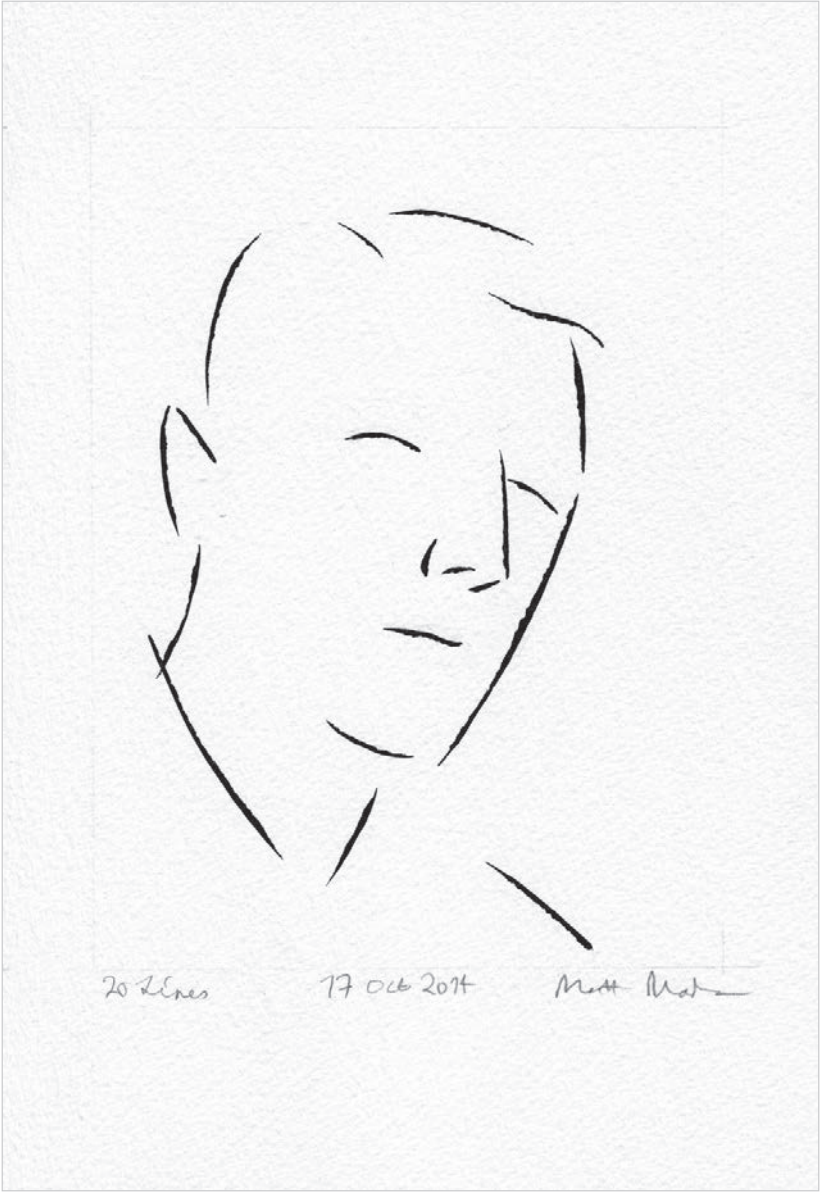
20 Lines
23 April 2014

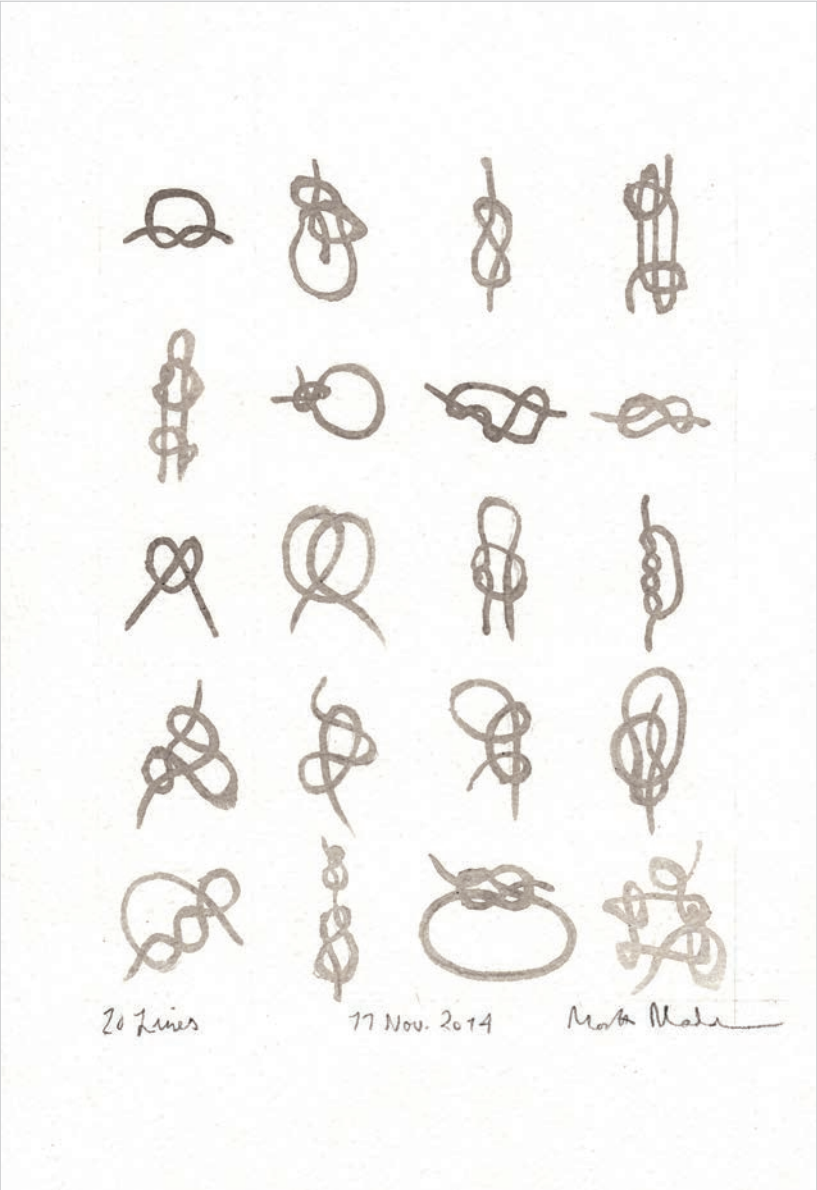

20 Lines
23 May 2019
Matt Madden

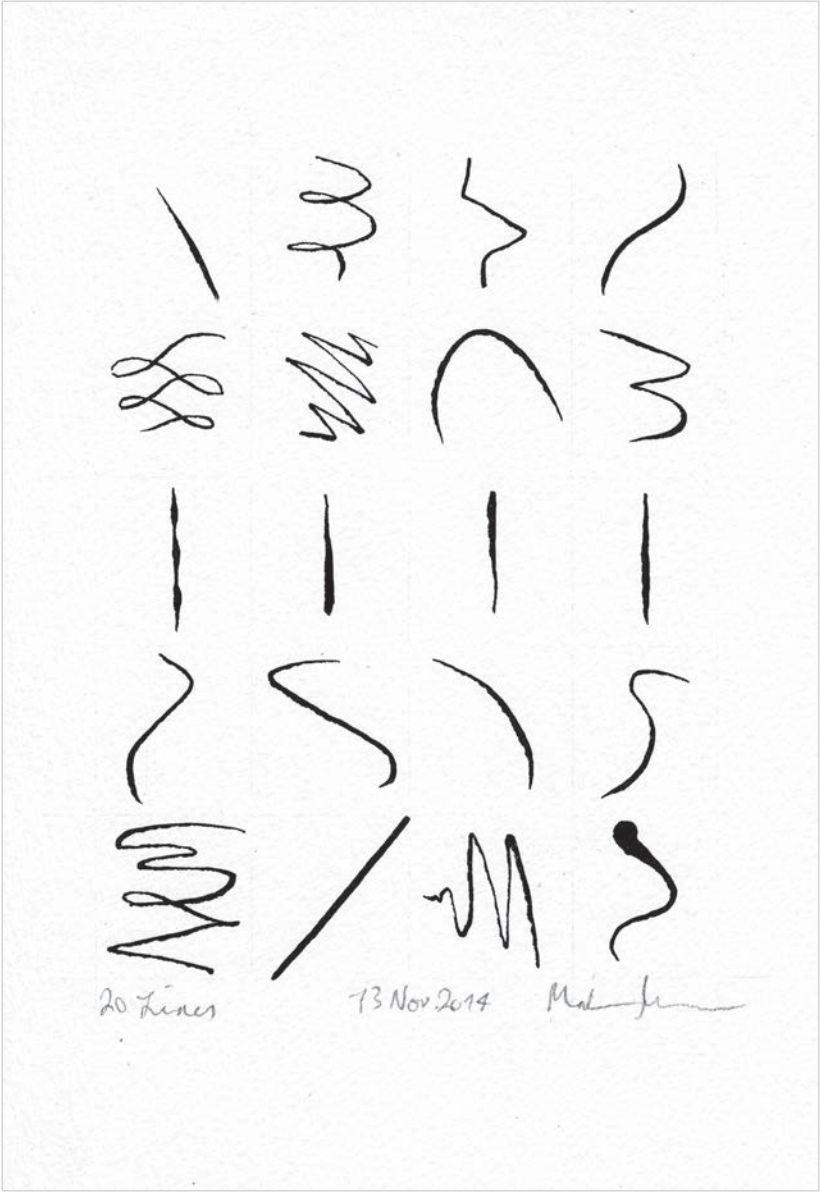

20 Lines
11 juin 2014

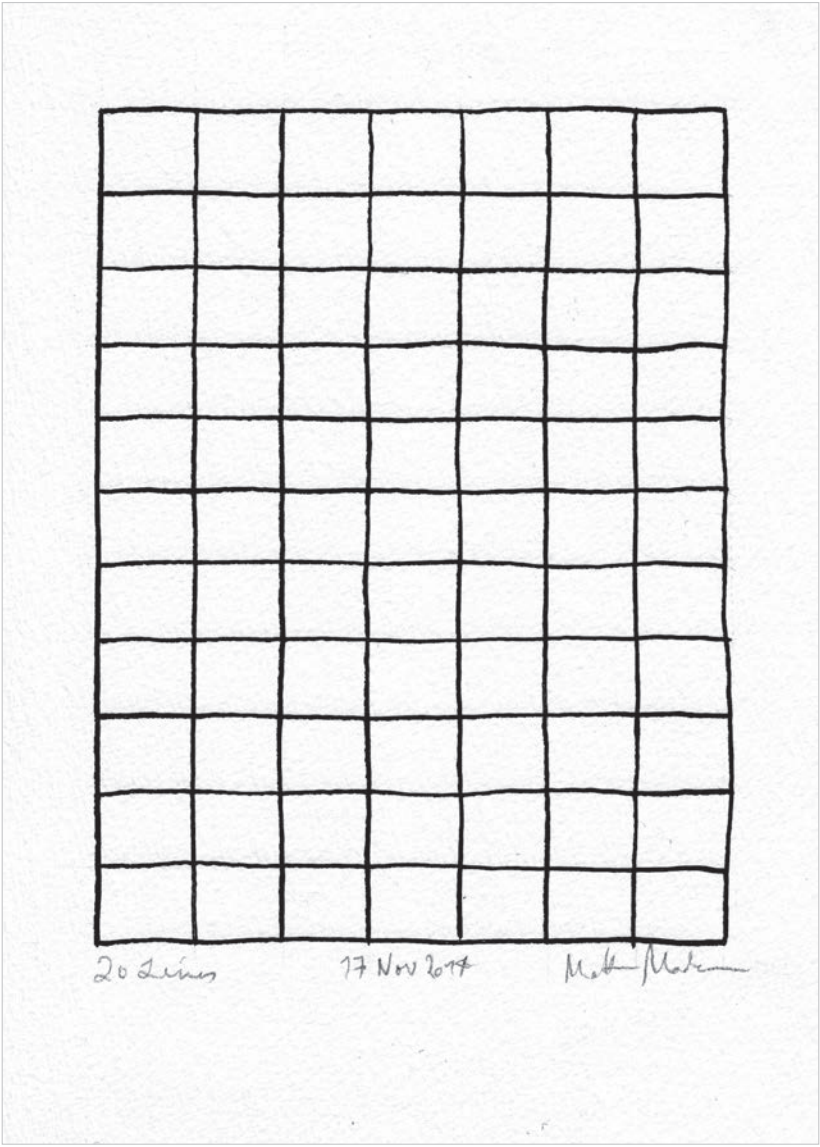

20 Lines
13 June 2014
Matt Madden

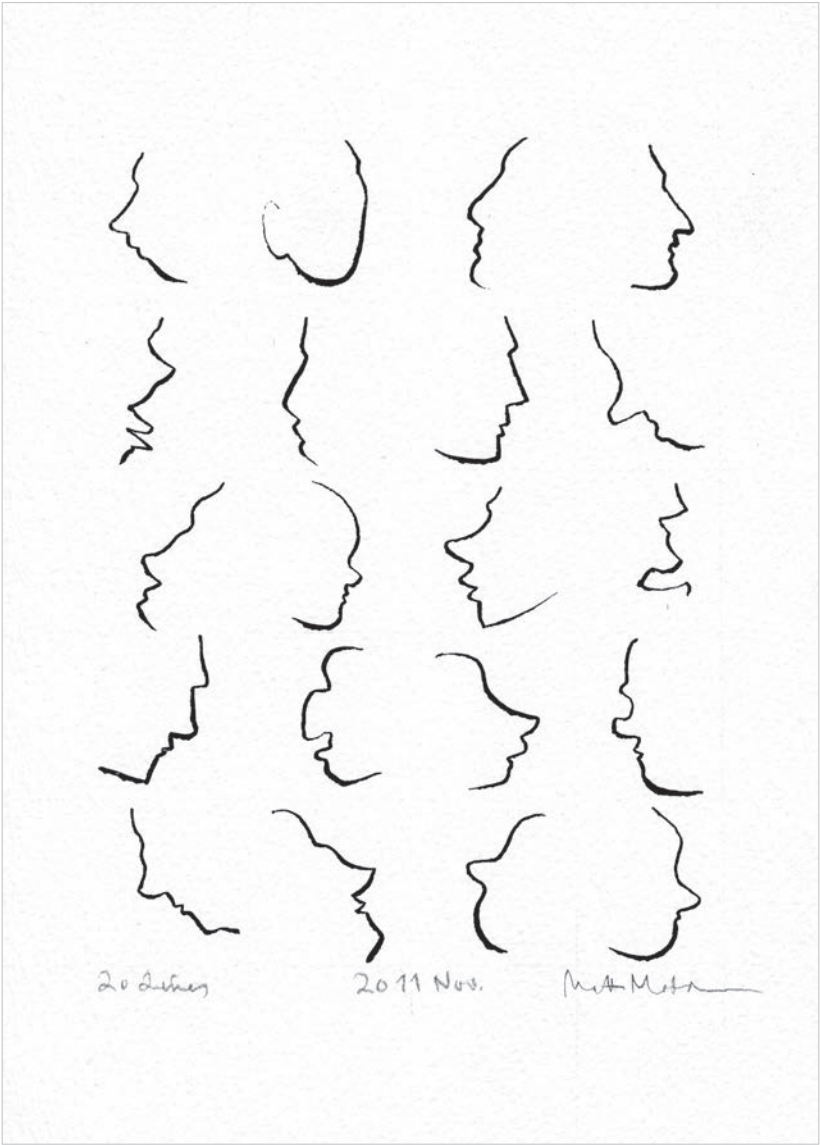

20 Lines
16 Jul. 2014


20 Lines
17 Oct 2014


20 Lines
17 Nov. 2014


20 Lines
13 Nov 2014


20 Lines
17 Nov 2014



Más información / More information: https://ethall.weebly.com/matt-maddenobras.html

ENTRE LA INVESTIGACION Y EL ARTE
(Y TODO LO QUE HAY ENMEDIO)
ENTREVISTA*

SERGIO GARCÍA SÁNCHEZ
Universidad de Granada y Artista visual | sgarcias@ugr.es

Recibido: 22.11.19 | Aceptado: 4.12.19

Resumen

Entrevista en la que se abordan aspectos sobre su experiencia personal con respecto a la consideración artística del comic: su proceso de formación en Bellas Artes , el posicionamiento del comic dentro de las enseñanzas universitarias, su labor investigadora en la narración mediante imágenes, sus planteamientos a cerca del comic como práctica museística y las posibilidades del comic como objeto artístico.

Palabras clave

Cómic | investigación | universidad | museos | bellas artes.

Abstract

Interview that deals with aspects of his professional experience related to the consideration of comics as an art form: his education in Fine Arts, the positioning of comic art within the University curriculum, his research on image based narrative, his ideas around comics as a museum practice and the possibilities of comics as art objects.

Keywords

Comic | research | university | museums | fine arts.

* Realizada por Miguel Peña Méndez el 9 de noviembre de 2019

Nombrar a Sergio Garcia dentro del panorama del cómic mundial es señalar un *rara avis* ya que su trabajo se despliega en múltiples direcciones. Desde su labor docente en la Universidad de Granada, tanto en los estudios del Grado en Bellas Artes como en su dedicación a cursos de posgrado en el Master en Dibujo de su Universidad o en el desarrollado en Angoulême, está contribuyendo a la formación de un buen numero de futuros profesionales del cómic de una manera decisiva. Esa labor docente ha derivado en multiples y didácticas publicaciones teóricas como: *Sinfonia Gráfica*[1]*, Anatomia de una Historieta*[2], *Los Tres Caminos*[3] o *Cómo hacer un cómic*[4]. Junto a esto es un infatigable dibujante que –en tandem en muchas ocasiones con su pareja, la colorista Lola Moral, o con guionistas de prestigio como Antonio Altarriba- se embarca en proyectos que le llevan a producir múltiples libros, principalmente para el mercado francés (Delcourt) pero que tambien han tenido su versión española en editoriales como Glénat o Dib-buks. A ésto se le suma desde 2017 sus espectaculares *ilustraciones narrativas* (por llamarlo de alguna manera) para el *New York Times*[5]*.* Y como no hay dos sin tres, a la vez el aspecto expositivo del cómic también ha sido un terreno al que se ha acercado en varias ocasiones, desde el inicial comisariado de la ambiciosa muestra coral titulada *Historia de una página*[6] celebrada en 2002 a su reciente *Viñetas Desbordadas*[7]*,* que junto a Max y Ana Merino, desarrolló en el *Centro José Guerrero* de Granada o la que está preparando para 2020 en el *Musée Picasso* de París. Su labor navega entre todos estos mundos, los cuales se unifican en su cabeza a través de un único motor que es la investigación en las posibilidades de un medio al que se ha entregado de manera vocacional.

P. Tu formación es de Bellas Artes, la cual supone que te facilitó una formación integral en las distintas disciplinas artísticas tradicionales (pintura, escultura, dibujo,…) así como una cierta formación teórica, ¿eso ha marcado de alguna manera tu estar y ser como autor de cómic?

1. Glénat (2000)
2. Sins Entido (2004)
3. Sins Entido (2006)
4. Faktoría K de libros (2009)
5. http://www.sergiogarciasanchez.com/
6. Celebrada en el Hospital Real (Universidad de Granada) con catálogo publicado en coedición Universidad de Granada/ Glénat (2002)
7. Celebrada del 22 de enero al 24 de marzo de 2019, comisariada por Francisco Baena Díaz. Con catálogo.

R. Pues al principio no, pero luego sí. Al principio, cuando intentaba hacer cómic había como un doble camino que entraba en contradicción. A ver, yo cuando llegué al cómic fue de una forma muy intuitiva. Cuando era niño de hecho. Actualmente en el proyecto que estoy haciendo estoy volviendo mucho a aquello que hacía, y se parece mucho conceptualmente. Eran dibujos con mucho *horror vacui*, dibujaba guerras mundiales, -ponía a los rusos en un lado, los alemanes en otro, los americanos, los tanques,…- y ese tipo de composición así, muy natural, propia del dibujo infantil, primitivo, era la que luego de manera intuitiva cuando quería hacer cómic adoptaba. Pero cuando yo acabé la carrera paradójicamente a mí se me maltrató mucho porque dibujar cómic en aquella época estaba muy mal visto. Recuerdo a algún eminente compañero, ahora ya jubilado, que me decía que aquello no era serio, que yo lo que debía hacer era arte y que lo de los cómics era una tontería. Y eso lo decían más de uno y más de dos. Ahora el cómic está muy bien visto, pero en aquella época no. Y teníamos como una suerte de autocensura, por lo que en aquel momento intenté separar lo que era la actividad artística de lo que era dibujar cómics. Yo siempre había hecho cómic experimental pero intenté hacer un cómic muy reglado, cosa que nunca me salió bien porque por muy reglado que fuera acabó siendo experimental, pero sí, tenía ese interés. Y ha sido después al cabo del tiempo, que me he dado cuenta de que cuanta más experimentación hacía, como que más he bebido de las fuentes de donde yo me había formado en la facultad. Y sobre todo en los últimos tiempos, claramente.

Así que ese ha sido el proceso. Yo intenté ser lo más clásico posible cuando empecé a trabajar, pero me di cuenta de que no podía, de que me salía esa vena experimental que se intentaba imponer. Y tiene mucho que ver con mi entrada como profesor en la universidad en el curso 98-99 en que ya tuve que hacer la tesis, que fue sobre narración multilineal, y que de golpe fue una vía de escape para todo aquello que tenía como muy castrado y que en el panorama de aquella época no estaba muy bien visto. Ahora sí, tienes una enorme libertad pero en aquella época o hacías cómic francobelga tradicional o no publicabas. Y esa vía que se abrió con la tesis doctoral se reflejó en todo lo que hice para Delcourt, con Lewis Trondheim o ya solo, y fue lo que derivó ya en los trabajos para EE.UU. y que desembocaría en lo del *New York Times* y en esto que estoy haciendo ahora.

P. Últimamente te estas volcando mucho hacia la ilustración, de hecho te acaban de dar el premio ÑH. Es una práctica para mi con cierta problemática teórica porque está entre dos tipologias que

tengo muy claras: la narración gráfica y el cuadro. En tu caso como te relacionas con ella.

R. Cuando me seleccionaron como finalista en los premios APIM, por lo que hice en *Alicia en el País de las Maravillas*, me escribió una señora que tiene una asociación de médicos que dibujan cómic de forma divulgativa y, de una forma muy ingenua me preguntó, "¿pero esto que estás haciendo qué es, ilustración o cómic?". Y claro, con esa pregunta me estaba metiendo en un berenjenal, porque a mí me estaban dando un premio de ilustración, no de cómic, y en aquel momento le respondí, porque realmente lo pienso, que no me gustan las fronteras -ni los países ni los nacionalismos- y tampoco me gustan las fronteras dentro del dibujo narrativo. Si me preguntan sobre qué es lo que yo hago ahora, ilustración o cómic, pues no te sabría decir. Es un dibujo narrativo que sirve para contar historias y que coge elementos de un montón de sitios, no solamente del cómic, no solamente de la ilustración, sino también, y muchísimo, de las vanguardias de principios del siglo XX y también de las formas primitivas de narrar casi siempre previas al Renacimiento,...; en fin un montón de elementos que confluyen en lo que hago. ¿Y cómo se llama? No lo sé, me da igual. No le pongo etiquetas a las cosas, pero sí que es verdad que poco a poco estamos tendiendo a hacer una ilustración que cada vez es más narrativa. Desde el advenimiento del álbum ilustrado allá por los años 50-60, con *Donde viven los monstruos*[8] y compañía, el álbum ilustrado ha provocado que la narración entre de lleno en el campo de la ilustración y desde ese momento las fronteras entre ilustración y cómic son muy permeables.

Hay cada vez más dibujantes de cómic que son muy ilustradores, por ejemplo Brecht Evens. Él hace cómic, pero gran parte de las macroviñetas que hace son ilustraciones muy complejas a nivel narrativo, por eso te digo que afortunadamente se está diluyendo. También el mundo del arte está mirando a ser permeable a este tipo de lenguajes. Antes tener un cómic en un museo era como una especie de entelequia, y ahora no solamente nos interesa más por Krazy Kat, por ejemplo, sino que se están haciendo producciones para museos en tanto en cuanto ese mensaje ha trascendido. Nos hemos dado cuenta que la mal llamada cultura popular ha trascendido los límites de las paredes del museo. Me parece que para bien. Así que al final es una especie de mezcla de todo, que es lo que estamos haciendo muchos

8. Libro infantil escrito e ilustrado por el autor estadounidense Maurice Sendak. Fue publicado originalmente en 1963 en EE.UU. por Harper&Row.

autores que nos dedicamos a hacer un trabajo distinto. Por ejemplo Olislaeger, el que ha hecho el biopic sobre Marcel Duchamp.[9] ¿Eso qué es, cómic o ilustración? ¡Pues igual! En él hay también una especie de híbrido, una forma narrativa distinta, usando el dibujo trayecto, la narración multilineal... Y de hecho el formato expandido da lugar a eso: cuando rompes los límites de la página tradicional del cómic (el 22 x 29 francobelga por ejemplo) y tienes un formato expandido, automáticamente dibujar una viñeta tras otra deja de tener sentido, porque se pierde el orden de lectura estandarizado y el propio dibujante, sin tener una base conceptual que lo avale, ya desarrolla una narración de forma expansiva de forma natural. Porque no es normal que tantos dibujantes hayamos llegado a la misma conclusión sin conocernos los unos a los otros. Joe Sacco, por ejemplo con *La Gran Guerra*[10], Olislaeger, Ware… Hay un montón de autores contemporáneos que de golpe estamos haciendo cosas similares y, aunque todos nos conocemos un poco, estamos llegando a la misma conclusión desde puntos de vista distintos, a esa cosa híbrida.

P: Eso es algo que yo veía desde el inicio, por ejemplo en Sinfonía Gráfica, donde hablas de que el cómic es una coctelera de estilos. ¿Te reafirmas?

R: Sí, de hecho, recuerdo cuando hicimos la *Historia de una Página* para la que invité a un montón de gente: editores, guionistas, dibujantes, coloristas... había de todo. Y concretamente había un teórico, Pascal Lefevre, que escribió un articulito muy simpático que se llamaba, creo recordar, "Millones de Decisiones" o algo similar. Y eso es lo que define el dibujo del cómic, todas esas decisiones que tienes que tomar, aquello que tienes preaprendido y aquello que tienes que innovar sobre la marcha. Y efectivamente, ahora hay una mezcla brutal y ecléctica la cual da lugar a los estilos que rompen con las escuelas tradicionales: la francobelga, con sus tres famosas divisiones Marcinelle-Bruselas-París; el cómic norteamericano, que explosiona en la novela gráfica en los años 70 con Maus y con los previos, pero que luego evoluciona como ha evolucionado; y todo lo que está pasando en Japón también, los estándares del manga con los que se está llegando a otras nuevas formas gráficas de representación. Así que yo creo que sí, es esta especie de cosa transversal que algunos han llamado novela gráfica pero que ya ha transcendido a la propia novela

9. Olislaeger, F. (2015) *Marcel Duchamp. Un juego entre tú y yo*. Turner.
10. Sacco, J. (2014) *La gran guerra: 1 de julio de 1916: primer día de batalla de Somme*. Penguin Random House.

gráfica y su propio formato y que está encontrando otros lenguajes que son muy interesantes.

P: Pasando a otra cuestión: en el catálogo de Beatos, Mecachis y Percebes[11] hablas de la ortogonalidad y, sin embargo, Enrique Bordes en la presentación del mismo habla de la horizontalidad. No sé si son dos términos paralelos, pero todo lo que es tu lenguaje, como todo eso del dibujo trayecto o la viñeta soporte, a mí me recuerda mucho más a esa horizontalidad de la narración, aunque sea muchas veces en vericueto.

R: Son la misma cosa en realidad. Primero hay que decir que Enrique es arquitecto, y tiene una mente de arquitecto. Me hizo mucha gracia cuando me invitó a participar para el catálogo de la biblioteca nacional porque pensé: "¿y ahora que te hago?". Porque a mí escribir me da una enorme pereza, pero bueno, puedo dibujar algo. Fue para mí muy interesante porque intenté ir más allá de lo que yo hago e intentar comprender por qué el cómic es como es, y cómo después podemos romper esos estándares pero queremos saber de dónde venimos. De ahí ese juego visual de relacionar la ortogonalidad de la arquitectura y la ventana, como punto de vista ideal contemporáneo frente al punto de vista antiguo que tenían los pastores, que eran nómadas y que tenían una visión mucho más abierta de la realidad frente a esa visión focalizada, que en realidad no afecta sólo al cómic, sino al arte en general: a la fotografía, al cine, a la pintura... conceptualmente hablando; y cómo aquello se ubica dentro de la pared y sale de ésta para convertirse en libro y cómo el libro se articula como si fuesen ladrillos de una pared a su vez -estructuralmente hablando-, en líneas, en viñetas. Ese era el juego que yo le quería dar, y cómo Aldo Manucio en el Renacimiento coge todo eso, lo conceptualiza y crea el concepto editorial, tal cual lo conocemos hoy en día, pero como punto de partida para romperlo todo.

Yo siempre hablo de que la representación en el cómic -que se creó como se creó-, parte de un montón de previos establecidos. El primero de ellos es el retorno de línea, lo cual es una aberración que tiene todo el sentido para el texto, que se basa en que cuando llegas al final de la línea hagas un retorno para volver a la anterior. Es un invento que se hizo para romper el bustrófedon que te exigía que tuvieras que aprenderte dos alfabetos -uno en un sentido y otro

11. VV.AA. (2018) *Beatos, Mecachis y Percebes: Miles de Años de Tebeos en la Biblioteca Nacional.* Ministerio de Cultura.

en el otro- y era un fastidio. Entonces se les ocurrió a alguien que si hacemos retorno de línea, no tenemos que dibujar la segunda línea especular y viceversa. Y claro, eso que le va muy bien al texto escrito, al cómic le va fatal, porque en realidad rompe con la naturalidad del dibujo hecho trayecto, que es lo que marca la continuidad. El segundo es que a la hora de representar básicamente nos basamos en dos puntos de vista principales a la hora de visualizar la realidad y que se establecen en el siglo XIX, que son la fotografía y posteriormente el cine. La fotografía, sobre todo en los inicios, a su vez parte de los medios de representación que tenía más cercanos, que eran la pintura y el teatro. Como parte del teatro, hay un punto de vista ideal que se llama el "punto de vista del Príncipe": un punto de vista dentro del palco en el cual hay una línea horizontal (ahí está Enrique Bordes) que es perfecta y sobre la que se articula la narración. Gran parte de las formas gráficas de representación en el cómic parten de esa premisa, y ahí tienes *Peanuts* de Charles Schultz, tienes toda la obra de Ibáñez, Franquin con Gaston Lagaffe y compañía, que tienen ese punto de vista teatral. El cine luego lleva a la creación de movimientos de cámara que no son propios del mismo, de hecho hay un artículo precioso de Thierry Smolderen que demuestra que el uso del plano y contraplano es anterior en el cómic que en el cine. Pero hay algo para aquellos que no estamos de acuerdo en esa posición de encuadre, sea teatral o sea cinematográfica, incluso alterando el tamaño de la viñeta, y es que necesitamos expandir la narración y bebemos de otras fuentes. Normalmente esas fuentes son previas al Renacimiento que es cuando se normalizan las formas de representación a través de la geometría. Ese tipo de formas de representación para mí son muy interesantes porque te puedes encontrar con dibujos-texto de forma natural. En ese tipo de representación, el espacio se adapta a la narración y no al contrario, es decir, no colocamos figuras en una escenografía que preparamos para mantener las proporciones -que son las que se deben mantener-, sino que nosotros alteramos esa disposición espacial para contener una narración, que es lo que sucede en el Gótico tardío, en el Románico y en algunas piezas que se hacen sobre todo en la Europa del Este que coinciden con el Renacimiento pero siguen manteniendo esa disposición. Hay unos cuadros super bonitos de la Pasión de Jesucristo en el que vemos un mismo escenario que está adaptado y se mueven las figuras y van pasando, a ese tipo de narración me refiero. ¿Horizontalidad en tanto en cuanto nos movemos en el plano de representación?, claro, obviamente, todo lo es. Pero sí que es verdad que hay un concepto distinto que es el del espacio adaptado, que es el que a mí me interesa y que es el que aplico, pero que no tiene que ver con el artículo de la ortogonalidad. En el

artículo lo que intentaba hacer ver era de dónde sale esa obsesión por la representación encuadrada que luego yo rompo.

P: Aparte de lo que me has comentado de esos procesos de creación que se mostraron en Historia de una página[12] ¿tenías también presente esa reivindicación del cómic artístico? O mejor dicho, ¿de la labor del dibujante de cómic como pieza de pared, que la gente lo pudiera disfrutar?

R: Yo siempre he dicho -y en clase me lo han echado en cara- que el cómic no está generado para ser expuesto en un museo. Cuando uno hace una página, o varias, porque sabes que a veces una página está compuesta de varios originales (lápiz, entintado, prueba de azul,…), eso no está pensado para ser expuesto en un museo. Sí como una suerte de curiosidad procesual o fetichista; uno hace cómic para hacer libros, no exposiciones, eso lo primero. Lo que quería demostrar en esa exposición era todo lo que había detrás, todo ese proceso creativo que a mí siempre me había entusiasmado y que intentaba contar a mis alumnos, quería racionalizar todo ese proceso. Pero al racionalizarlo me di cuenta de que había miles de formas de hacerlo, y cuanto más intentaba estandarizarlo para crear un modelo que yo pudiera explicar a mis alumnos me daba cuenta de que el proceso cada vez era más rico (y porque lo dejé ahí, que eso podría haber seguido). Recuerdo que en Angoulême le planteé a (Thierry) Groensteen, la posibilidad de crear un grupo de investigación que se dedicara a hacer una gran enciclopedia con, no todos los dibujantes de cómic del mundo pero sí con muchos, ir contactando con los que estaban vivos y con los ya fallecidos tirar de archivos, y crear una especie de recetas magistrales como si fueran recetas de cocina de cómo habían procedido. Pero claro, cuando empezamos a tantear las posibilidades del proyecto aquello se disparaba exponencialmente, porque cada dibujante a su vez cambia de técnica en muchos de los libros, -como por ejemplo le pasa a Breccia que a veces trabaja con tinta china, en otras con collage, otras con fotocopias….- por lo que vimos que era inabarcable. Pero sí sirvió de base para poner una suerte de pica en Flandes de ver cómo era la cocina. De hecho, cuando hicimos *Historia de una Página*, internet estaba aún en paños menores y casi nadie publicaba los making-of famosos. Ahora todo el mundo pone *ma-*

12 . García, S. (2002) *Historia de una página: procesos creativos en cómic contemporáneo = Histoire d'une page: processus créatifs en bande dessinée contemporaine = History of a page: creative process in contemporary cómics:* [catálogo de exposición]: Universidad de Granada / Glénat.

king-of en Internet, ''cómo lo hago'', lo explican... pero en esa época nadie explicaba nada. Era como una especie de secreto de clausura que todo el mundo se llevaba consigo y nadie explicaba ni qué tinta usaba ni cómo la usaba, y aquello sirvió un poco para abrir a la gente cómo se trabajaba. Una pena que no saliera de España, de hecho estuvo en Granada, en Murcia, en Barcelona y en A Coruña, y luego lo propusimos en Angoulême pero en aquella época no funcionó. Pero fue una pena, hubiera tenido que ir a Francia porque había autores interesantísimos en esa exposición.

P: Con respecto a la consideración artística del cómic, ¿tú distingues de alguna manera el cómic estético (el cómic artístico) del cómic-cómic?

R: No, para mí el cómic siempre es cómic. Puede estar bien hecho o mal hecho. Hay una cosa que en el cómic es fundamental, y es el automatismo de la lectura. Si tú en un cómic tienes que estar interpretando qué es lo que pasa, tenemos un problema, porque el cómic debe ser eficaz, si no es otra cosa. Si no, es una actividad artística que intenta usar el lenguaje del cómic, pero no es cómic. Porque el cómic es un medio que debe ser creado para lo que es. También podemos confundir el medio con el fin, pero yo considero que el fin último del cómic debe ser contar historias y que uno las pueda leer con cierta comodidad. En el cine hay cine experimental y cine comercial, desde luego que sí, porque el medio te permite hacer toda la experimentación que quieras. Pero al final el medio en el que se desarrolla el cómic es editorial, y las editoriales necesitan que el cómic se entienda. ¿Chris Ware se entiende? Sí, en una primera lectura; aunque pueda tener lecturas más complicadas. Ahora acaba de salir una antología del cómic abstracto[13], a mí eso me parece una entelequia. El cómic por defecto no puede ser abstracto, porque es un medio de comunicación, es una forma de comunicar. Entonces ahí se me crea un dilema entre lo que se debe y lo que no se debe hacer, incluso si los trabajos que yo hago, o los que hace alguno de mis doctorandos como Sergio Arredondo, implican romper el automatismo de lectura para obligar al lector a navegar e intentar buscar una cierta interpretación, que ya es cuando entramos en el límite entre lo que es cómic y lo que no, estamos en ese limbo, y por eso probablemente esas piezas pasan a la sala. De hecho cuando, por ejemplo, yo hice lo del (Centro José) Guerrero, para mí supuso por primera vez en mi vida una liberación

13 . Rommens, A. (coord.)(2019) *Abstraction and Cómics = Bande Dessinée et Abstraction*. Presses Universitaries de Liège/La Cinquième Couche.

el no tener que explicar explícitamente aquello que estaba narrando, porque hasta ese momento siempre que había trabajado para una editorial, o lo hacías explícito o no te publicaban. Hablo del mundo real, no de lo que se puede o no se puede hacer. Porque en el mundo real te dicen que si no eres capaz de narrar o esa narración el editor no la entiende, y por tanto el lector tampoco, no te la van a publicar. Claro, sí podrá haber editoriales de autofinanciación pero estamos hablando de una editorial de cómic de cierta relevancia, ni siquiera como es Casterman que no es tan comercial, que se permite hacer obra de autor, o como lo hace Dupuis con la colección Aire Libre, pero siempre, siempre –cojas *Maus* o Crumb- hay una lectura que puedes tener presente. Entonces cuando rompes ese automatismo de la lectura es cuando ya entramos en los límites de la ambigüedad, de lo que es cómic o el cómic como una obra expansiva, que se puede hacer y de hecho lo estoy haciendo. Pero con honestidad te debo decir, y a mis alumnos se lo digo porque si no se encuentran con la cruda realidad, y es que si quieres publicar con una editorial tienes que tener clara la legibilidad de lo que estás haciendo, porque es un medio narrativo, es un medio que usa el dibujo para contar una historia. La parte estética es muy importante, pero no la más importante, la más importante es la narrativa. Sino no es cómic –perfectamente válida pero otra cosa-,… o una derivación del cómic.

P: Has hablado del (Centro José) Guerrero, de la obra en el museo, y has dicho que no estás muy convencido de que una obra de cómic se pueda o se deba colgar...

R: Lo considero una curiosidad, básicamente. Si yo veo los originales de Herriman en el (Centro Nacional de Arte) Reina Sofía pues me parece estupendo, porque el cómic ha entrado en el museo, pero no ha entrado como tiene que entrar. Porque si Herriman viviera ahora, y el Reina Sofía le pidiera una producción, no haría eso probablemente. Lo que haría es comprender que su ámbito de narración y representación ya no es la página del cómic sino la pared del museo, y probablemente de lo que ahí surgiera sería otra cosa distinta a una página de cómic, que es lo que se puso en la exposición de Krazy Kat en el Reina Sofía[14]. Es sacar un elemento de su ámbito natural para ponerlo en un ámbito extraño, que se convierte casi en un objeto de:

14. *George Herriman. Krazy Kat es Krazy Kat es Krazy Kat*, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Madrid (del17 de octubre de 2017 - 26 de febrero de 2018). Comisarios Rafael García y Brian Walker.

A) fetichismo, B) curiosidad de cómo está hecho el artefacto; pero más allá de eso no le veo demasiado interés. Yo prefiero leer un cómic que tiene un formato de libro, que es como está pensado. Si yo pongo un tachón de acrílico para corregir una cosa quizás no me interese que el lector lo vea, o me dé igual. O cuando cogía un trozo de papel (como por ejemplo *Hergé*) y lo ponía encima de una viñeta o dibujaba encima para corregir el error, pues eso a un creador de cómic o a un fetichista le puede interesar por ver los ''mocos'' de la creación, es como una curiosidad, pero el fin último es que esa línea se reproduzca bien cuando llegue al libro. Por eso sacarlo del libro y llevarlo al museo, bueno, me parece deshonesto por parte de los comisarios y de los propios directores del museo. Si realmente quieren que el cómic entre en el museo, que nos pidan hacer producciones, que es lo que ha hecho por ejemplo el Museo Picasso con el proyecto que estoy haciendo: me dan carta blanca en formato y sobre eso estoy trabajando con libertad, y voy a hacer una propuesta para ese espacio. De hecho, es una obra que es prácticamente impublicable luego en formato papel, porque está pensado *para* la pared de un museo no para publicar en formato libro.

P: Explica un poco más cómo has enfocado este proyecto, ¿en qué consiste?

R: El año que viene es el año del comic en Francia y algunas de las actividades que se van a hacer tienen que ver con la inclusión del comic en el museo y durante mi docencia en el Master de Angouleme les enseñé lo del Guerrero y les encantó y se barajó el llevarla allí, pero me dijeron que preferían una producción propia y como yo tenía ya planeado lo del Guernica les conté la idea. Así que mi participación va a ser un comic -tiene forma de gran retablo pero es un comic- que se basa en la estructura del bastidor del Guernica y a su tamaño.

P: Siguiendo con el tema de la reivindicación artística del cómic a través del museo, y que es una de las cosas que causó disputa desde sus primeros intentos, fue cuando se hizo la famosa exposición del Musée des Arts Decoratifs en 1967, ya que hubo quejas desde el mundo del comic por que el argumento visual para mostrar las obras era trasformar las viñetas en cuadros mediante la alteración de la escala.

R: Claro, es que no es su verdadera dimensión ni el fin para el que han sido creadas. Se convierte en un artefacto estético porque ni siquiera había una narración. No puedes continuar una narración porque está mutilada, no hay una secuencialidad. Es decir, hay una

unidad de conjunto en ese libro y coges una parte y lo pones como el todo, y eso no tiene sentido.

P: Pero por lo que me cuentas, tú has seguido con la narración (para la exposición del Centro José Guerrero) pero jugando también con la escala, ¿no?

R: No, porque tenía claro las dimensiones en las que estaba trabajando. Desde un primer momento sabíamos a lo que nos enfrentábamos. Conceptualmente se creó una obra para ser alojada en ese espacio y tenía todo el sentido en él. De hecho, hace poco he estado en Kendal, al lado de Manchester, en un salón del cómic que hay allí, que es una mezcla de parte académica y parte de festival de cómic. Querían coger mi parte del Guerrero y llevársela allí, y no era viable si no era guardando la escala, sin eso no tiene ningún sentido. No se puede cambiar el orden ni ponerlo con otros intereses

P: O sea era una especie de *site specific* lo que habías planteado...

R: Claro, eso estaba pensado para el Guerrero. Y si se quiere exportar pues la idea sería reproducir ese espacio concreto, para que la narración tuviera sentido: con sus entradas, con sus salidas... Está pensado. Conceptualmente recuerda a las tumbas egipcias, con las doce horas del sol,… en fin…

P: Al trabajar en digital, todo el tema del aura de la obra de arte de Benjamin... ¿Te molesta? Porque hay muchos autores que juegan con su producción, piensan obviamente con la publicación editorial pero también con el uso del original como un plus...

R: Esa es la jubilación, básicamente. Porque mira, por ejemplo, en Estados Unidos y en Francia no hay autónomos. Cuando se muere un autor francés, la familia se queda en la miseria más absoluta, por lo que muchos de ellos guardan todos los originales para poder venderlos cuando se jubilen, para poder vivir, es así de triste. Carlos Giménez no vende originales por eso, porque él dice que el día que no pueda dibujar, esos originales serán su jubilación. Y claro, hay muchos dibujantes, por ejemplo Lewis (Trondheim), que no entienden que yo haga cómic digital, me dice: "¿Qué pasa con tus originales?" pero claro las nuevas generaciones ya pasan de eso. Han comprendido que esto es una herramienta más y que somos exactamente lo mismo, los dos dibujamos y trazamos con el lápiz sobre una pantalla de cristal igual que trazas con una plumilla sobre un papel, el resultado es el

mismo. De hecho te pongo un ejemplo, ahora para la producción del (Museo) Picasso estoy haciendo cada una de las piezas a lápiz, luego las fotografío, las acabo en el iPad, y esas líneas las vectorizo y con un plotter de corte (le quitamos la cuchilla y le ponemos un lápiz) me hace todo el encaje sobre el papel, y luego sobre eso entinto… ¿Eso qué es? Es un medio manual, luego digital, luego mecánico y luego manual de nuevo. Al final está siempre la mano del autor ahí.

P: Pero esas piezas que están pensadas para museo pueden tener una vida comercial, más allá de la expositiva.

R: Pueden tenerla, claro. Por ejemplo, con *Nueva York* (la obra expuesta en el Centro José Guerrero) Christian Walter[15] me dijo: ''vamos a hacer una serigrafía''. Hemos visto la reducción mínima para que funcione y es 90 x 45. Hemos pasado de los 3 por 1,5 metros originales a 90 por 45 centímetros y ahí todavía funciona. Entonces vamos a hacer la tirada de un cuaderno con todo ese material. Con el *Guernica* va a ser mucho más complicado, porque en lo de *Nueva York* sí que hay piezas hechas con unas dimensiones estandarizadas pero el *Guernica* no, este funciona en su totalidad, no cada una de las 33 piezas que componen el mosaico. Tendrías que venderlo por separado y que la gente se lo montara en su casa... no sé, es muy complejo.

P: Muchos autores de cómic han tenido una actividad artística paralela como por ejemplo la pintura, ¿mantienes algún tipo de relación activa con alguna otra disciplina artística?

R: No, yo siempre he sido dibujante. Soy dibujante de tebeos, y también a veces ilustrador, pero sí, soy dibujante. Igual que hay gente que hace un montón de actividades: grabado, cerámica... yo hago dibujo solo. Es que además soy muy torpe para todo lo demás, se me da medio bien dibujar, lo demás no... Yo dibujo.

P: En cuanto al tema de la crítica, yo entiendo que la crítica en el cómic surge en primera instancia del aficionado al margen de su mayor o menor solvencia intelectual. En los últimos tiempos se está produciendo el efecto más academicista en la crítica, ¿qué tal te llevas con ella? ¿Te reciben bien?

15. Prestigioso serígrafo alemán asentado en Granada y colaborador de numerosos artístas. https://www.cmwalter.com/es/

R: Hay mucha tradición de crítica, aquí en España menos pero en Francia siempre ha habido mucha. De hecho lo normal es que cuando tu libro sale en Francia los medios de comunicación hagan una reseña, mayor o menor. La crítica que se está produciendo actualmente en España no proviene del periodismo si no del mundo académico, universitario, mientras que en Francia es algo natural que provenga del mundo del periodismo, que es de donde debería venir. Aquí es una crítica un poco extraña, porque aunque surge como un fenómeno de aficionado a través de los fanzines y más recientemente de las páginas web y las redes sociales, la voz cantante la llevan los primeros. Por tanto habría que diferenciar entre esas dos críticas. En Estados Unidos y en Francia hay una crítica muy profesionalizada y con la que yo he funcionado muy bien, de hecho algunos de mis libros han tenido una muy buena crítica pero no ha ido acompañada por una buena venta. Eso al editor, en la época que no había crisis, le venía bien porque eran libros que dan prestigio aunque no vendan, pero cuando hay crisis los primeros que caen son éstos. Yo de hecho dejé de hacer cómic en Francia (aunque ahora parece que vamos a volver de nuevo) porque no me permitían hacer cómic experimental. Hubo un momento en el que yo me radicalicé mucho y me negaba a hacer cómic comercial, y cuando Delcourt, que era donde yo publicaba cómic experimental, me dijo, ‘‘Sergio, esto se ha acabado ¿nos puedes ofrecer un producto comercial?” y yo les contesté que no, dejé de publicar allí. Fue así de duro. Pero la crítica siempre me trató bien en general, y todas esas experimentaciones, paradójicamente cuando casi nadie experimentaba, entraron muy bien. De hecho *Los Tres Caminos*[16], por ejemplo, fue libro recomendado por el gobierno francés como lectura obligatoria en todas las escuelas de Francia, eso ha permitido que llevemos ya miles de libros vendidos, porque todas las bibliotecas y todas las escuelas tienen que tener un ejemplar. Ellos sacan una lista de libros y todos deben estar, y éste lo seleccionaron por el carácter experimental; siempre ha tenido muy buena acogida.

P: O sea que tú apuestas más por un cómic experimental o de investigación.

R: Sí, yo siempre digo a todo sitio que voy que ante todo soy persona universitaria, dibujante, pero profesor universitario, y llevo siempre la Universidad de Granada por delante, eso que no quepa duda. De hecho si tú ves mis piezas del *New York Times* siempre pone “dibujante y profesor de la Universidad de Granada”.

16 . Trondheim, L., García, S. (2000) Les trois chemins. París: Delcourt.

P: Otra cuestión que me interesa es el formato de tus últimas publicaciones, tanto El Cuerpo del Delito [17] como Caperucita Roja[18], por ejemplo, son despleglables, piezas murales o de suelo. Ese cuidado objetual que pretendes darle a tus libros ¿es porque quieres acercarte al objeto de arte o simplemente es un eco de aquello que se dice de que ''el relato está condicionado por su soporte''?

R: Como yo tengo la necesidad de investigar, ya hace mucho tiempo que me di cuenta de que el formato de la página se me quedaba pequeño y necesitaba expandirme, es lo que yo llamo el "espacio expandido de narración y representación". Y en tanto en cuanto expandes el formato, de forma natural el relato cambia, así que es como darle la vuelta a esa afirmación. Primero hago un cambio de formato por una necesidad investigadora, y luego esa necesidad hace que se desarrolle un lenguaje específico que se contiene en ese nuevo formato; dentro de los límites, porque siempre hay unos límites. Uno no puede hacer algo de forma infinita. De hecho ahora estoy dirigiendo una tesis doctoral cuya idea es aquel campo en el que yo no puedo actuar, como es el digital por ejemplo, cuáles son las posibilidades de expansión que tendría. Imagínate. Yo me he intentado circunscribir siempre al papel, de una forma también abarcable, para poder acotar la investigación. Y al final eso cogerá la forma de una concertina o de un poster... Pero fíjate tú, que siempre he partido de códigos de representación editorial que son viables, no sé si me explico. Por ejemplo, cuando hice *Mono y Lobo*[19] la idea parte de que en la época en la que yo trabajaba para Francia, casi por contrato tenía que ir a imprimir el libro. Formaba parte de mi labor como dibujante controlar la edición, porque para ellos era tan importante el proceso de dibujo como el proceso de edición, porque al final lo que el lector ve no son tus originales sino el libro editado, y si la edición es mala el libro transciende como algo malo. Entonces estando allí me di cuenta de que los pliegos de impresión eran enormes, de 100 por 70 cm, y dije: ''y si eso en vez de cortarlo lo plegamos, se podría hacer algo interesante'', y de ahí salió *Mono y Lobo*. De hecho, tuve que pelear con Delcourt; fui a Francia a hablar con ellos y les llevé un prototipo. Recuerdo perfectamente las palabras: ''Sergio, nosotros no publicamos pósters, hacemos cómic''. Así que hacerles entender eso fue duro. Pero como los cuadernillos tienen que ser múltiplos de 16, lo que yo hice fue coger el formato *jeunesse* (32 paginas, 2 cuadernillos) que se publicaba, coger los dos pósters y en vez de cortarlos, plegarlos,

17. Dib-buks (2017)
18. Dib-buks (2015)
19. Delcourt (2010)

con lo cual salían dos cuadernillos, dos pósters con doble cara. Al final lo entendieron y se hizo el proyecto. Luego, de nuevo, la venta fue regular pero la crítica increíble, y eso me abrió el paso a seguir, siempre respetando los límites de lo editable para que la editorial no se arruine, pues tanto en el caso de las concertinas como en el de los pósters, poder hacer ese tipo de impresiones económicamente viables.

Y luego, hablando de la ilustración, crear dentro de una narrativa secuencial relaciones diferenciadas con las relaciones que se establecen dentro del propio libro. Elegir esos formatos te da pie a crear una nueva relación entre imagen y texto; todo el trabajo para el *New York Times* parte de esa premisa. Cuando yo dibujo *Moby Dick*, la idea es que el lector lo pudiera tener en su formato ideal que son 2 metros por 70 centímetros, que es lo que miden los tres paneles juntos. Que se pudiera tener el libro en la pared y pueda estar leyendo el libro e ir navegando dentro de la narración, al igual que *Alicia*, (que en su formato ideal es de 120 por 120 centímetros) lo pudieras tener encima de la mesa o en una pared y seguir toda la narración, con lo cual se establece un vínculo imagen-texto completamente diferente al que se establece en los libros, en el que, salvo en el álbum ilustrado, que en realidad es una excusa literaria en el que el dibujo prima sobre el texto y que es muy distinto a cuando el texto prima sobre el dibujo, que es cuando te encuentras grandes bloques de texto y una ilustración. Aquí te encuentras con una obra que funciona de una forma autónoma e independiente y que habla de tú a tú al texto provocando una interrelación distinta. De hecho el dibujo sale del libro para ubicarse en la pared y crea una relación nueva con el lector. Esta es otra de las líneas de investigación que llevo, el cómo relacionar imagen y texto. Esa frontera extraña entre ilustración y cómic. Porque, ¿qué es *Alicia*, un cómic? Hay gente que dice que es una ilustración y gente que me dice lo contrario. Bueno, a mí me da igual la terminología, es una narración gráfica visual.

P: Para terminar, algo que me preocupa un poco, es que en los salones y las ferias el mundo del cómic se está diluyendo, donde queda como un residuo frente al merchandising. De eso que era cultura popular, ¿no se está convirtiendo en alta cultura, con su público específico, para ciertas minorías educadas?

R: Lo que no podemos poner es puertas al campo. No podemos evitar que los jóvenes lean manga. De hecho, probablemente mis hijos, por ejemplo, no lean cómic francobelga, y mira que tengo miles de ejemplares. Quizá lo estén empezando a leer ahora, y seguro que han leído más cómic que yo en toda mi vida. O sea ellos ven las series de anime pero luego se leen los cómic: los compran, se los descargan de

Internet... o sea leen muchísimo. Lo que pasa es que el manga japonés ha sabido encontrar un perfil de lector que el cómic tradicional no ha sabido hallar… en España; porque en Francia es distinto. En Francia hay una tradición brutal del cómic francobelga y hay una tendencia natural a comprar el cómic francobelga. Y el manga, aunque es muy importante, no tiene tanto público, de hecho son públicos diferenciados. Por un lado tienes la gente que lee manga pero que normalmente no lee francobelga y por otro lado la gente que lee francobelga. De hecho allí tienen librerías diferenciadas, aunque los grandes centros comerciales sí lo hibridan, pero por lo general van por separado. En Francia el riesgo que tenían es que se les muriera la gente que lee francobelga, pero ese riesgo es débil (parece que hay recambio generacional). En España, sin embargo, como nunca hemos tenido una gran tradición del cómic, y por mucho que queramos es que no (Bruguera tuvo la fuerza que tuvo pero acabó en los ochenta y dejó de tenerla y jamás tuvo la fuerza que tiene en Francia o en Estados Unidos) no ha podido enfrentarse a otro fenómeno que es el del manga que sí ha tenido éxito. Pero en aquellos países que originalmente han tenido gran cultura de cómic siguen manteniéndola. Si vas a Estados Unidos, al MoCCA Festival por ejemplo (un salón de cómic alternativo), allí no ves nada de merchandising. Son mesas y mesas de editores y de fanzines, y en Kendal me sucedió lo mismo, no vi ni un muñeco que comprarle a mis hijos, porque no lo había. Y en Francia los salones son tradicionalmente de cómic; lo de España es otra cosa, la Ficzone y todo eso... no hay cómic, son sobre todo muñequitos. No me parece bien ni mal, simplemente es así. Es una cosa muy arraigada a la cultura de cada país. Donde la hay, la hay y donde no, cuesta mucho arraigarla. De hecho casi todos los dibujantes españoles acaban trabajando fuera por necesidad, a pesar de los esfuerzos de algunas editoriales como Astiberri o Norma. En Francia cuando tienen que hacer algún regalo para una celebración, te regalan un tebeo, en lugar de una colonia, por lo que al final para ellos es un objeto de prestigio. He visto gente comprar cómics con guantes y meterlos en una bolsa.

P: Pero fíjate, esa objetualidad del cómic es muy interesante. El encanto de lo que no ha sido tocado, lo inmaculado...

R: Sí, pero tiene un doble sentido, porque muchas veces es inversión. Compras uno para leer y otro para vender. Dentro de 20 años lo vendes por cierto precio... eso es muy americano, por ejemplo. Chris Ware se mofa mucho de eso en sus cómics. Uno lo embolsa y lo guarda, que es como tener un cadáver en una bolsa y no sacarlo.

MISCELÁNEA

CRÍTICA DE ARTE Y PERIODISMO CULTURAL EN TIEMPOS DE LA VIRTUALIDAD

MARÍA REGINA PÉREZ CASTILLO
Escuela de Arte Mateo Inurria. Córdoba|reginapatina89@gmail.com

Recibido: 11.11.19 | Aceptado: 4.12.19

Resumen

La labor del crítico/a de arte ha sufrido importantes cambios desde el uso de medios virtuales como Internet o las redes sociales. Una nueva generación nacida en torno a los años 80, fuertemente marcada por las nuevas tecnologías y la crisis económica de 2008, ha encontrado en estos medios el modo de acceder a la información cultural y patrocinar su trabajo. El uso cotidiano de dichos medios, concretamente de las redes sociales, está transformando las vías tradicionales de comunicación, la recepción y emisión del mensaje, lo cual afecta directamente a ámbitos comunicativos tradicionales como el periodismo. La crítica de arte, género perteneciente a dicho campo, se encuentra en un momento complejo debido al florecimiento de diversas publicaciones (blogs, vídeos, podcasts…) en las que expertos y aficionados vierten sus opiniones sobre la realidad cultural.

Palabras clave

Periodismo | crítica de arte | blog | redes sociales y opinión.

Abstract

The art critic's work has undergone important changes since the use of virtual media such as the Internet or social networks. A new generation born around the 80s, strongly marked by new technologies and the economic crisis of 2008, has found in these media how to access cultural information and sponsor their work. The daily use of these media, specifically social networks, is transforming the traditional means of communication, the reception and emission of the message, which directly affects traditional communication areas such as journalism. Art criticism, a genre belonging to this field, is in a complex moment due to the flourishing of various publications (blogs, videos, podcasts ...) in which experts and amateurs share their opinions on cultural reality.

Keywords

Journalism | art critic | blog | social networks and opinion.

1. INTRODUCCIÓN: NUEVAS TECNOLOGÍAS Y CIRCUNSTANCIAS INÉDITAS

El mundo que transitamos cambia velozmente, ofreciéndonos cada día nuevas herramientas y medios que transforman el modo de comunicarnos. Dicha celeridad altera de manera sustancial las estructuras y vías tradicionales que nos permiten obtener información y dialogar con otros. Pongamos, por ejemplo, la prensa. Un gran número de publicaciones en papel (periódicos, revistas especializadas, etcétera) ha optado en las

últimas décadas por ampliar su radio de acción expandiéndose al ámbito virtual, generando así espacios web en los que la información es actualizada al instante, y lo más importante, es capaz de llegar a muchos más lectores. El periodismo ha sufrido numerosos cambios, no solo en sus formatos, sino también en las dinámicas y retos a los que se enfrentan los profesionales del sector. La multiplicación de los cauces informativos y la democratización de la opinión en Internet ha transformado de un modo sustancial géneros periodísticos tan específicos como la crítica de arte. Esta ha encontrado en las redes sociales, por ejemplo, a un aliado y enemigo a la par, pues mientras se sirve de ellas como escaparate de reflexiones y proyectos culturales sólidos, también se convierten en un ámbito de libre opinión en el que, a veces, yace o subyace el desconocimiento o la polémica.

Más allá de los propios cambios que las nuevas tecnologías traen y sus consecuentes problemáticas, venimos viviendo situaciones históricas insólitas que nos obligan y obligarán a hacer uso de los cauces virtuales y telemáticos si queremos sobrevivir profesionalmente. La crisis sanitaria del COVID-19 ha volcado nuestra necesidad informativa, de aprendizaje y comunicación (más si cabe) en Internet, espacio que se ha plagado, por ejemplo, de múltiples propuestas culturales, nuevos formatos y maneras de aproximar el arte a los distintos públicos. Como explicaría Paloma O´Shea en un artículo del periódico *El País*:

> La obligación de clausurar temporalmente las actividades no esenciales, una circunstancia desconocida en Europa desde la primera mitad del siglo pasado, nos ha puesto delante de los ojos una realidad que no siempre tenemos presente: la cultura es un bien de primera necesidad. Confinados en casa, sentimos la urgencia de oír música, leer libros, ver producciones audiovisuales e incluso visitar museos, aunque sea de forma virtual (O´Shea, 2020).

La necesidad que O´Shea describe y que, en mayor o menor medida hemos experimentado todos durante la pasada cuarentena, ha puesto en marcha a los agentes del mundo del arte, que lejos de quedarse paralizados ante la dificultad, han tendido numerosos puentes virtuales, invitando al gran público a seguir activos creativa y culturalmente. Ejemplo de ello es la galería Álvaro Alcázar (Madrid), que lanzó un llamamiento a todos los artistas de sus redes para que enviasen fotografías y datos de obras relacionadas con la casa y el hogar; otras plataformas curatoriales como FACBA (Universidad de Granada) organizaría un taller online para toda la familia dirigido por la pintora gaditana Ana Barriga. Así, podríamos enumerar una larga lista de propuestas que tratan de sacarnos del tedioso ensimismamiento al que nos hemos visto abocados.

La llegada a nuestras vidas de nuevos útiles tecnológicos, así como la experiencia de circunstancias históricas anteriormente desconocidas, vienen a transformar nuestro mundo: cómo nos informamos, aprendemos, dialogamos y nos proyectamos. Parece que el ámbito virtual es y será durante un largo periodo el campo que habitaremos, ahora más que nunca, y en el que tendremos que desarrollar nuevas estrategias de comunicación.

2. APRENDICES DE LA CULTURA VISUAL

El profesor de Harvard Benjamin H.D. Buchloh (Colonia, 1941) explicaba en marzo de 2016 en una entrevista concedida al periódico *El País*:

> La crítica ha perdido totalmente su función. (…). Los historiadores al menos enseñan, contribuyen a la construcción de la memoria histórica de los estudiantes. Un crítico, en cambio, está envuelto en el mercado, pero sin influencia sobre él. (…). El crítico ha sido desplazado a medida que la sociedad se ha hecho más letrada. En el siglo XIX, la gente necesitaba un especialista para juzgar qué hacía de un objeto algo valioso. La educación visual de la gente ha mejorado hasta unos niveles que ya no se necesitan expertos. Eso es positivo en cierto modo, lo que no es tan bueno es que la decisión sobre cuándo un objeto es importante haya acabado en las manos del mercado. Eso es peligroso.

Vivimos en la era de la Cultura Visual. El panorama histórico-social que el profesor Buchloh describe en la entrevista hace referencia a una nueva generación cuya educación ha estado especialmente mar-

cada por la presencia y el estudio de lo visual, no solo desde frentes institucionales (colegios, institutos y universidades), sino desde otros espacios menos normalizados como la familia o el círculo de amistades. Esta generación es heredera del pensamiento filosófico nacido en el siglo XVII, el cual defendía que la cultura se comprende a través de los signos que ésta produce. Como consecuencia de ello, cualquier producto simbólico o huella cultural creada por el hombre puede ser "leída" y analizada, y siendo reflejo de la sociedad que la creó, nos ofrecería las claves idiosincrásicas de su contexto. La multiplicidad de la imagen que en las décadas de los 50 y 60 encuentra en la publicidad su espacio predilecto -"La Edad de Oro de la publicidad"-, y la posterior incorporación de Internet en nuestras vidas en torno a los años 90 -"La vida moderna se desarrolla en la pantalla", explica Mirzoeff (Mirzoeff, 2003:17)- convirtieron a la Cultura Visual en una necesidad pedagógica que poco después comenzaría a implantarse a nivel global en los distintos niveles educativos de los centros de enseñanza. Las palabras del profesor Nicholas Mirzoeff resultan clarificadoras al respecto: "La distancia entre la riqueza de la experiencia visual en la cultura posmoderna y la habilidad para analizar esta observación crea la oportunidad y la necesidad de convertir la cultura visual en un campo de estudio" (Mirzoeff, 2003:19). Efectivamente, el aluvión de imágenes al que estamos expuestos constantemente configura nuestra realidad individual y social, y por tanto, necesitamos herramientas para enfrentarnos desde un planteamiento crítico a esa enorme cantidad de información que, en muchas ocasiones, no decidimos consumir.

3. LA LLAMADA GENERACIÓN "MILÉNICA"

Qué duda cabe que esta nueva generación, educada en la lectura y el análisis de las imágenes, y a la vez, depredadora habitual de las mismas, ha cambiado los paradigmas sociales a través del uso de nuevas vías, códigos y formas de comunicación. Algunos expertos han denominado a este grupo generacional como "jóvenes milénicos", "Millennials" o "Generación Y", ya que temporalmente nacieron en el cambio de milenio. Esta generación arrancaría con las personas nacidas entre los años 1980 y 2000, presentando unas características genéricas similares. Según los investigadores Zulma Cataldi y Claudio Dominighini de la Universidad Tecnológica Nacional de Buenos Aires, la generación milénica se caracteriza por haber experimentado una niñez llena de actividades, una cultura de lo inmediato que ha marcado sus estilos vidas y de consumo; son jóvenes que, nacidos en

un contexto social con medios tecnológicos y de comunicación a su alcance, utilizan estos recursos en forma productiva y los consideran parte de su vida cotidiana; les resulta vital estar conectados a través de los medios tecnológicos que no sólo son un mecanismo de comunicación sino también de socialización; poseen una gran capacidad multitarea que significa una alternativa respecto del pensamiento lineal y estructurado, con una fuerte orientación a los fines, en relación a su desarrollo personal; poseen también una marcada confianza en sí mismos, lo que hace que muchas veces sobrestimen el impacto de sus contribuciones; buscan el camino más rápido hacia el éxito y la gratificación inmediata, por ello, algunos son emprendedores y logran destacarse (Cataldi y Dominighini, 2015: 14-15). Como pueden observar, este grupo generacional presenta unas características muy específicas y diferenciadas del que lo precede, la "Generación X", situado temporalmente entre los años 1965 y el 1980, y que estuvo marcado por hechos históricos como la Guerra Fría, el activismo o la Cultura de Masas. Sin embargo, uno de los aspectos generacionales que más diferencian a ambos grupos es que las personas pertenecientes a la "Generación X" son consideradas "inmigrantes digitales", mientras los *Millennials* son descritos como "nativos digitales". Fue el escritor americano Marc Prensky quien popularizó los términos "nativo e inmigrante digital", apareciendo éstos por primera vez en su artículo *Digital Natives, Digital Inmigrant* (2001). Ambos conceptos describen un cambio generacional muy concreto referido a la familiarización de los individuos con la cultura tecnológica. Los nativos digitales serían aquellos que nacieron en una nueva cultura, mientras que los inmigrantes digitales serían los pobladores del viejo mundo, quienes vivieron en una era analógica e inmigraron al mundo digital, luchando más que los nativos para adaptarse al progreso de la alta tecnología. Efectivamente, tal y como indicaban Cataldi y Dominighini en su estudio, una de las características más destacadas de la generación milénica es el uso cotidiano de las tecnologías y su conexión con el mundo a través de las mismas, y en esa relación que podemos considerar íntima y profunda, el aprendizaje ocupará un espacio fundamental:

> El aprendizaje a través de Internet es parte de los *millennials,* aprenden lo que les gusta a través de la red, y eso los hace felices y efectivos. Los que son emprendedores, hablan rápido y su pensamiento también es veloz, les parece sencillo tornarse en millonarios usando las tecnologías más nuevas para su negocio, y quienes lo han hecho se convierten en sus modelos vida, aunque no todos podrán llegar a tener su empresa propia (Cataldi y Dominighini, 2015:15-16).

La idea que se desprende de este pequeño extracto es que Internet ha facilitado la vía de la metodología del aprendizaje constructivista, que no autodidacta como muchos señalan, pues el aprendizaje autodidacta solo puede producirse cuando el individuo aprende en soledad a través del acto autoreflexivo. La metodología de aprendizaje constructivista se sitúa en oposición a la instrucción del conocimiento, la cual ha protagonizado el currículo de la escuela clásica. La postura constructiva defiende que el aprendizaje puede facilitarse, pero cada persona reconstruye su propia experiencia interna. La cuestión radica en que las inmensas posibilidades que ofrece Internet permiten al individuo llevar a cabo una indagación constante sobre los temas de su interés, creciendo su conocimiento en esas áreas específicas, pero, además, desde los espacios educativos los docentes están adoptando también esta metodología pedagógica:

> Las metodologías más efectivas de trabajo con Internet son las metodologías constructivistas. (…). Estas metodologías (…), basan su accionar en centrar la acción y construcción en el aprendiz. Esto es, el aprender es individual y colectivo, activamente construido y reconstruido, interna y socialmente por el aprendiz. (…) los estudios indican que para usar adecuadamente Internet se requiere de una flexibilidad curricular, metodológica y estratégica que es menos propicio en un escenario conductista rígido, donde la acción está en el profesor y la pasividad/receptividad en el alumno (Sánchez, 2014:5).

Debemos pensar que Internet es un medio de comunicación que en las últimas décadas ha acabado derivando en la conocida "Web 2.0", un término que Tim O´Reilly acuñaría en su estudio "What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software" (2005). Este nuevo ciberespacio estaría compuesto por un vasto número de servicios web, generalmente gratuitos y complementarios entre sí (*Facebook*, *Youtube*, *Wikipedia*, etc.) que facilitaría la generación, publicación e intercambio de contenidos en diversos formatos (fotografías, audio, texto, etc.). Sin necesidad de contar con una capacitación tecnológica específica, el usuario medio tiene la oportunidad de hacer uso de estos contenidos, pudiendo, además, interaccionar mediante sistemas de comentarios y sindicación de contenidos. Estas características le añaden un fuerte componente de interactividad y de participación generándose redes y comunidades de temas muy diversos, naciendo así la conocida "Red Social". Qué duda cabe que uno de los espacios en Internet con mayor impacto a nivel social ha sido la denominada "Blogosfera", conformada por todo un universo de páginas web en formato *weblogs*, *blogs* o en español *bitácoras* (Torres Salinas y Cabezas Clavijo, 2008: 2).

4. NUEVAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN: EL BLOG

> ¿Qué tal si un diario estuviese dispuesto a poner todo su plantel de periodistas a sus órdenes, para que le preparen una edición a su medida? Mezclaría los titulares del diario con notas menos importantes relacionadas con gente que usted conoce, gente que verá mañana y lugares que está por visitar o que visitó recientemente. Informaría sobre empresas que usted conoce. De hecho, bajo estas condiciones, es posible que usted esté dispuesto a pagarle a su diario mucho más por diez páginas personalizadas que lo que paga ahora por cien páginas. Estaría seguro de recibir exactamente la información que usted necesita (…). Podría llamarlo "Mi diario" (Negroponte, 1995: 159).

Tal y como indica Julio Cerezo, director de *Evoca Comunicación*, la digitalización de todo tipo de información, junto con Internet y la globalización, ha dado un vuelco al sector de los medios de comunicación, especialmente a la prensa escrita. Podemos hablar de transformación, de cambio de paradigma, de crisis o de revolución de los medios, cualquiera de estas opciones es real. Y es que nos encontramos inmersos en el cambio más profundo que ha experimentado el mundo de la Comunicación desde la aparición de la imprenta, hace casi seiscientos años (Cerezo (dir.), 2009: 3). Los cambios que se han producido en este medio son de diversa índole: financiación, mediación de audiencia, recepción de información, pero, especialmente, nuevos medios de comunicación. El propio Cerezo explica:

> Hoy, Twitter representa la última ola en comunicación interpersonal e información. La vida contada en tiempo real y en 140 caracteres. Los usuarios han encontrado una herramienta útil de contacto personal, recomendación social e información. Un tres en uno, inconcebible hasta ahora. Las redes sociales se encuentran en su momento dulce. (…). (Cerezo (dir.), 2009: 3).

Los blogs, las redes sociales, las páginas web, etcétera, son los nuevos medios a través de los cuales el usuario consume una información específica y seleccionada en función de sus intereses, tal y como vaticinaba ya en 1995 Nicholas Negroponte, y por ello, la mayor parte de las tribunas periodísticas de todo el mundo han optado por acompañar su tirada impresa con un perfil virtual. Periódicos nacionales como *ABC*, *El País* o *La Vanguardia* además de disponer de una versión web, han apostado por el formato de blog con diversas entradas dedicadas a distintos temas: actualidad, deportes, ciencia y tecnología, etcétera. Por supuesto, también están presentes en las

redes sociales y utilizan un sistema de *mailing* para mantener informados a sus lectores. Sin embargo, cuando hablamos de este proceso de digitalización masiva de la información, no solo debemos hacer referencia a las tribunas periodísticas consolidadas, que han buscado adaptarse a las nuevas corrientes de comunicación teniendo una presencia activa en el mundo virtual, sino también a todas aquellas personas cuyas inquietudes comunicativas las han llevado a abrir un blog, una página web, o cualquier otra "palestra" que les ofrezca comunicar sus ideas a la gran red. Son todos ellos, periodistas expertos y aficionados de la comunicación, quienes configuran todo un tejido informativo al que la gran mayoría tenemos acceso, y a través de la cual podemos construir ese "conocimiento selectivo".

5. EL PERIODISMO CULTURAL Y LA CRÍTICA DE ARTE EN EL MUNDO DIGITAL

La crítica de arte clásica, de la que es padre Denis Diderot, ha encontrado desde 1759 en las páginas de la prensa su principal medio de difusión, sin embargo y como apuntábamos anteriormente, los canales de transmisión se han multiplicado extraordinariamente hoy día. Por otra parte, el ámbito cultural en general y el periodismo de cultura en particular han sido víctimas cruentas de los recortes económicos que desde 2008 vienen golpeando a toda la sociedad. Internet se convertía entonces en una nueva plataforma de difusión y expresión, ajena a cualquier crisis externa o tendencia ideológica, que permitía a numerosos periodistas culturales y críticos de arte abrir sus blogs personales, ya fuera por la necesidad de seguir ejerciendo su profesión más allá de los límites impuestos en el ámbito laboral, por intentar mejorar la presencia de sus medios en el contexto contemporáneo o por la actual exigencia de ostentar un perfil virtual. Dos de los ejemplos más paradigmáticos en este sentido son, en primer lugar, Javier Díaz Guardiola (Madrid, 1976), coordinador de las secciones de arte, arquitectura y diseño de *A*BC Cultural y ABC de ARCO, quien además decidió abrir el blog "Siete de un golpe"1[1] el cual tiene hoy día formato de página web, y en la que regularmente publica textos sobre arte contemporáneo, arquitectura y diseño aparecidos en ABC Cultural y en otras publicaciones del sector. Guardiola utilizaba este medio para difundir su trabajo como periodista y ampliar información que por motivos editoriales no ha podido ser publicada en la versión impresa. En segundo lugar, encontramos el

1. https://sietedeungolpe.es/category/entrevistas/

blog "Y tú que lo veas"[2], dependiente del suplemento *EL CULTURAL* del periódico *El Mundo,* y dirigido por la crítica de arte Elena Vozmediano (Madrid, 1965). En éste, Vozmediano reflexiona cada semana sobre diversos aspectos y ramificaciones del sistema del arte: mercado, tendencias, publicaciones, proyectos online, políticas culturales, etcétera. Otro ejemplo interesante sería el del crítico malagueño Juan Francisco Rueda (1977), quien además de ser muy activo en redes sociales como *Instagram* o *Twitter*, utiliza su blog "En la cuerda floja"[3] para dar mayor difusión a las críticas que semanalmente publica en el *Diario SUR* y en *ABC Cultural*. Rueda argumenta que este blog nació como un compromiso con sus lectores, concretamente con aquellos que por diversos motivos no pueden comprar la edición impresa de sus críticas. Al igual que Guardiola, el crítico publica en éste espacio versiones extendidas de sus textos impresos, lo que convierte a su blog en un complemento informativo muy interesante. En líneas generales, la mayoría de los periodistas culturales y críticos de arte españoles que han forjado su carrera desde finales de los 80 y durante los 90 en el periodismo tradicional, han "inmigrado" digitalmente adaptándose al espíritu de los nuevos tiempos, manteniendo en paralelo su labor en la prensa escrita. Pero existe una generación posterior, más joven, compuesta por estudiantes y profesionales menores de 35 años (*Millennials*), para los que el ámbito virtual ha supuesto su primera experiencia laboral, el primer espacio en el que desarrollar proyectos editoriales. Qué duda cabe que este giro en concreto del periodismo cultural alámbito digital está motivado por al aumento de egresados universitarios en carreras como Periodismo e Historia del Arte, así como la supresión de numerosos puestos de trabajo en las tribunas periodísticas debido a la citada crisis económica, es decir, la institución universitaria forma más personas de las que posteriormente el mercado laboral puede asimilar, por lo que los graduados buscan nuevas maneras de poner en marcha sus carreras profesionales emprendiendo por su cuenta. En esa lucha por incorporarse al ámbito laboral, esta joven generación milénica ha encontrado en dos herramientas que le son altamente familiares, la tecnología e Internet, la oportunidad para lanzarse al mercado laboral. Aunque la incorporación de esta nueva generación al ámbito periodístico no ha afectado al sector de la prensa tradicional, el panorama o el contexto editorial de cultura sí ha sido transformado.

2. http://www.elcultural.com/blogs/y-tu-que-lo-veas/author/elena/
3. https://juanfranciscorueda.wordpress.com

La crítica de arte y comisaria independiente Marisol Salanova (Valencia, 1982) explica lo siguiente en relación con la aparición en Internet de nuevos agentes que trabajan en la difusión del mundo cultural y la crítica de arte:

> El fenómeno de la crítica en redes sociales pienso que ha dinamitado el estatus del crítico en ese sentido, que nos ha venido muy bien a todos. Los *bloggers* analizando, narrando, reseñando y criticando exposiciones y eventos por doquier tienen mucho que aportar, ocupan un papel tan importante que hasta ferias como ARCO les dedica una sección. ¿Dónde causó mayor revuelo el vaso medio lleno de Wilfredo Prieto durante la última edición? ¿En los pasillos de la feria? No, en *Twitter* sobre todo. Que cualquiera pueda tuitear su opinión es democrático, estimulante y positivo siempre que no se incite al odio o promueva algún tipo de manipulación. Está claro que cualquier texto online no es una crítica formal pero expresa una opinión, señala algo que merece atención. Es importante la permanencia de los medios especializados en papel o formato digital pero con rigor. La crítica hoy aporta un punto de vista, una visión más, no dirige la mirada del espectador como en tiempos pasados ya que existe mayor pluralidad y más acceso directo a la información. (…) (Salanova, 2016: 113-114).

Como podemos observar, Salanova describe un panorama renovado al que se han incorporado figuras novedosas como los *bloggers*, y nuevas herramientas como las redes sociales, las cuales han modificado el rol que el crítico de arte tenía históricamente, esto es, un experto que observaba el arte desde su atalaya e indicaba al gran público, galerías, compradores, etcétera, hacia dónde debían mirar o por qué artistas debían apostar. Efectivamente, una de las consecuencias más positivas e interesantes tras la incorporación de estas nuevas figuras ha sido la democratización de la información, esto es, el flujo libre de ideas, opiniones y saberes. Qué duda cabe, que este ejercicio plural ha enriquecido extraordinariamente nuestras vidas, aportándonos multiplicidad de visiones que nos permiten entender la realidad artística, no como un dogma emitido por un individuo particular con una perspectiva concreta, sino como una suma de distintas ideas que configuran una panorámica diversa, un cubo de múltiples facetas o caras. Sin embargo, la masiva proliferación de la opinión sobre arte en Internet ha traído consigo también algunos aspectos problemáticos que deben ser analizados. En este estudio destacaremos principalmente tres aspectos que afectan a la emisión y la recepción de información en Internet: la inundación de información, la multiplicación de la opinión aficionada y la precarización del trabajo del periodista cultural.

a) La inundación de información

La enorme cantidad de información que podemos encontrar en la red y la variedad de la misma, desde estudios de expertos hasta opiniones de aficionados (todo ello situado al mismo nivel y en el mismo "campo de juego") supone un espacio problemático para el usuario, quien se enfrenta a la ardua labor de discernir la información provechosa y veraz de la que no lo es. Este complejo panorama viene siendo estudiado y descrito por numerosos filósofos y pensadores contemporáneos, quienes convergen en el término "posverdad", esto es, el deterioro de la objetividad y el valor de los hechos en el debate público en favor de aquella información que apela a la emoción y las creencias personales. Internet en general, y las redes sociales en concreto, se han convertido en el espacio predilecto de la posverdad, y por ello, la labor de búsqueda de contenidos fidedignos y de calidad puede tornarse una actividad compleja. Por otra parte, cabría destacar la ausencia de una estructura jerarquizada que nos permita acceder a la información desde distintos niveles. La crítica alemana Rosanne Altstatt, a colación de una exposición de *net art* en la Documenta X, explicaría "Al igual que en el espíritu de Internet, no existe una jerarquía real (…), donde las cosas no tienen una estructura de conjunto y solo se interseccionan en puntos vagamente comunes" (Altstatt, 1997). La falta de jerarquía que apunta Altstatt como una de las características propias del "espíritu" de la red, atiende a la imagen que los usuarios medios tienen del espacio cibernético, un lugar tan prolijo en información que alcanza una dimensión abismal e insondable, y por lo tanto, un ámbito que somos incapaces de conocer, poco fiable. Frente a este horizonte que algunos advierten como anárquico y caótico, encontraríamos la fisicidad y estructura organizada de las publicaciones impresas especializadas, y en las que encontramos figuras como el comité de evaluación, la dirección editorial, el gabinete de corrección, etcétera, que actúan como filtros de calidad, generando confianza en sus participantes y lectores. Un título destacado en este sentido sería la revista impresa *Goya*, perteneciente a la Fundación Lázaro Galdiano, con un recorrido de 64 años de historia, y figuras tan importantes en su cargo directivo como José Camón Aznar. Sin embargo, no podemos pensar que todas las publicaciones impresas presentan altos estándares de calidad, o que todas las publicaciones digitales son de escaso nivel. Un buen ejemplo de revista digital referencial sería *Exit – Express*, la cual empezó siendo una publicación mensual de papel en formato periódico, posteriormente se transformó a un formato de revista, para convertirse finalmente en la primera revista digital de arte actual en español. Ésta mantiene la estructura tradicional de una revista especializada, con una redacción propia

que selecciona, edita y escribe los textos. También las figuras del periodista y el crítico de arte están viéndose afectadas por la dicotomía papel Vs. digital, ya que los citados estándares de calidad van construyendo su currículum y delineando su perfil intelectual y profesional. Por norma general, el crítico de arte que escribe en papel es mejor valorado por sus compañeros que el que escribe solo en medios digitales, pues se entiende que las publicaciones en papel presentan unos estándares más exigentes que las publicaciones digitales.

b) La opinión aficionada frente a la reflexión experta

La inundación de información es propiciada, precisamente, por la activa y constante participación del "individuo anónimo" en la red, quien antes tan solo era receptor y ahora también desarrolla el rol de emisor, siendo su principal vehículo de comunicación la opinión. Ciertamente, vivimos en un estado permanente de opinión: Internet se ha plagado de artículos de opinión de toda índole y signo, y las redes sociales de infinitos juicios individuales sobre casi cualquier asunto. Sin lugar a duda, hablamos de espacios propicios para la libertad de expresión, sin embargo, no podemos olvidar que nos enfrentamos a visiones subjetivas y parciales, que además se transmiten de manera masiva provocando "ruido social". La calidad o competencia científica que muchos expertos aportan a la red se encuentra en constante tensión con la mera injerencia del convencimiento particular, cuyos pilares principales serían un lenguaje escrito comprimido, el encierro en "lo propio" y una emotividad constantemente exaltada.

Para entender cómo afecta este nuevo contexto al mundo del periodismo cultural y la crítica de arte, debemos volver sobre las palabras del profesor Buchloh y pensar en esa nueva generación de individuos educados en la cultura visual: no solo encontramos un entorno proclive a la expresión liberada sino también un conjunto social que entiende o cree entender lo visual, desplazando el criterio experto o emborronándolo a base de ideas superficiales más o menos acertadas y una avalancha comunicacional sin precedentes. Un ejemplo que ilustra a la perfección este caso fue el linchamiento digital que sufrió la artista sevillana María Cañas tras presentar su propuesta de cartel para el Festival de Cine de Sevilla en septiembre de 2017. Cañas fue acusada por un sector de la comunidad artística de haber plagiado la imagen de una portada de la revista *Fantastic Story Magazine*, obra del norteamericano Walter Popp en el año 1954. La noticia se difundió rápidamente por las redes sociales que se llenaron de comentarios especialmente críticos con la artista e incluso dolorosos,

pero también de quienes defendían que el trabajo de la sevillana se basaba precisamente en el apropiacionismo, y por lo tanto, no existía falta en su obra. Se inició, entonces, un acalorado debate en las redes sobre el concepto de apropiacionismo y cómo había que practicarlo, aflorando nombres como Marcel Duchamp, Lichtenstein o Warhol que servían a los apasionados debatientes para apuntalar sus rígidos posicionamientos. Desgraciadamente, la voz de críticos como Juan Bosco Díaz- Urmeneta, quien trató el asunto en su cabecera de referencia, *Diario de Sevilla*, desde la experiencia y el profundo conocimiento de la Historia del Arte (Díaz- Urmeneta, 2017), quedó disuelta en medio de la marabunta de opiniones, permaneciendo en la huella colectiva la polémica más o menos violenta que se batalló en las redes sociales, y no las palabras del experto.

c) Un sector precarizado y falto de continuidad

Como hemos indicado anteriormente la generación "Millennial" comienza a incorporarse al mercado laboral en torno a 2008, momento en el que la crisis financiera da su pistoletazo de salida. Hablamos de un grupo social que apenas tiene acceso a la propiedad de vivienda y tampoco a activos financieros, pero que, sin embargo, sí tiene una carga importante de deuda, sobre todo crédito al consumo para comprar bienes y servicios que no generarán un rendimiento en el futuro, es decir, el panorama presente y futuro que se le plantea a esta generación es mucho más complejo que el de las anteriores. Dos de los aspectos que más se han destacado al hablar de la situación generacional de los *Millennials* son, por un lado, el emprendimiento por necesidad, y por otro, la precarización laboral. En esta generación convergen, de hecho, ambas circunstancias, que a rasgos generales constituyen situaciones laborales inestables. Éste es el contexto en el que nacen numerosos proyectos de edición cultural en nuestro país (impresos y digitales), y es precisamente este contexto el que explica que muchos de estos proyectos desaparezcan al poco tiempo, a pesar del interés que suscitan. Un ejemplo que ilustra a la perfección la precariedad y falta de continuidad de los jóvenes proyectos editoriales dedicados a la cultura y la crítica de arte en nuestro país sería el caso de *Presente Continuo*[4], una plataforma web de difusión y archivo dedicado al arte contemporáneo andaluz que nació en Sevilla en el año 2015. La dirección editorial de Presente *Continuo* fue asumida por el comisario Sema D´Acosta y la coordinación por los jóvenes Alberto Arenillas, Sara Blanco y Pamela Medina. Esta plataforma pretendía

4. http://presente-continuo.org

ser un espacio de convergencia que cubriese información semanal sobre los eventos culturales más importantes relativos a la creación artística andaluza contemporánea en toda España, pero especialmente en Andalucía. Dentro de su página ofrecían un espacio para entrevistas, noticias, reportajes y crítica de arte, un material que, generalmente, era editado por estudiantes o recién egresados de carreras como historia del arte, bellas artes o periodismo, y revisado tanto por la dirección editorial como por la coordinación. A pesar del interés que suscitaba el proyecto y su capacidad de incluir a nuevas figuras al ámbito del periodismo cultural, la realidad se impuso sobre todo el altruismo y las ganas de estos jóvenes, quienes se vieron obligados a abandonar la plataforma en octubre de 2016, apenas un año después de su nacimiento. En el comunicado oficial que publicaron en las redes sociales explicaron las causas de su cesión:

> Después de un largo verano que nos ha servido a todos de reflexión, creemos necesario detener el proyecto, al menos por un tiempo, para estudiar la hasta ahora no viabilidad económica del mismo y con el interés de regenerarlo para el próximo 2017. Como todos saben, el equipo de PRESENTE CONTINUO se ha afanado desde el primer día por mantener publicaciones constantes en la web, así como por la construcción paulatina de un archivo pionero de artistas y espacios andaluces. Pero además, se ha ejercido un importante esfuerzo por agotar todas las vías que hemos creído posibles para la financiación del proyecto –o de ciertas secciones del mismo–, ya sea desde el ámbito público o privado. Por razones que se escapan de nuestro control, ninguna de ellas ha dado los frutos que esperábamos para dotar a PRESENTE CONTINUO de una viabilidad económica y estructural necesaria, teniendo en cuenta su nivel de profesionalización. (…) (Equipo de Presente Continuo, 2016).

Si nos detenemos a analizar las palabras emitidas por el equipo editorial de *Presente Continuo* en este comunicado de despedida, observaremos que hablan de un trabajo diario, constante y profesional que no puede ser retribuido económicamente, y que, por lo tanto, no es sostenible. La exigencia laboral que se desprende de un proyeto de este tipo requiere una financiación que mantenga no solo los repositorios web en los que se aloja la información, sino también el sueldo de quienes trabajan elaborando los contenidos, corrigiéndolos, manteniendo la página web, etcétera. A pesar del interés de sus integrantes por reactivar el proyecto pasado un tiempo, y debido a las exigencias laborales en las que actualmente se halla cada uno, por el momento no les ha sido posible volver a retomar esta interesante iniciativa.

Por desgracia, el caso de *Presente Continuo* no es el único con estas características: *La Raya Verde*, un magazine digital de crítica de arte dirigido en un primer momento por Juan Jesús Torres y posteriormente por Javier Pérez Bermúdez cesó su actividad en 2016 cuando tan solo llevaba 5 años de vida, debido a la falta de motivación por parte de la dirección, y cómo no, la ausencia de una estructura económica seria que permitiese pagar a los colaboradores. Otros proyectos digitales como *Veo Arte en todas pArtes*[5] o *PAC Plataforma de Arte Contemporáneo*[6] sobreviven buscando financiación para proyectos específicos o utilizando sus plataformas como expositores de publicidad relacionada conel mundo artístico, no obstante, cabría apuntar que la mayoría de los integrantes que participan en estas plataformas, no viven de ellas, sino que más bien las mantienen gracias a otros trabajos.

Como podemos observar, aunque estos proyectos nacen con la fuerza y la ilusión propia de la juventud de quienes los ponen en marcha, la imposibilidad de armar una estructura profesional seria en la que exista una inversión económica que sostenga tanto a sus trabajadores como los medios productivos necesarios y servicios derivados de los mismos, fuerza, en algunos casos, el cese de estas plataformas, y en otros, una situación laboral precaria que generalmente es enmascarada por un espíritu altruista. Una de las consecuencias que se desprende de dicha circunstancia y que también cabría señalar es la degradación en la calidad de la publicación, la cual parece estar estrechamente relacionada con la pérdida de ilusión y fuerza del proyecto. Observamos cómo, por ejemplo, la aportación teórica de profesionales reconocidos en el ámbito del periodismo cultural y la crítica de arte va desapareciendo poco a poco en el desarrollo de estas publicaciones, las cuales optan al final de sus vidas por aportaciones *amateur* de menor peso intelectual.

Mención aparte merecen otras plataformas online de carácter educativo, que desde proyectos de innovación e investigación docente generan entornos de aprendizaje dentro de marcos formativos oficiales. Es el ejemplo de *Apuntes de Arte*[7], un proyecto de formación en el periodismo cultural y la crítica de arte puesto en marcha en 2019, impulsado por dos profesores del departamento de Historia del Arte de la Universidad de Málaga (Carmen González Román y el anteriormente citado Juan Francisco Rueda) e integrado, por un lado,

5. https://veo-arte.com
6. http://www.plataformadeartecontemporaneo.com/pac/
7. https://apuntesdearte.es/

por profesionales del periodismo cultural (Antonio Javier López del *Diario Sur*), la crítica de arte y docentes universitarios implicados en la enseñanza de la teoría y la estética de las artes, quienes constituyen el *comité editorial* de la revista; y por otro lado, estudiantes del Grado de Historia del arte, quienes asumen las funciones del *consejo de redacción* y desempeñan otras tareas asociadas a las diversas secciones de la revista (grabación y edición de videos, *community managers*, redacción, etcétera). *Apuntes de Arte* es una iniciativa que parte del propio profesorado universitario con el fin de alcanzar un objetivo muy concreto: aproximar la creación contemporánea a losalumnos universitarios a través de experiencias significativas de aprendizaje profesional. De este modo, este proyecto se convierte en una especie de laboratorio estudiantil para la experimentación de la escritura sobre cultura y arte, guiada siempre por el conocimiento experto y la práctica de quienes se han dedicado profesionalmente a ello. El sustento económico de este tipo de iniciativas proviene de ayudas y subvenciones públicas que cubren gastos básicos como el mantenimiento de la página web, y otros enfocados a la formación profesional del alumnado como conferencias de expertos. Al tratarse de un marco de formación son los docentes responsables del proyecto los encargados de mantenerlo vivo, renovando su compromiso anualmente con el proyecto y solicitando las ayudas pertinentes para seguir nutriéndolo económicamente.

6. PARA CONCLUIR

La incorporación de la generación milénica al mercado laboral y al ámbito del consumo cultural ha transformado por completo las vías y los modos tradicionales de comunicación. Las herramientas que principalmente utiliza esta generación, Internet y las redes sociales, han posibilitado la difusión masiva de información cultural, el pensamiento y la palabra, así como la construcción de marcos globales hiperconectados en los que el individuo puede participar expresando sus ideas con libertad. El ámbito periodístico ha tenido que adaptarse rápidamente a las nuevas exigencias de la sociedad, desarrollando modelos informativos virtuales y de interacción con el lector. La figura del periodista cultural, y en concreto del crítico de arte, se ha visto especialmente afectada por la llegada de una generación educada en lo visual, que hace uso de potentes herramientas de información cultural, y que está acostumbrada a expresar su opinión en debates que se propician en redes sociales y blogs. Esta nueva realidad que describimos plantea numerosas cuestiones, entre las que debemos

destacar tres: en primer lugar, cómo educar a las nuevas generaciones para que puedan hacer un uso efectivo de Internet, sabiendo discriminar la información relevante de la irrelevante, así como plantear unas pautas de comportamiento civil en los marcos digitales[8]; en segundo lugar, cabría desatacar la importancia que hoy día tiene el experto/a en arte, pues su esfuerzo intelectual y profesional es capaz de profundizar ofreciéndonos un conocimiento sólido y coherente; y por último, preguntarnos qué tipo de marcos profesionales queremos construir para el periodismo cultural del futuro, si estructuras precarias y endebles que desaparezcan fugazmente, o espacios de continuidad en los que poder desarrollar proyectos de edición artística de interés y en los que los nuevos diletantes puedan crecer como profesionales del sector.

8. Sobre pautas de actuación y comportamiento en las redes sociales cabe señalar la publicación que generaron los investigadores Marta Pérez Ibáñez, Isidro López Aparicio y Nuria García Arias, "Decálogo de buenas prácticas sobre redes sociales y ecosistema del arte" que aparece en: GARCÍA ARIAS, Nuria; LÓPEZ APARICIO, Isidro y PÉREZ IBÁÑEZ, Marta (2018): "Arte contemporáneo y redes: actores, canales, estrategias". Seminario celebrado en el Museo Fernando Centeno de Genalguacil (Málaga) los días 26, 27 y 28 de julio de 2017. ECOARTLab. ISBN: 978-84-945216-9-0.

BIBLIOGRAFIA

ALTSTATT, Rosanne (1997) "Documenta X: Path and periphery", *Artnet* (29 de julio de 1997).

CATALDI, Zulma y DOMINIGHINI, Claudio (2015), "La generación millennial y la educación superior. Los retos de un nuevo paradigma", Revista de Informática educativa y Medios Audiovisuales. Buenos Aires: Universidad Tecnológica Nacional, (pp. 14-21).

CEREZO GUILARRANZ, Julio (dir.) (2009), *La revolución de la prensa digital (Cuadernos de comunicación evoca)*, 1º ed. Madrid: Evoca, (p. 3).

DÍAZ – URMENETA, Juan Bosco (2017), "De la elección, el plagio, el afecto y la mirada", *Diario de Sevilla*, 15 de septiembre de 2017. Consultado el día 29 de mayo de 2018. http://www.diariodesevilla.es/ocio/eleccion-plagio-afecto-mirada_0_1172882787.html

Equipo de PRESENTE CONTINUO, "COMUCADO" (20 de octubre de 2016). Consultado el 29 de mayo de 2018. https://www.facebook.com/presentcontinuo/posts/1798143570428723:0

"La crítica de arte ha perdido totalmente su función", entrevista a Benjamin H.D. Buchloh por Iker Seisdedos en el periódico *El País*. 20 de marzo de 2016. Consultado el 24 de mayo de 2018.

MIRZOEFF, Nicholas (2003), *Una introducción a la cultura visual*, 2º ed. Barcelona: Paidós.

NEGROPONTE, Nicholas (1995), *Ser digital*, 1º ed. castellano. Buenos Aires: Atlántida, (p. 159).

O, SHEA, Paloma (2020), "Cuidar la Cultura", *El País*, 2 de abril de 2020. Consultado el 13 de mayo de 2020.

PRENSKY, Marc (2011), "Digital Natives, Digital Immigrants", On the Horizont, MCB University Press, Vol. 9, Nº5, October.

SALANOVA, Marisol (2016), "El crítico de arte: de enterrador a enterrado". En Ensayos ABSOLUT, 1º ed. Madrid: PAC Plataforma de Arte Contemporáneo, (pp. 113-114).

SÁNCHEZ LLABACA, Jaime (2018), "Aprender con Internet: Mitos y Realidades", Departamento de Ciencias de la Computación, Universidad de Chile, (pp. 1-23). Consultado el 25 de mayo de 2018. https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1

TORRES SALINAS, Daniel y CABEZAS CLAVIJO, Álvaro (2008), "Los blogs como nuevo medio de comunicación científica" [Comunicación]. En III Encuentro Ibérico de Docentes e Investigadores en Información y Documentación, Salamanca, el 5 y 7 de mayo de 2008. [Conference paper]. Consultado el 25 de mayo de 2018. http://eprints.rclis.org/14078/

PORNOVIOLENCIA EN LA TELEVISIÓN NEOBARROCA: HACIA UNA CONCIENCIA TELEVISIVA

EVA NAVARRO MARTÍNEZ
Universidad de Valladolid|eva.navarro@hmca.uva.es

Recibido: 09.11.19 | Aceptado: 4.12.19

Resumen

Este artículo hace una breve panorámica de lo que llamo "televisión neobarroca", siguiendo así la estela de pensadores que, desde Omar Calabresse, consideran que esta época comparte muchos rasgos con el Barroco del siglo de Oro, tanto por sus rasgos temáticos o expresivos, como por su uso de la producción cultural y mediática de masas, para imponer modas, estilos de vida, etc., y difundir el pensamiento hegemónico. Analizamos la televisión como medio que sigue jugando un papel fundamental en nuestra época, como fuente de información y entretenimiento, a pesar de de Internet y otras plataformas digitales. Tras una descripción de los rasgos de la televisión neobarroca (para otros autores "hipertelevisión", "metatelevisión" o "McTele", por ejemplo), nos centramos en uno de los ingredientes principales de este medio: la pornoviolencia (pornografía de la violencia, la muerte y la miseria). La analizamos como uno de los llamados "terrorismos visuales" con los que la televisión actual manipula a la audiencia y ante la que sólo podemos enfrentarnos si hay una verdadera Educación Mediática.

Palabras clave
Televisión neobarroca | pornoviolencia | educación mediática | manipulación | terrorismo visual.

Abstract

This article gives a brief overview of what I call "neo-baroque television", following the trail of thinkers who, from Omar Calabresse, consider that this period shares many features with the Baroque of the Golden Century, both for its thematic or expressive characteristics, as for its use of cultural and mass media production, to impose fashions, lifestyles, etc., and spread hegemonic thought. We analyze television as a medium that continues to play a fundamental role in our time, as a source of information and entertainment, despite the Internet and other digital platforms. After a description of the features of neo-baroque television (also called "hypertelevision", "metatelevision" or "McTele", for example), we focus on one of the main ingredients of its discourse: pornoviolence (pornography of violence, death and misery). We analyze it as one of the so-called "visual terrorisms" with which current television manipulates the audience and which we can only face if there is a true Media Education.

Keywords
Neo-Baroque television | porn violence | media education | manipulation | visual terrorism.

1. INTRODUCCIÓN

"Les advertimos de que estas imágenes pueden herir su sensibilidad". Lo que viene después es violencia en cualquiera de sus formas: una paliza a una mujer o a un vagabundo grabada con un móvil o una cámara de seguridad, un cuerpo destrozado por una bomba, cuerpos de mujeres, hombres, bebés ahogados en el mar… Así acostumbran a introducir los telediarios algunas noticias. Nosotros/as como espectadores/as hemos sido avisados/as, ver las imágenes es decisión nuestra, para eso estamos en la era de la libertad, del liberalismo, donde el individuo es libre de elegir entre todas las opciones que el mercado ofrece. Otras veces, la mayoría, ni siquiera avisan y el horror se nos cuela en casa sin que nos demos cuenta y sin que hayamos decidido verlo. Bajo la premisa de informar, desfilan ante nuestros ojos todo tipo de atrocidades. Necesitamos imágenes, eso dicen, para dar carta de naturaleza a las noticias. La imagen certifica la realidad y lo que no ha sido captado es como si no hubiese existido. Lo que no sale en la tele, lo que no circula por Internet "no existe". Esta idea se ha extendido tanto que la hemos asumido como verdadera. Pero a fuerza de digerir horror nuestra retina y nuestro estómago se han agrandado, se han insensibilizado hasta el punto de que la sangre y la miseria apenas nos producen ardores. Será, eso sí, porque no nos salpica, no la olemos y no es nuestra. Está lejos, al otro lado de la pantalla y pertenece a personas anónimas, de otro color, otro país (a veces sin país). La televisión es eso: un mercado de imágenes. Sólo se trata de "carne humana", como describió a las personas migrantes, sin ningún tipo de pudor, el vicepresidente italiano.[1] ¿Es eso lo que vemos "trozos de carne"? ¿Así alimentan Internet y la televisión la bulimia de las sociedades "opulentas"?

Esta atracción por la violencia, esta necesidad de impactar mostrando lo extremo se ha vuelto y lo sigue haciendo una característica innata de la televisión actual, la llamada hipertelevisión (Scolari), metatelevisión, post-televisión o Mctele (Sampedro), que aquí llamaremos "televisión neobarroca".

Este artículo pretende reflexionar sobre el flujo de imágenes con que la televisión actual nos bombardea y, especialmente, sobre la

1 . Ver por ejemplo: "Matteo Salvini, el extremista y xenófobo ministro del Interior italiano que quiere "limpiar" el país de migrantes y gitanos". 20MINUTOS.ES 22.06.2018: https://www.20minutos.es/noticia/3374997/0/matteo-salvini-polemico-extremista-xenofobo-minitro-interior-italia-migrantes-gitanos/#xtor=AD-15&xts=467263

pornografía de la muerte y la "pornoviolencia", es decir, la utilización de imágenes de los demás en situaciones de terror. En primer lugar, haré un breve recorrido por las características de lo que entiendo por televisión neobarroca, encuadrada en el contexto del Neobarroco postmoderno. En segundo lugar, me centraré en la pornografía de la muerte en la tv neobarroca, especialmente la mostrada en los telediarios. Para en tercer lugar, hacer unas reflexiones sobre qué necesitamos para una conciencia televisiva que nos cure (o al menos palíe) nuestra "bulimia digital", para ello las propuestas vienen de la necesidad, cada vez más urgente, de introducir en la educación la alfabetización mediática desde la perspectiva transversal de género y los derechos humanos.

2. NEOBARROCO POSTMODERNO Y TELEVISIÓN EN LA ERA DIGITAL

El énfasis en los mensajes visuales y la primacía de la imagen sobre su referente real se ha señalado como un fenómeno eminentemente posmoderno. Esto ha permitido establecer relaciones con otras épocas en las que los mensajes icónicos eran usados como instrumento de transmisión ideológica y política. Umberto Eco (1965)ya había defendido que la prominencia de los medios visuales como la televisión, el cine, los pósters publicitarios sobre los medios escritos es comparable al papel de la iconografía, los frescos y las vidrieras de las iglesias. De este modo se equipara la dominación de la Iglesia Católica en el periodo medieval con la dominación del capitalismo multinacional en la escena mediática internacional.

Otros autores se centran más concretamente en el Barroco para describir muchos fenómenos de la cultura, los medios y la ideología imperantes actuales, y hablan de la Era Neobarroca, para defender que muchos fenómenos culturales de nuestro tiempo evocan en su forma interna al Barroco (Calabresse,1987; Sarduy, 1975; Zayas, 2013). Calabrese (1987), por ejemplo, prefiere el término Neobarroco, frente al de "postmoderno" para nombrar "el gusto predominante de nuestro tiempo", que consiste en la "búsqueda de formas -y en su valorización- y en el que "asistimos a la pérdida de la integridad, de la globalidad, de la sistematización ordenada, a cambio de la inestabilidad, de la polidimensionalidad, de la mudabilidad." (Calabrese, 1989: 12). El Barroco desde esta perspectiva, no es una cultura en un punto concreto sino "una categoría del espíritu" (Sarduy, 1975) que atraviesa diacrónicamente hasta nuestros días, ya que las culturas operan

en el espacio diacrónico de la semiosfera y los símbolos son elementos del *continuum* cultural: transportan textos, sentidos y relaciones entre estos, pertenecen a la memoria cultural y pueden viajar en el espacio y el tiempo. La cultura de la Era Neobarroca la podemos estudiar desde dos vertientes: una, como reacción de los creadores a la época actual y, dos, como estrategia de las élites culturales, políticas, ideológicas, económicas…, para difundir (o imponer) gustos, estilos, modos de vida y de pensamiento, etc.

En cuanto a la primera, en efecto, un análisis de la cultura actual: desde el arte plástico al cine o los videojuegos, nos revela que muchas producciones desde finales del siglo XX poseen estos rasgos (cyberpunk y ciencia ficción, telenovelas, redes sociales y por supuesto la televisión). Algunas de las características que el gusto neobarroco actual comparte con el Barroco son, a grandes rasgos, la extremosidad, la suspensión, la novedad, el artificio, la dificultad y el gusto por lo inacabado; la estética del detalle y el exceso frente al vacío de contenido: el "horror vacui"; las nociones de riesgo y crisis para entender las nuevas subjetividades producto de cambios sociales. La preocupación por la suerte y el destino como soporte ontológico para que las personas se protejan del torbellino existencial (Zayas 2013): la especie humana deviene en un "nosotros" -fomentado por los medios y la cultura de masas- para encarar los problemas y oportunidades en un mundo que se percibe vacío. A esto se añade en énfasis en una concepción sentimental de la vida: el melodrama se constituye el género por excelencia para representar el mundo en los medios y la cultura de masas (cine, televisión, realityshows, telenovelas…), y como "falsa terapia". También parece tener validez la máxima barroca de "todo parece, pero nada es seguro" para describir la sensación de imprecisión y caos, y la metáforas de "la vida como sueño" y "el mundo como gran teatro" o espectáculo mediático. También la técnica del claroscuro tiene su presencia en la cultura actual, especialmente en la ciencia ficción al ciberpunk (Blade Runner, por ejemplo) o muchas series actuales (de Black Mirror o El cuento de la criada). El nudo y el laberinto, (Calabrese 1987; Colón 2013), así como el espejo, son a la vez estructuras y metáforas de la sociedad del conocimiento. A esto añadimos las nociones de inestabilidad y metamorfosis ilustradas por el gusto por lo monstruoso y lo híbrido mostrados a través de la literatura, el cine, la publicidad o la televisión (de los aliens y otros seres de la ciencia ficción a los zombies y otros seres del inframundo tan de moda en la ficción y las series actuales, a los "mostruitos" de las animaciones infantiles). También se podría añadir la inclinación por la metaficción y los metalenguajes, que por un lado parecen democratizar la creación al mostrar la "cocina" de la obra pero por otro, hacen

más delgada, o rompen totalmente la línea entre realidad y ficción, o eso pretenden, así como el gusto por la obra dentro de la obra como estrategia narrativa.[2]

En cuanto a la segunda vertiente, el Neobarroco ha sido visto como la estrategia cultural del Neoliberalismo, compatible con el impulso cultural de la postmodernidad (Colón Zayas 2013: 8). Como en el Barroco, el espacio cultural juega un papel fundamental en la domesticación de los diversos grupos sociales. (Colón Zayas: 69) Y si el teatro y su magia artificiosa fueron los mejores promotores de la política y la religión católica en el Barroco, los medios audiovisuales y digitales lo son de la ideología neoliberal. Estos medios promueven la aceleración temporal y espacial del capital y de las relaciones humanas como parte de la superestructura social.

Este periodo es también fundamental para entender cómo se ha ido articulando la cultura de masas y la cultura popular (frecuentemente confundida con la primera) (Martín Barbero, 2003). Al contrario de lo defendido por autores como Adorno y Horckheimer de que la cultura de masas es el "deterioro" de la alta cultura y una consecuencia del auge de la cultura del entretenimiento unida a la creación de una clase proletaria como consecuencia de la industrialización, Martín Barbero (apoyándose en Bajtin) defiende que la cultura de masas tiene su origen con el nacimiento del capitalismo en el Renacimiento, y sobre todo en el Barroco, considera esta como la primera época en la que se puede hablar de una cultura de masas utilizada por las élites de una forma vertical y jerárquica para llevar a cabo un proceso de enculturación que fue deteriorando la diversidad de las culturas populares. Como explica Martín Barbero (2003), en el siglo XVII se inicia una "ideología correctiva" que menosprecia y se empeña en reprimir y "domesticar" la cultura del pueblo. Esto se produce, por un lado, con la formación de los Estados-nación, donde la diversidad cultural y lingüística es un freno para el centralismo y la creación de una cultura "oficial" que de coherencia a ese proyecto político e ideológico. Y por otro, por parte de la Iglesia, pionera en la implantación de relaciones verticales mediante las cuales el sujeto es relegado a una

2. Y aquí, para apoyar o tal vez excusarme de ver estas características, sin entrar en la categoría de calidad, en Las Meninas de Velázquez, en Don Quijote de Cervantes y en los realities de Tele5, me remito a nuevamente a Calabrese (1987: 12) cuando escribe que "toda cultura de una época se expresa en mayor o menos cantidad y de un modo más o menos profundo, en la obra de cualquiera; que cada uno de nosotros sabe más de lo que cree y que es posible descubrir el retorno periódico de algunos rasgos que distinguen nuestra mentalidad de la de otros periodos."

autoridad central. Este proceso de represión-enculturación tiene dos puntos de actuación claves. Uno sería la inculturación o deformación de las fiestas y su transformación en espectáculo. De ser espacios de la colectividad para soltar tensiones, reactivar la economía, participar de forma activa, ritos de iniciaciones por grupos de edad, ciclos naturales, incluso satirizar a la autoridad, la moral, etc., las fiestas se convierten en espectáculos para ser mirados: de participar en las fiestas y ritos se pasa a mirar las procesiones de la iglesia o los reyes. El espacio de fusión entre profano y sagrado se convierte en espacio para la piedad. El otro punto fue la persecución de las brujas y la abolición del universo mágico que va unido a las fiestas populares y al mundo particular. La destrucción de las brujas –símbolo de la oposición al centralismo, de lo ambivalente, lo plural, lo diverso y horizontal- fue un proyecto religioso y político vertical, centralista y uniforme. Las mujeres, que siempre han jugado un papel fundamental en la transmisión de la cultura popular (medicina tradicional, historias, leyendas, cuentos...), se consideraron un peligro para la autoridad de la Iglesia, que convirtió la transmisión de esta cultura campesina en "misteriosos y temidos aquelarres". (Martín Barbero, 2003) Este afán centralista, uniformador, que convierte la cultura en un espectáculo de masas que puede servir para la difusión de ideologías, estilos y modos de vida, pensamiento, etc., es el eje de la industrial cultural de masas y parece encontrar su origen en el periodo del Barroco.

3. DE LA NEOTELEVISIÓN A LA *TELEVISIÓN NEOBARROCA*

Fue Umberto Eco (1983) quien acuñó los términos Neotelevisión y Paleotelevisión para distinguir la televisión de finales del milenio de la anterior. Eco señaló que la televisión posmoderna se había convertido en un espacio que ya no es simple representación de la realidad sino que crea su propia realidad y sus propios personajes que viven en y por la televisión y que, por medio de la simulación la televisión se ha divorciado de la realidad. Es más, la modifica al pretender convertir en verdad lo enunciado. Pero se trata de una realidad espectacularizada al transformar el paisaje en escenario (Eco, 1983) y a las personas en actores/personajes. Es lo que Baudrillard (1978) llamó "hiperrealidad", entendida como un conjunto de imágenes que forman una segunda realidad que muchas veces tiene más trascendencia en nuestras vidas que la realidad verdadera (Acaso, 2016). Los temas tabúes (sexo y dinero) dejan de serlo. Las funciones institucional, educativa y jerárquica desaparecen y son sustituidas por la proximidad y la interactividad, y en *esta aparente obsesión por conectar con el es-*

pectador utiliza un lenguaje empobrecido, llegando así a denigrarlo, a ridiculizarlo (Eco 1983). La Neotelevisión propone un modelo superficial, energético y asocial, donde todo sucede a un ritmo acelerado. Es local, anecdótica, busca el detalle escabroso, absurdo pero íntimo. En comparación con la paleotelevisión, la oferta que proporciona es inabarcable. Aunque al mismo tiempo produce la homogeneización de contenidos bajo una aparente heterogeneidad. En realidad, a pesar de la supuesta consulta permanente, el espectador sólo puede elegir entre un espectro limitado. Su discurso es fragmentario y se construye mediante las estructuras de tramas entrelazadas, los «insérts» (escenas similares a un videoclip), que facilitan una variedad temática, argumental y de personajes que amplía el espectro. Así se intenta suplir la intención de elección del espectador. (Tous, 2009)

A esto hay que añadir la contaminación genérica, y la progresiva abolición de la frontera entre información y publicidad, ya que los anuncios y los programas televisivos cada vez son más similares (Wallace, 2001: 75). Asimismo, la neotelevisión es autoreferencial ya que los programas refieren unos a otros. Son parásitos en sí mismos y "se canibalizan" entre ellos, en palabras de Eco.

Ya en los sesenta, Raymond Williams había afirmado que la verdadera organización que caracteriza a la televisión es el "flujo planificado", y que esto la definía al mismo tiempo como tecnología y como forma cultural. En estudios posteriores, las nociones de segmento inciden en la idea de una planificación holística de la programación, con la autorreferencialidad (prospectiva y retrospectiva) como pegamento y con la necesidad imperiosa de la fidelización como meta. (Lara, Rodríguez, Sánchez, 2013)

Términos más recientes hablan de "metatelevisión" (Olson, 1987; Carlón, 2006), "postelevisión" (Missika, 2006; Imbert, 2007), "hipertelevisión" (Scolari, 2008) o McTele (Sampedro, 2018) que, lejos de discutir o relativizar los rasgos de la Neotelevisión, los enfatizan y apuntan a que la inicial tendencia neotelevisiva de invitar a los públicos a que participen (Lacalle) ha sido desplazada por una atención exclusiva hacia el propio medio (Lara, Rodríguez, Sánchez, 2013) En este nuevo espacio, la industria ofrece, además de las cadenas públicas y privadas, las emisiones por cable, los canales «premium» estadounidenses y las plataformas digitales, aumentando exponencialmente el espectro de posibilidades. Las principales características metatelevisivas son las autorreferencialidad, la intertextualidad y la mezcla de géneros. Es la producción televisiva propia del cambio de milenio, la televisión de formatos y los «realities» de convivencia como Gran

Hermano, Supervivientes u Operación Triunfo. (Tous, 2009) Frente a este término, Scolari prefiere el de hipertelevisión porque desde una perspectiva semiótica la televisión expande las historias y, en el mismo movimiento, multiplica los programas narrativos (Scolari, 2008). Estas transformaciones narrativas repercuten en la interfaz de la televisión, que adopta formas visuales provenientes de las interfaces digitales, una "estética de ventana". Otro rasgo es el concepto de "tiempo real". Este hecho no solo se aprecia en el género por excelencia de la hipertelevisión, el "reality show" (Scolari 2008, Sampedro 2018), sino también en las series de ficción. Finalmente, los relatos de la hipertelevisión no se agotan en un capítulo o culminan al final de la temporada, sino que se extienden a través de los años, característica que nos reenvía a las estructuras folletinescas del sigo XIX y a buena parte de los géneros de masas del XX. Pero esta capacidad de extensión no es solo lineal sino que se da en diferentes medios y en integrar sus relatos dentro de narraciones transmediáticas (Jenkins, 2006). Esta promiscuidad mediática (Scolari 2008) se enriquece por la presencia de otras experiencias interactivas, desde el consumo de videojuegos hasta el uso del software o las interacciones con los dispositivos móviles. Es lo que se ha llamado también "migraciones digitales" no solo por la fusión de los viejos con los nuevos medios tecnológicos sino por cuanto metaforiza a los nuevos habitantes de la red, usuarios en permanente conexión, viajeros constantes del espacio digital. (Vilches, 2001)

Este rasgo está íntimamente relacionado con la importancia que concede la televisión al hecho de establecer conexión con el público, al hecho de estar emitiendo un mensaje, sobre el contenido de ese mensaje. Esta televisión potencia la función fática del lenguaje sobre las demás. Es lo que McLuhan define como "el medio es el mensaje". En un ecosistema mediático en constante tensión, donde nuevas especies comienzan a poblarlo, la televisión debe simular lo que no es: un medio interactivo. La nueva televisión será un híbrido a caballo entre la televisión convencional e internet. (Maestre, 2004) Según (Scolari, 2008) las nuevas textualidades televisivas - con sus multipantallas, relatos transmediáticos y multiplicación de los programas narrativos - serían impensables si en la última década millones de usuarios no hubieran vivido experiencias hipertextuales. Para este autor, la hipertelevisión le habla a los hiperlectores, a los videojugadores, a los televidentes formados en la navegación dentro de entornos interactivos. Sin embargo, hay que matizar que una buena parte de los usuarios/as de la televisión actual no utilizan (o apenas) otros dispositivos, más allá del móvil, como le sucede a una buena franja de

personas mayores que tienen la televisión como su principal medio de información y entretenimiento.

Creo que es fácil detectar en este nuevo tipo de televisión rasgos del neobarroco descritos arriba en cuanto a la estructura y el formato de la televisión actual: imprecisión, estética y estructura del nudo, el laberinto y el espejo, metaficción, la obra dentro de la obra, la intertextualidad, etc. Y también hay que ver en la televisión un valioso altavoz desde el que los poderosos y la ideología dominante expanden tendencias, actitudes y modos de pensamiento. Los medios generalistas, y a pesar de la oferta tan extensa de formas de comunicación y de información, siguen decidiendo sobre la agenda temática de cada momento, sobre cuáles son los temas que deben preocupar a la ciudadanía. La televisión tiene varios objetivos concretos: uno es impedir el desarrollo del conocimiento propio, sustituyéndolo por uno importado; el segundo, conseguir que los/las espectadores/as no piensen en absoluto y el tercero, modelar la identidad de cada persona creando ideales de estilos de vida (Acaso, 2016).

Por eso, sin pretender entrar en una guerra terminológica prefiero el término de "televisión neobarroca" porque creo que integra mejor todos estos elementos contextualizándola además de forma diacrónica y sincrónica en el universo semiótico de la cultura occidental del capitalismo y la (pos)modernidad. En las próximas páginas nos detenemos con más detalle en algunos aspectos de esta televisión y sobre todo en el tratamiento de las pornoviolencia, la pornomiseria y la pornografía de la muerte.

4. NADA ES LO QUE PARECE EL GRAN *TELETEATRO* DEL MUNDO O LA VIDA COMO SUEÑO (VIRTUAL)

En la televisión "we turn into our images" ("nos convertimos en nuestra imagen"), escribía Jerry Mander en *Cuatro argumentos para eliminar la televisión.* Los conocidos argumentos que proponía el autor para eliminar la caja tonta, la entonces Paleotelevisión, eran: 1. La mediación de la experiencia; 2. La colonización de la experiencia; 3. Los efectos en el ser humano; y 4. Su inherente parcialidad. Todos éstos con sus correspondientes "sub-argumentos". (1980: 216) Para Mander, lo preocupante del asunto era que la mente del ser humano no está equipada para distinguir entre imágenes naturales de aquellas que son artificialmente creadas e implantadas. Ya que en la pantalla la frontera entre lo real y la ficción ya se han disuelto. Si esto era una

amenaza en la era analógica, en la era digital y con las nuevas redes sociales es un hecho.

En las pantallas la realidad parece cambiar su naturaleza e incluso los espacios conocidos se transforman cuando se ven a través de éstas. En este sentido, la reproducción de televisiva puede entenderse como una infinita película donde lo real se confunde con lo ficticio y donde la información confunde sus signos con los de la ficción. El ser de las cosas es suplantado por su simulacro (que Baudrillard definió como una representación sin referente real, separada de este: la imagen del espejo sin nadie al otro lado) y reducido a la nulidad de una ficción: *el mundo representado como Gran Teatro.* (Subirats: 1988)

"El infernal televisor ha substituido a la realidad. Porque la televisión *es* la realidad. Todo aquello que no salga en la tele no existe." Así escribía el escritor Roger Wolfe en su ensayo-ficción *Hay una guerra,* algo en lo que se ha insistido mucho y es el hecho de que la televisión se impone sobre la realidad exterior y pública y, en muchos casos, también sobre la doméstica y privada. En efecto, el hábito de percibir el mundo exterior a través de las pantallas y la hegemonía de la televisión como transmisora de la información, han derivado en el hecho de que en las sociedades mediáticas confundamos la "hiperrealidad" con la realidad, y demos a la primera más credibilidad que a la segunda. Aunque en este punto habría que señalar que el mundo es un gran teatro mediático *sólo para aquellos que asisten a la función en calidad de espectadores*, situados ante la pequeña pantalla "como extranjeros" (Subirats: 1988). Afirmaba en este sentido Susan Sontag (2003: 170) que "las enormes fauces de la modernidad han masticado la realidad y escupido todo el revoltijo en forma de imágenes". Y este hecho, más que debilitar "nuestra capacidad de responder a nuestras experiencias con renovadas emociones y pertinencia ética", lo que ha conseguido es "*erosionar el sentido de la realidad* de los ciudadanos. *Una realidad, que existe con independencia de los intentos por atenuar su autoridad* y al margen de nuestra apreciación de ésta. (Sontag, 2003: 170)

Cualquier percepción sensorial o intelectual y cualquier (re)producción es siempre parcial, sobre todo, si se presenta descontextualizada. El problema, por tanto, no es que la televisión ofrezca un simulacro de la realidad (que, en realidad, es lo único que puede ofrecer), sino que se pretenda presentar el simulacro televisivo como *la única verdad* de las cosas o que tal espectáculo se acepte como *la realidad*. Pretender equiparar la realidad a su representación mediática es un

síntoma de la miopía de las sociedades mediatizadas, para lo cual evidentemente se han invertido generosas cantidades de energía, tiempo y dinero (mucho menores que los beneficios que obtienen a cambio). Pues como bien recuerda Guy Deborg:

> El espectáculo es el discurso ininterrumpido que el orden actual mantiene sobre sí mismo, su monólogo autoelogioso. Es el autoretrato del poder en la época de su gestión totalitaria de las condiciones de existencia. La apariencia fetichista, de pura objetividad, de las relaciones espectaculares, oculta su carácter de relación entre hombres y entre clases: una segunda naturaleza, con sus leyes fatales, parece dominar nuestro entorno. Pero el espectáculo no es el producto necesario del desarrollo técnico considerado como un desarrollo natural. Al contrario, la sociedad del espectáculo es una forma que selecciona su propio contenido técnico [...] no hay en él nada de neutral. (Deborg, 1999: 45)

5. MASOQUISMO, TERRORISMO VISUAL Y PLACEBOS VIRTUALES

La invasión del monólogo televisivo en la vida cotidiana llega a acaparar la atención del telespectador incluso en los actos más relevantes, estableciendo un diálogo mudo que más bien puede definirse como simulacro de diálogo, ya que lo ofrece es una falsa participación que, sin duda, tiene un marcado carácter masturbatorio. Como ya señalaba Umberto Eco en *Apocalípticos e Integrados*: "la presencia agresiva de rostros que nos hablan en primer plano en nuestra propia casa, crea la ilusión e una relación de cordialidad que en realidad no existe, y nuestra sensación de diálogo tiene mucho de onanístico." (Eco, 2004: 370) Las imágenes que consumimos masivamente a lo largo del día no dejan de ser "placebos virtuales". No solo en el entorno de la red. A la televisión siempre se le ha reconocido esta capacidad "terapéutica". Pero como ya sabemos, la televisión no ofrece una cura al telespectador, sino solamente un alivio temporal de sus síntomas. El telespectador puede sentirse acompañado con la televisión pero, en realidad, sigue estando solo; puede proyectar sus deseos o sus frustraciones, pero éstas seguirán ahí cuando la televisión se apague. La televisión sólo ofrece placebos al espectador, cuyos efectos psicológicos se disuelven al contacto con la realidad. La "*teleevasión"* se basa en un simulacro de comunicación compuesto por la relación espectacularizada y fragmentada establecida entre el macrodiscurso televisivo y el espectador. Como ya se ha señalado ampliamente,

mientras que, en los países altamente industrializados, las posibilidades de acceso al mundo gracias a la tecnología son cada vez mayores, contrariamente, estamos más solitarios que nunca. La película *Disconect* (Henry Alex Rubin, 2012) es un buen ejemplo de esa soledad personal en la vida real frente al exceso de conexión en la red.

Como señala María Acaso (2016) la televisión es placentera. Nos tortura y nos hiere al tiempo que nos da placer y es en esta última característica donde reside su perversión y su poder de penetración, "ya que de ninguna otra manera dejaríamos que nos engañasen". Pero esta seducción es "didáctica" y no se limita ni mucho menos a entretenernos sino que llega a configurarnos visualmente y a dar sentido a nuestras vidas a través de los intereses del otro. Esto es lo que esta autora llama "terrorismo visual", que define como "el sistema de presión organizado desde los grupos de poder con el objetivo de aterrorizar a la población a través de la imagen". (Acaso, 2016: 32) Pues si reflexionamos sobre ello la mayoría de los miedos que tenemos provienen de la hiperrealidad que nos rodea, de la cultura visual que invade nuestra cotidianidad. Y este adoctrinamiento y "educación en el miedo" (a la vida, a los otros, a lo desconocido…) se da ya desde los programas dedicados a los más pequeños. Así lo sugiere irónicamente un fragmento de la novela *Dibujos animados* de Félix Romeo:

> Correcaminos era una nube de polvo que se quedaba quieta, decía "mic, mic" y sonreía estúpidamente mientras el silbido del tren anunciaba que pronto Coyote iba a ser atropellado. Ahí estaba la vida. Una cuestión de velocidad. Uno podía estar hora y horas esperando que Coyote continuara con un plan y Correcaminos sufriera un descalabro. Uno sabe después que así es la vida. Cuestión de velocidad más que de talento o de fe. (53)

En el texto de Félix Romeo se metaforiza la vida como una carrera, como una lucha a muerte. Rapidez y competitividad: dos de los ingredientes fundamentales para tener éxito en las sociedades capitalistas. Este ejemplo remite a las duras críticas que hicieran Adorno y Horckheimer (1944) sobre los dibujos animados, y la industria del entretenimiento estadounidense en general, en la que veían su carácter enmascaradamente adoctrinador al servicio de los intereses de los señores del capitalismo. Su tesis es que estos productos extienden el mito del éxito como algo destinado a unos pocos; de este modo se va formando una confirmación perversa de las estructuras de poder. Aquellos que manejan la industria cultural estandarizan y reproducen una determinada visión de la realidad que es ofrecida a

la "masa" a la que se pretende disciplinar por medio de una violencia que ésta recibirá de forma divertida pero que es una metáfora de la violencia propia del sistema, de un mundo dividido entre ganadores y perdedores:

> Si los dibujos animados tienen otro efecto fuera del de acostumbrar los sentidos al nuevo ritmo, es el de martillar en todos los cerebros la antigua verdad de que el maltrato continuo, el quebrantamiento de toda resistencia individual, es la condición de vida de esta sociedad. El Pato Donald en los dibujos animados, como los desdichados en la realidad, recibe sus puntapiés a fin de que los telespectadores se habitúen a los suyos. (167)

6. EL *TELESPERPENTO Y EL TERRORISMO VISUAL: LA TELEVISIÓN (IM)POPULAR*

A estas alturas ya sabemos que todo se vende por televisión, en especial si hay imágenes impactantes que ilustren los contenidos, bien sea en los informativos, en espacios dedicados exclusivamente a la realidad cotidiana de la gente o a los sucesos más crueles acaecidos entre nosotros, presentados en su máximo nivel de tremendismo y sensacionalismo. Operaciones quirúrgicas, partos, entierros, bodas, actuaciones de la policía, de los bomberos…, todo el mundo parece volverse loco por abandonar -aunque sea durante los 15 minutos que decía Andy Warhhol- su vulgar butaca de espectador y subirse al escenario del *Gran Teleteatro*. La televisión neobarroca es un *open podium* (guionizado, eso sí) para la *ordinary people*, porque todo es interesante si se vende bien.

Con el auge de las cadenas privadas y las plataformas digitales los diferentes canales de televisión tienen que competir para "cazar" el mayor número de audiencia, y en esta guerra de cifras parece no importar la naturaleza de lo que se ofrece al público, siempre que sea consumido por éste. Como señala Roman Gubern (2000) se trata de la estrategia de "competir por abajo". El sensacionalismo tiende a imponerse para alimentar la "bulimia de sensaciones" de la audiencia televisiva.

Los programas que ofrecen el mejor ejemplo de cómo todo puede convertirse en espectáculo televisivo son los de la llamada *telerrealidad*. Esta forma de hacer televisión pretende acercar al espectador a la "vida", a la calle, en la que todos somos protagonistas, porque todos podemos tener algo interesante, divertido o tremendo que contar. La

televisión de los últimos años se concentra más que nunca en los telespectadores y de ahí el auge de los programas con participación ciudadana: concursos, *talk shows*, *reality shows*, etc. (Lacalle, 2001) Desde la Neotelevisión, la pantalla se abre y se acerca al público, se ofrece como el espacio idóneo para éste y se convierte en la extensión del dormitorio, del salón de casa o del patio de vecinos (Franzen, 2002). Este hecho se presenta como el cenit de la democratización y participación de los ciudadanos y ciudadanas en la vida pública, gracias a la pequeña pantalla. *Cita con la vida* y *De tú a tú* se llamaban dos de los programas presentados por la reina de la telerealidad *made in Spain* en los años noventa. Ambos títulos apelan amistosamente al televidente, se cuelan con plena confianza en su hogar y le proponen el tuteo recíproco.

Me parece muy apropiado bautizar a este género como *telesperpento*. El *telesperpento* merece este apelativo porque lo que enseña no es una realidad múltiple con todos sus aspectos buenos y malos, y en la que también existe la belleza, el arte y la cultura, el saber, etc., sino una realidad esperpéntica deformada en la televisión (como una "versión cutre" del género cultivado por Valle Inclán). Es la realidad *telesperpentizada*. Un ejemplo extremo de *telesperpento* es el que ocupa el cuento de Juan Bonilla, *La ruleta rusa*[3], que recrea un concurso de televisión en el que se gana dinero venciendo en este "juego". El narrador, un adicto seguidor del programa como el resto de los ciudadanos, describe cómo se van eliminando –literalmente- un concursante tras otro hasta quedar un vencedor: que en esta historia se llama Isabelo y se ha convertido en héroe nacional. El sarcasmo de crear un programa en el que los concursantes se suicidan en directo en su intento por ganar dinero y fama es una esperpéntica deformación de lo que son capaces estos programas por causar sensación en una audiencia hastiada y saturada de todo y que, según nos hacen creer, necesita sensaciones cada vez más fuertes para seguir fiel a la oferta televisiva. *La ruleta rusa,* como muchos realities y concursos de televisión, hace pensar en los espectáculos celebrados en un circo romano.

La telerrealidad, con todas sus modalidades, constituye un género televisivo que podría identificarse perfectamente con estos dos estilos literarios: esperpento y tremendismo. Pero en esta identificación cabe señalar, al menos, una diferencia: mientras en la literatura queda evidente la intención paródica o deformadora de aspectos de la realidad como forma de reflexión o crítica, en la televisión la esta deformación se presenta como la auténtica realidad. La mentira ofre-

3 . De su libro La noche del Skylab. 2003. Barcelona, Seix Barral.

cida como verdad envuelta en sensacionalismo y morbo a un público dispuesto a creerla o, al menos, a regodearse en ella. Como señala Lorenzo Díaz (1999):

> "La televisión oculta la realidad de los estratos populares y de alguna forma esta televisión con la realidad que describe en su programación es una televisión antidemocrática. ¿Por qué? Porque crea la inseguridad y el miedo en los ciudadanos y les induce a actuar de una forma egoísta y porque la sociedad que refleja no es la real. ¿Qué ciudadano se está creando con esa televisión? Un ciudadano que tiene miedo a la libertad es un ciudadano que no participa en nada. ¿En qué participa? En un concurso o en un *talk show* para contar sus miserias." (91)

Pero el telesperpento, no se agota sólo en los *realities*, casi toda la programación de la televisión barroca lo es, desde la publicidad a los telediarios, pasando por los magazines, talkshows o debates políticos aparentemente serios. La televisión neobarroca (junto a otras formas de comunicación masiva como el cine comercial) constituye el espacio idóneo para "aterrorizar a la población", para difundir discursos fundamentados en el miedo. María Acaso (2016) nombra una serie de "terrores visuales" difundidos entre la población a través de la cultura audiovisual, y los clasifica en tres grupos: los terrores del cuerpo (terror a ser viejo/a, a estar gordo/a, a los genitales pequeños o estar enfermo/a); los terrores de clase (a no ir de marca, no tener una casa como en las revistas, no poder ir de vacaciones, no ver la película o la serie de moda o no estar tecnológicamente adaptado/a, no estar localizable o informado…) y los terrores culturales (no ser blanco, ser mujer, ser homosexual, no ser occidental, terror al "Tercer Mundo" o a ser inmigrante, no ser pro-EEUU, no ser monárquico o terror a ser musulmán/a). Y este terror se difunde entre la audiencia a través de las metanarrativas que utilizan entre otros tres instrumentos básicos: la mentira visual (falsedades emitidas a través de las imágenes), el asesinato visual (hacer desaparecer un hecho a través de la ausencia o desaparición de imágenes que lo certifiquen, en un contexto, claro está, en que necesitamos la imagen para creer que algo ha sucedido) y el atentado visual (crear un terror muy concreto a través de imágenes, lo que la autora llama "bombas icónicas") (Acaso 2016: 48-50 y 62)

El sistema imperante nos aterroriza a través de la publicidad y los medios para ofrecernos las soluciones o bien en forma de soluciones políticas o bien en forma de todo tipo de productos disponibles en el mercado. También a través de los programas televisivos que nos pro-

meten cambiar de vida (desde adelgazar, encontrar pareja o hacernos ricos/as y famosos/as) y de las redes "comerciales", que no sociales (como prefiere llamarlas Sampedro). Se trata de que la gente tenga miedo y consuma.

7. EL TELESPECTADOR TELEVISADO. MITOS, HÉROES Y PÍCAROS MEDIÁTICOS

Las referencias, latentes o manifiestas, a la mitología y los héroes clásicos son una constante en la cultura neobarroca, desde el cine, el cómic, los videojuegos, la televisión o la publicidad. El mito es narrativamente muy rentable puesto que conecta bien con la cultura y el imaginario colectivo. Así muchas marcas y anuncios publicitarios están plagadas de referencias a la mitología clásica bien explícitas o en forma de "mitemas" herederos de los relatos míticos (Freire, 2014). Autores como Eco en su análisis del mito de *Superman* dentro de *Apocalípticos en integrados*, Morín en *El espíritu del tiempo* o Barthes en Mitologías hablan de la dimensión mitológica de la actual cultura de masas pero coinciden en señalar la pérdida de su carácter sagrado, para adoptar lo que Eco llama una "universalidad estética". El personaje "debe ser un arquetipo, la suma y compendio de determinadas aspiraciones colectivas, y por tanto debe inmovilizarse en una fijeza emblemática que lo haga fácilmente irreconocible". Para Barthes la función principal del mito es la transformación de lo "contingente en eterno, de lo histórico en natural." Los mitos funcionan no solo por ser operaciones alienantes creadas por la industria del espectáculo sino porque responde a una demanda social.

La televisión neobarroca ha creado sus propios mitos y héroes mediáticos, y crea también las aspiraciones colectivas que habrán de portar esos mitos. Los héroes mediáticos han nacido en y para la televisión y sus gestas no van más allá del propio medio y no tendrían ninguna trascendencia si no fuera por la televisión. Los mitos actuales no cargan con una historia como los antiguos, sino que, apoyados y concentrados en la *inmediatez* de sus actos y del recibimiento de los mismo por parte de las audiencias. Los actuales "héroes y heroínas mediáticas" son inmediatos y efímeros, y saben, o no, con qué facilidad puede ascender y descender de su *status* heroico: basta que dejen de cumplir con las expectativas del público, o de los intereses de los programadores, para ser desterrados al olvido por los dioses del Olimpo televisivo. Y una de sus características es que surge directamente del "público masa". Es el villano o la villana convertido/a en héroe por obra y gracia de la televisión

o ahora de Internet. Un héroe vulgar, cuya única misión es salvarse a sí mismo a través de la inmortalización que de su imagen haga la cámara. Son los héroes de la telerrealidad y los programas del corazón. Se trata, desde mi punto de vista, del triunfo de la figura del pícaro de la literatura del Siglo de Oro en versión mediática. Estos pícaros mediáticos son personajes que se regocijan en su no ser nada excepto una invención mediática a partir de alguna característica (ganadores de realities televisivos, ser familia de…) o de alguna situación delictiva, astutamente explotada por los programadores televisivos y proclamada y cacareada sin ningún pudor por los propios protagonistas. se hacen famosos por sus desgracias, sus hazañas amorosas, genéticas o hasta delictivas. Un ejemplo escandaloso es el tratamiento mediático de la violencia de género, y en concreto el caso de la "manada de Pamplona". Si la famosa "manada" no ha sido invitada a los *talkshows* en televisión para "vender" su su versión de su hazaña, ha sido por la presión social, sobre todo desde el feminismo, sin embargo, su voz y sus argumentos sí que han tenido cabida constantemente a través de su portavoz y abogado, algo que no ha sucedido con su víctima. La voz pública en los medios se les ha concedido a ellos. Esto demuestra muy bien el sesgo machista y hasta misógino de la televisión neobarroca y de la cultura neoliberal en general (como lo demuestran otros géneros promocionados por esta, tales como el reggaeton).

En el reino de la telebasura, los héroes son, por tanto, aquellos cuya propia mediocridad o su circunstancia del momento pueda ser explotada, y ante los cuales el espectador pueda volcar la suya propia. No es un héroe al que proyectarse, sino ante el que poder vaciarse. Es un "héroe o heroína vertedero" que, además, invita a los espectadores/as a pensar que ellos y ellas también pueden alcanzar la gloria de la fama en algún momento, sin necesidad de hacer ninguna proeza intelectual o social. Y he aquí, posiblemente, la clave de su éxito. Un claro ejemplo de esto es todo el elenco de personajes que nos regala Telecinco, a la mayoría de los cuales no se les conoce oficio más allá de esta cadena (como la mayoría de los colaboradores/as de programas como *Sálvame*).

Por eso, además del *talk show* el formato estrella de la televisión neobarroca es el *reality show*, que además es la extensión espectacularizada de la precariedad y la explotación laboral (Sampedro, 2016) pero que explota muy bien el narcisismo de la audiencia y los participantes y su deseo de fama "a toda costa". Es también el ejemplo perfecto de melodrama, como género para conectar con la audiencia a través de emociones básicas y contrapuestas, por encima del pensamiento crítico. Es, por tanto, muy comprensible que la televisión promocione este tipo de heroicidades – y potencie este tipo de programas – ya

que la materia prima de la que está formada es barata e inagotable. Nos vendemos a la McTele (Sampedro, 2018) y a las redes sociales, y ambos espacios ocultan que "su objetivo es construirnos una identidad que da dinero, mucho más a sus dueños que a nosotros. Quieren que la construyamos de forma voluntaria, movidos por nuestro afán de reconocimiento y narcisismo. Agradecidos por los servicios gratuitos que nos regalan. Inconscientes de lo que perdemos por el camino". (Sampedro 2018, 30)

Por tanto, esta aparente democratización de la Neotelevisión no es sino una farsa, pues "la MacTele y las redes reproducen las desigualdades de clase. A pesar de su disfraz populista, el espectáculo digital encumbra las clases altas y denigra a las populares. Proyecta prototipos masculinos sobre los femeninos". (Sampedro, 2018: 111). Umberto Eco también hablaba de las dosis de sadismo de la Neotelevisión, provocando el masoquismo del espectador, hasta llegar a la ridiculización. "La McTele seduce a las clases populares pero las expone a interpretaciones banales, las vende a la mirada ajena. Los televidentes no se implican con el más desvalido o fracasado" (Sampedro, 2018: 113) La televisión neobarroca no es la televisión de las clases populares. Tiene hacia estas una función muy similar a la de los espectáculos surgidos en el barroco y utilizados en ese proceso de enculturación y adoctrinamiento que reprime los universos particulares a cambio de proponer productos homogéneos y alienantes de los que el público participa como espectador dirigido y no como parte activa.

Estos formatos (de Gran Hermano a Operación Triunfo) "ejemplifican una complicada brecha en las ideologías contemporáneas de la televisión, que se observa desde el liberal énfasis en lo personal […] hasta una vigilancia agresiva del individuo y la participación de la audiencia en un proceso de estigmatización, competición y riesgo." (Bignell 203. La traducción es mía).

8. THE ULTIMATE WORKS OF ARTS: LA IMAGEN PORNOGRÁFICA Y LA PASIÓN POR LO REAL.

> Bien, lo ocurrido es, por supuesto —deben entender correctamente esto— la mayor obra de arte de todos los tiempos. Lo que han realizado con un acto único es algo con lo que en música nunca podremos soñar. Esa gente practicó durante diez años dura y fanáticamente para un concierto. Y después murieron. Y eso es la mayor obra de arte que existe en todo el cosmos. [...] Yo no puedo realizar eso.

> Comparado con eso, no somos nada como compositores [...] Esto es un crimen, por supuesto, porque la gente no lo había acordado. Ellos no venían a este concierto. Esto es obvio. Y nadie les había dicho: "tú puedes ser asesinado en el proceso".

Estas polémicas palabras fueron pronunciadas por el músico Stokhausen tras los atentados del 11S y son "homenajeadas" por Charlie Broker, el creador del Black Mirrow, en el capítulo *The national Athem*. En él un artista -del que durante todo el capítulo se incita a creer que es un terrorista- monta lo que al final del capítulo parece sugerirse como una especie de happening, tal vez "*the ultimate work of art*" del siglo XXI. En esta acción el artista obliga al presidente del gobierno a tener sexo con una cerda, mientras se proyecta en todas las televisiones, bajo amenaza de matar a la princesa más popular de la nación gracias a su éxito en las redes sociales. Aquí se combinan tv, internet y muchos de los síntomas y características de las sociedades actuales frente a las pantallas (adicción, atracción morbosa al sexo y la violencia, atracción a "lo real" que significa el presidente manteniendo sexo con un animal, la viralidad de ciertos contenidos…) Al presidente, presionado por su equipo de consejeros, no le queda otro remedio que aceptar las condiciones pues lo que está en juego no es tanto la vida de la princesa sino su imagen y la del gobierno en un entorno en el que la política se desarrolla en buena medida en las pantallas: la imagen en la era de la videopolítica. El público aguanta estoicamente las tres horas que dura la acción agotando al máximo su capacidad de morbo y demostrando una avidez extrema hacia "lo real".

Con su serie de distopías Black Mirrow alegoriza a la perfección los síntomas enfermizos de una sociedad que, en todas sus facetas privadas y públicas depende cada vez más de su imagen de sí misma. Una sociedad que se ha vuelto simulacro de sí misma que no tiene referente real. Una sociedad simulacro.

Junto a la pornografía del sexo, hay otras pornografías que son ingredientes claves de nuestra dieta mediática: la pornografía de la miseria, de la violencia y de la muerte (Navarro 2013). Para un entorno de espectadores cada vez más "apasionados por lo real", las imágenes no son suficientes para darle carga de naturaleza a los hechos, deben ser imágenes "de impacto" de modo que puedan grabarse de algún modo en nuestra cada vez más elástica capacidad de admitir imágenes de horror. Nuestras culturas, seducidas por la publicidad, la moda y el culto al cuerpo, parecen tentadas e inducidas a negar la existencia de la vejez, la enfermedad y la muerte. Por tanto, cualquier recordatorio de lo contrario es experimentado como perturbador,

morboso y pornográfico, y como un ataque frontal al "mundo de fantasía" que estamos creando. Consecuentemente, mirar imágenes de la muerte se ha convertido en un "acto de voyeurismo", lo que revela una paradoja: mientras que la muerte natural se ha vuelto "inmencionable" o tabú, los medios y la cultura de masas llenan nuestras vidas de imágenes de toda suerte de muertes violentas.

Escribía Susan Sontag (2003: 35) en *Ante el dolor de los demás*, que "ser espectador de calamidades que ocurren en otros lugares se ha vuelto un rasgo intrínseco de la modernidad". En los últimos años con la terrible crisis migratoria que estamos sufriendo, las imágenes de la guerra conviven con las de la imágenes de las personas que están perdiendo la vida en el mar Mediterráneo (e incluso hasta podríamos afirmar que han sido algo desplazadas por estas. Las parrillas televisivas son así de caprichosas y saben que no se puede saturar a la gente demasiado tiempo con lo mismo).

Consecuentemente, esto nos lleva a considerar que la representación de la violencia desde la iconografía religiosa hasta las imágenes de guerra en las noticias de televisión, siempre esconde una intención ideológica (Navarro, 2013). Como han apuntado muchos autores, el espectáculo de la guerra, la violencia y la muerte, está profundamente relacionado con una política del miedo y la amenaza que, sobre todo desde el 11-S, se ha puesto en marcha en las sociedades occidentales, alimentado por los discursos políticos y apoyado por los medios y la cultura de masas. De modo que el miedo a la muerte y el miedo a un "otro desconocido" caminan junto al simulacro de libertad -de movimiento, de expresión y de elección de todo aquello que nos ofrece la sociedad moderna- (Dewilde, 2005).

¿Dónde están los límites? Con la excusa de "concienciar" asistimos a toda suerte de imágenes violentas en televisión e Internet. Pero ¿concienciar a quién, para qué? ¿Realmente cambian estas imágenes el destino de sus víctimas? Mi opinión es que apenas lo hacen. La guerra de Siria, como lo hizo la de Irak, nos está dejando una serie de imágenes que entrarían dentro de las definiciones que estamos dando y cuya difusión, a mi modo de ver tiene mucho que ver con esa "pasión por lo real". En torno a la difusión de fotografías de horror, guerra desastres, violencia..., las opiniones suelen estar polarizadas. Por un lado, entre quienes sostienen que es necesario ver para saber qué está pasando en el mundo; por otro, quienes pensamos que es necesario saber, pero siempre teniendo en cuenta la pregunta de: ¿tenemos derecho a mirar de esta manera el sufrimiento del otro, o algo tan íntimo como la muerte del otro¿ ¿Quién o qué nos concede ese derecho?

> Nuestra imagen y el derecho sobre ella, algo tan protegido para los residentes de la Europa de la individualidad, la privacidad y la intimidad, pero tan poco respetado para los 'otros' que llegan en patera. Supervivientes de tragedia, menores de edad, víctimas de trata…, personas que quedan sobreexpuestas sin poder reclamar derechos ante el 'salvador' que los enfoca violentamente. Todo da un giro aún más macabro cuando resultan personas fallecidas, cuerpos flotantes desposeídos de toda humanidad filmados desde múltiples ángulos y cuyas imágenes son distribuidas en masa para continuar ese ejercicio de "sensibilización". […] Nadie debería pedir fotografías de niños ahogados para asegurarse de lo asesinas que son las políticas europeas en el Mediterráneo. Pero se hace, se reclaman esas imágenes porque, en un ejercicio de perversión egoísta, hay quienes instrumentalizan el cuerpo del 'otro' pretendiendo curarse su racismo endémico. Doblemente racista.[4]

Estas palabras plantean un largo debate en torno a la fotografía de guerra y otros desastres humanos, existente ya con el fotoperiodismo y cuyo alcances se ha disparado ahora con la red, donde cualquiera puede fotografiar y difundir contenido de cualquier índole. Y no sólo en las redes sociales, muchas de las imágenes difundidas en los telediarios, por ejemplo, vienen de fuentes "domésticas". Ni siquiera se necesita tener ya un corresponsal. Las imágenes circulan a "tiempo casi real" y cualquiera puede disponer de ellas. El debate se basa, por un lado, en que es necesario saber qué está pasando en el mundo, y la fotografía ayuda a conocer (es la función del fotoperiodismo) y por otro, la cuestión ética de, primero, dónde está el derecho a interrumpir momentos íntimos del ser humano, como la expresión del dolor o la muerte, y segundo, si nosotros como espectadores tenemos derecho a ver esas imágenes. La reflexión debe ir también sobre el tipo de imágenes son las que nos "incitan" a ver ("nos obligan", en realidad, cuando forman parte de la parrilla televisiva), y qué tipo de personas aparecen en ellas y de qué modo.

Un análisis a la imaginería de los informativos nos da las respuestas, y se podría hacer casi una clasificación por grupos sociales: migrantes, mujeres, niñas y niños de países en vías de desarrollo, indigentes, personas racializadas... Es raro encontrar a personas occidentales, de clase media alta, y a hombres blancos protagonizando este tipo de

4. Siham Jessica Korriche, Ernesto G. Maleno. Tiempos en los que consumir muerte como espectáculo. El Salto, 2018-07-18. Disponible en: https://www.elsaltodiario.com/migracion/tiempos-en-los-que-consumir-muerte-como-espectaculo. (Consultado el 15-09-2018)

imágenes, a no ser que sean peleas de hinchas de fútbol y poco más. Los programadores de la televisión y otros medios, los "terroristas visuales", seleccionan muy bien el "tipo de gente" que quieren que asociemos a la miseria, a la violencia y la conflictividad. Las imágenes de muerte que vemos casi siempre también son de los pobres, sobre todo de las personas más vulnerables de países empobrecidos. Conviene volver a recordar que no existe ni una sola imagen que muestre a los muertos de los atentados del 11-S, más allá de la de ejecutivos saltando por las ventanas de las torres antes de que estas se desplomaran. Por tanto, los medios seleccionan muy bien qué y a quién tenemos que ver y en qué circunstancias.

Es ahí dónde está la clave por la que la muerte y la violencia a los otros nos resulta fascinante, por la lejanía? Son "otros", de "otra" cultura, del "otro" lado de la tierra. No es que no se sienta compasión, pero el nivel de compromiso con el dolor ajeno es mucho más bajo porque es más lejano, menos pegado a nuestra subjetividad social. Y por esto los medios publican las fotos sin censura (a los niños y las niñas pobres no se les pixela la cara).

Esta representación pornográfica de los demás tiene además unas características recurrentes: los fotografiados son pobres y racializados, y si son blancos suelen ser sectores más vulnerables de la sociedad (mendigos, niños y niñas, adolescentes y mujeres); son despersonalizados y frecuentemente deshumanizados, de la mayoría no se dan sus nombres y se presentan "en masa", ya que ante todo son: "refugiados sirios", "migrantes subsaharianos", "víctima de violencia machista", etc. Es decir, la etiqueta constituye el principal rasgo de identidad de estas personas que dejan de ser quien son para convertirse en "otros/otras" en general, o en "uno o una más" de la categoría en la que son incluidas por los titulares de los medios de comunicación. Una vez deshumanizados, por tanto, es difícil establecer empatía con estas personas y sus situaciones.

9. Y LA HISTORIA CONTINÚA…

Como decía al principio, un análisis más o menos atento a la cultura del actual, en especial la cultura creada para "las masas", nos enseña que la memoria barroca no se ha desintegrado, ya que su repertorio de símbolos, esquemas narrativos y formaciones semióticas, que articulan las nociones de riesgo y crisis, atraviesan la diacronía cultural para formar las capas y pliegues digitales de la cultura neo-

liberal. (Colón Zayas, 2013). En este contexto, la televisión se revela como un espacio fundamental donde reconocer estos rasgos neobarrocos, tanto en su carácter estético y de contenido como estrategia cultural de neocapitalismo.

La única forma de resistencia, es una Educación mediática que ofrezca a las y los usuarias/os de los distintos medios herramientas para poder, en primer lugar, discriminar los contenidos que nos ofrecen y en segundo lugar, ejercer un pensamiento crítico frente a estos. Esta educación mediática debe integrar además una perspectiva de género (Navarro, 2016) y desde los derechos humanos, que permita apreciar los distintos roles y representaciones que se da de las personas en las pantallas según el género, la identidad sexual, la clase socioeconómica, la etnia o el país de origen.

REFERENCIAS

Adorno, T. y Horkheimer, M., (1944), ed. 1987. *Dialéctica del Iluminismo*, Buenos Aires,

Editorial Sudamericana.

Baudrillard, J., (1978). *Cultura y simulacro*. Barcelona, Kairós.

Bignell, J., 2004. *An introduction to Television Studies*. Londres-Nueva York, Routledge.

Bonilla, J., 2003. *La noche del Skylab*. Barcelona, Seix Barral.

Carlón, M. (2006): *De lo cinematográfico a lo televisivo*. Buenos Aires: La Crujía.

Colón Zayas, E. (2013) *Matrices culturales del Neoliberalismo: una odisea barroca*, 2013.

De Lara, A., Rodríguez, R., Sánchez, C., (2013) El medio en el mensaje: La autorreferencia en la televisión generalista. *Pensar la Publicidad.* Vol. 7 -- Num.1 - (2013) 25-46 .

Díaz, Lorenzo, 1999*. Informe sobre la televisión en España (1988-1998), Barcelona,* Ediciones B.

Eco, U., (1965) (ed. 2004). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona, Lumen.

Eco, U. (1983). La estrategia de la ilusión. Barcelona, Lumen (1999)

Franzen, J,(2002). *How to be alone.* Nueva York, Farrar, Straus & Giroux.

García Jiménez, J., (2003). *Narrativa audiovisual*. Madrid, Cátedra.

González Requena, J., (1999). *El discurso televisivo*. Madrid, Cátedra.

Gubern, R. (2000). *El eros electrónico*. Madrid: Taurus.

Imbert, G. (2007): «Violencias simbólicas y juegos con los límites en la postelevisión», en Fernández Villanueva, C. y Revilla, J.C. (coords.), *Violencia en los medios de comu- nicación. Políticas sociales en Europa*, 21, 35-50.

Lacalle, R. (2001): *El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.

Malagón, M., Fotografías de la muerte. Question. Vol. 1, Núm. 17 (2008)

Mander, J. (1980). *Four arguments for the elimination of television*. Brighton, The Harvester Press Limited.

Missika, J.L. (2006) La fin de la télévision. Paris, Éd. Le Seuil

Navarro Martínez, E. (2016). *La educación mediática con perspectiva de género*. En Oller Alonso, Martín y Tornay Márquez, Mª Cruz Comunicación, Periodismo y Género. Una mirada desde Iberoamérica. Sevilla: Ediciones Egregius.

-(2013) *Ante la imagen de los demás: pornografía de la muerte y producción cultural en el contexto digital. Teknokultura (Revista digital internacional de comunicación).* Vol 10. Nº3

Olson Scott, R. (1987): «Meta-television: Popular Postmodernism», *Critical Studies in Mass Communication*, 4, 284-300.

Calabresse, O. (1987). *La era neobarroca*, Madrid, Cátedra.

Romeo, F. (2000). *Dibujos animados*. Barcelona, Anagrama.

Sampedro, V. (2018). Dietética digital. Para adelgazar al Gran Hermano. Barcelona: Icaria.

Scolari, C. (2008) Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva

configuración del dispositivo televisivo. Diálogos de la comunicación, N°77, Julio-diciembre 2008.

Sontang, S. (2003). *Ante el dolor de los demás*. Barcelona, Círculo de Lectores.

Tous, A. (2009) Paleotelevisión, neotelevisión y metatelevisión en las series dramáticas estadounidenses Comunicar, no 33, v. XVII, 2009, Revista Científica de Educomunicación; ISSN: 1134-3478; páginas 175-183

Vilches, L. (2002). *La migración digital*. Barcelona, Gedisa.

Wolfe, R. (1997). *Hay una guerra*, Madrid, Huerga y Fierro

LO ESTAMOS HACIENDO MAL: SOBRE LA INTENSIDAD Y LO EMOCIONAL

JAVIER IÁÑEZ PICAZO
Universidad de Granada| javierianez@gmail.com

Recibido: 21.11.19 | Aceptado: 4.12.19

Resumen

¿Tenemos demasiado interiorizado el imperativo de que el arte tiene que ser profundo e intenso? En una sociedad contemporánea donde parece no haber cabida para otras reflexiones más superficiales y donde la estética fría y neutra parece estar íntimamente relacionada con la condición de producto y mercado, planteo una breve reflexión que invita a considerar las nociones de «profundidad» e «intensidad» como categorías pobres que caen en patrones ampliamente repetidos y explotados en el arte contemporáneo (convirtiendo dicha categorización en un lugar común). Así, se plantean visiones alternativas de estos conceptos, e incluso un rotundo rechazo de los mismos, a través de diferentes artistas y sus planteamientos como el silencio de Nasreen Mohamedi, la perversidad de Jeff Koons o la neutralidad de Roni Horn. .

Palabras clave

Intensidad | emotividad | profundidad | superficialidad | arte contemporáneo.

Abstract

Do we have too much internalized the imperative that art has to be deep and intense? We live in a contemporary society where there's no place for other more superficial reflections and where cold and neutral aesthetic seems to be intimately related to the condition of product and market. In this essay, I propose a brief reflection that invites the reader to consider the notions of "depth" and "intensity as poor categories that are widely repeated and exploited patterns in contemporary art (making such categorization a cliché). In this way, I propose alternative views of these concepts, that are even severely rejected, through different artists and their approaches such as the silence of Nasreen Mohamedi's work, the perversity of Jeff Koons' work or the neutral vision of Roni Horn's work.

Keywords

Intensity | emotion | depth | superficiality | contemporary art.

Me encuentro sentado en el cine viendo Joker (2019), la última película dirigida por Todd Phillips y protagonizada por Joaquin Phoenix, ganadora del León de Oro a Mejor Película en el Festival de Cine de Venecia, y celebrada a nivel mundial –tanto por público como crítica– como una de las mejores películas de la última década, aunque se estrenó hace tan sólo un par de semanas. Llegamos a una secuencia crucial de la película en la que nuestro protagonista mata descontroladamente a tres jóvenes trabajadores de la multimillonaria compañía Wayne que se estaban dedicando a acosarle durante un trayecto nocturno en metro. El infeliz payaso se baja del metro, corre a encerrarse en un mugriento baño de un aparcamiento y, con el cuerpo aún temblando, comienza a bailar lentamente mientras se mira en el espejo; todo ha cambiado y ya no hay vuelta atrás. Me encuentro sin aliento pegado a mi butaca mientras se desarrolla esta maravillosa secuencia hasta que, justo en el punto culmen en el que rompe a bailar temblorosamente, desconecto y mi angustia desaparece; una música comienza a sonar, una música que hace que la escena se vuelva artificial. Y ocurre varias veces a lo largo del largometraje, y ocurre muy frecuentemente en el cine contemporáneo. Las secuencias de gran carga emocional se edulcoran, se intentan intensificar con elementos artísticos (banda sonora constante, fotografía preciosista, etc.) que resultan completamente innecesarios.

¿Por qué esta tendencia cultural a complementar lo profundo con tantos recursos estéticos añadidos para que deje de ser profundo? ¿Por qué cada vez hay más películas plagadas de efectos especiales, de música constante, de fotografía fríamente manipulada? ¿Por qué no permiten que la violencia sea violencia, que los silencios sean silencios y que la pena sea pena? Cuando el espectador es consciente de esto es frecuente caer en el recuerdo de que estamos viendo un espectáculo, donde las emociones se teatralizan hasta el extremo sin dejar que fluyan por sí solas: estos recursos nos obligan tanto a que sintamos la emoción que buscan producir que nada resulta natural y nos mostramos impasibles.

Hay una imperante actitud de referirse a lo intenso de una forma tan estetizada que deja de resultarnos intenso. La filmografía del cineasta austríaco Michael Haneke está repleta de momentos tensos y agresivos que dejan al espectador sin habla porque no hay música, no hay violencia maquillada, no hay elementos innecesarios; la profundidad emocional de sus películas se manifiesta de una forma tan cruda y real que asusta, nos involucra aunque no queramos. Al imaginar por un momento las escenas más intensas de su película Funny Games (1997) con banda sonora es evidente que perderían

Funny Games (1997) Dirigida por Michael Haneke y producida por Wega-Film.

por completo toda su carga angustiosa y corrosiva. Cuando uno ve a los personajes de las películas de Haneke sufrir, sufre con ellos, y durante esta intensa experiencia empática sólo puede escucharse la respiración de los personajes y la del propio espectador, porque no hacen falta más elementos. Esto no significa que Haneke no haga uso de bandas sonoras en algunos de sus filmes. De hecho, la música tiene una importante carga tanto formal como conceptual en películas como La pianista (2001) o Amor (2012). De todas formas, la música –música clásica en la gran mayoría de los casos– se usa de forma verdaderamente cruda; si escuchamos una sonata para piano de Schubert es porque alguien en la escena está tocándola con el piano, o si empieza a sonar de fondo una fuga de Bach es porque alguien ha puesto un CD en reproducción. La música en el cine de Haneke no es un añadido o un elemento sentimental adicional, sino un elemento más de esa realidad cinematográfica, de esa fría cotidianeidad que es un cruel espejo de nuestra vida real, un recordatorio de que las bandas sonoras de nuestras vidas son, literalmente, así.

Incluso cuando en sus películas se muestra una presencia musical mayor, Haneke nos recuerda constantemente que es un maestro a la hora de usar el silencio para crear tensión emocional.

Si la escena del baile de la película anteriormente mencionada, Joker, hubiese sido en silencio –únicamente escuchando los torpes pasos del payaso y mi propia respiración acelerada– la experiencia habría sido mucho más intensa.

Es necesario aclarar que en ningún momento estoy afirmando que el cine con menos recursos estéticos sea mejor, sino que el mal uso de estos elementos consigue un impacto emocional menor en los espectadores. Evidentemente, el buen uso del sonido y la imagen pueden conseguir resultados extraordinarios. Si revisamos la filmografía de Stanley Kubrick comprobaremos su obsesión por el uso constante de una fotografía matemáticamente calculada y una música cuidadosamente seleccionada, lo cual no excluye a sus cintas de ser auténticas obras maestras. En La naranja mecánica (1971), por ejemplo, las recurrentes escenas violentas se ven acompañadas de música clásica. El resultado es una potente perversión de la cultura, desde sus estratos más bajos hasta sus manifestaciones más elevadas, creando un satírico resultado final donde la violencia queda hiperestetizada. Nos sorprende la visionaria combinación de Kubrick de acompañar escenas de violencia gratuita con música clásica porque funciona, porque las grandes atrocidades del hombre pueden verse embellecidas por complejas composiciones.

Y el mismo problema que tiene lugar en el cine reciente se manifiesta igualmente en otras disciplinas actuales occidentales, incluyendo la que aquí nos incumbe, que es el arte contemporáneo. Lejos de tratarse de un problema reciente, es en realidad un desarrollo que ha ido avanzando a lo largo de los siglos desde el Romanticismo, donde podría decirse que se forja la asociación definitiva entre arte y sentimientos. El verdadero problema no es la visión trascendental actual del arte –en el que es imperativo que sea profundo, que sea intenso y nazca de emociones verdaderas– sino que la concepción de aquello que es profundo y aquello que es intenso se convierte en una convención social que aceptamos sin llegar a pensarla seriamente; no hay preocupación por encontrar la profundidad o la carga emocional de nuevos elementos, nos basta con seguir consumiendo las mismas temáticas establecidas, que además se materializan casi siempre de la misma forma.

Esta construcción cultural de lo que es profundo tiende a enmascarar obras artísticas sin originalidad alguna, donde se cae en lugares comunes intensos como la identidad, el sufrimiento, el género, la angustia existencial, etc., todos con un resultado final plástico muy similar –como si estos conceptos formasen parte de una cosmovisión común en la que todos los individuos los experimentan y representan de la misma forma–. Lo único que se consigue es crear un discurso homogéneo y aburrido. Parece existir miedo a la experimentación, a la verdadera búsqueda interna: «no quiero representar mi cara intensa y profunda, sino aquella que está aceptada de forma colectiva

y convencional para que todos se identifiquen y el mensaje sea fácilmente reconocible». Y cuando esta profundidad resulta fácilmente reconocible, el carácter intenso y su carga emocional se vuelven anecdóticos, porque ya lo hemos visto y vivido mil veces. No hay ejercicio de experimentación porque está la errónea creencia de que los resultados van a ser banales y aleatorios, como si asumir riesgos excluyese a la obra artística de ser genuinamente profunda. No hay una búsqueda interior, no buscamos en nuestro interior aquello que nos resulta personalmente profundo y emotivo, en su lugar obligamos a la pieza artística a ser emocional para todos, por lo que la sensación finalmente será falsa. El problema es que parece que este tipo de sensibilidad es la única verdad a la hora de afrontar una obra de arte socialmente: «El arte tiene que ser profundo, pero de una profundidad accesible e igualitaria, por favor». Basta echar un rápido vistazo a aquellos artistas que realmente han aportado algo a nuestra cultura para darse cuenta de que son individuos que han conseguido salirse de esta norma. La forma en la que nos referimos a esta clase de artistas con la desafortunada sentencia de que «tienen una sensibilidad diferente» es una forma superficial de ocultar la auténtica problemá-

Nasreen Mohamedi, Sin título (Untitled), 1975. Tinta y grafito sobre cartulina, 50,8 x 71,1 cm. Colección Sikander y Hydari

tica: todos tenemos una sensibilidad única y diferente, lo que pasa es que estas figuras de verdad han trabajado con su propia intensidad, con aquello que es profundo e intenso para ellos.

Se trata de un problema que no se encuentra únicamente en el espectador, nos afecta a todos los que estamos involucrados en el panorama cultural. Hay una búsqueda y énfasis por profundizar en temas tan intensos como básicos, culturalmente acordados, y nos olvidamos de explorar otros conceptos igualmente interesantes que pasan completamente desapercibidos. Tenemos metido en la cabeza que el arte debe ser intenso, profundo y emotivo. El problema no es solo que tal vez el arte no deba ser siempre así –o que las obras de arte que no respondan a este canon son igualmente merecedoras de ser tenidas en cuenta– sino que además siempre lo es de la misma manera; siempre es la misma perspectiva a la hora de abordar la intensidad, sin tener en cuenta que existe otro tipo de emotividad más contenida, más silenciosa, más fría e incluso que directamente no tiene la profundidad emotiva como fin y persigue otras metas más banales, no por ello inferiores. Parece ser que para que haya arte la obra tiene que ser un vómito, carnosa, desgarrada, apoteósica, caótica, hablar sobre identidad y lo inestables que son nuestras emociones, cuando en la gran mayoría de los casos se está cayendo en una obra final cliché, donde la verdadera esencia se ve maquillada y la emotividad estereotipada acaba por resultar ridícula.

La artista india Nasreen Mohamedi escribió en sus diarios el 12 de marzo de 1971 este pensamiento clave: «la espera forma parte de una vida intensa». Cuando una persona se enfrenta a una obra de Mohamedi, tal vez la intensidad y la profundidad no sean lo primero que se le pase por la cabeza al observar sus relaciones de líneas calculadas y fríamente realizadas. Parece haberse borrado la expresión de la pieza artística, y es precisamente esa ausencia la que hace profunda la pieza. Es su intensidad, y cualquier espectador que se pare a observar y pensar detenidamente la obra de Mohamedi se dará cuenta de que su intensidad y sentido de lo profundo es único. Es en ése mágico momento en el que el espectador puede darse cuenta de que ese pensamiento forma parte también de su propia intensidad, o incluso haber descubierto una nueva intensidad que desconocía.

En su libro de 2005 *El abuso de la belleza Arthur C.* Danto nos muestra que no se trata de que estos últimos años se haya desarrollado una nueva sensibilidad que nos permita encontrar la belleza del arte abyecto –lo cual implica que la belleza, al fin y al cabo, sigue siendo imperativo en el arte– sino que el arte ya no necesita ser bello;

Jeff Koons, New Hoover Convertibles, Green, Red, Brown, New Shelton Wet/Dry 10 Gallon Displaced Doubledecker, 1981-87. Aspiradoras, Perspex y luz fluorescente, 251 x 137 x 71,5 cm. Tate Gallery, Londres

el arte puede ser repugnante, puede ser nauseabundo o puede ser explícitamente violento sin tener como horizonte la persecución de la belleza. Esta amplitud de características/experiencias estéticas puede aplicarse en el tema que aquí tratamos de abordar. Aunque es posible que las nociones de lo profundo y lo intenso hayan evolucionado en las últimas décadas, también es probable que en realidad nos encontremos con una amplitud de registros que nos permiten aceptar que el arte no tiene por qué ser ni profundo ni intenso.

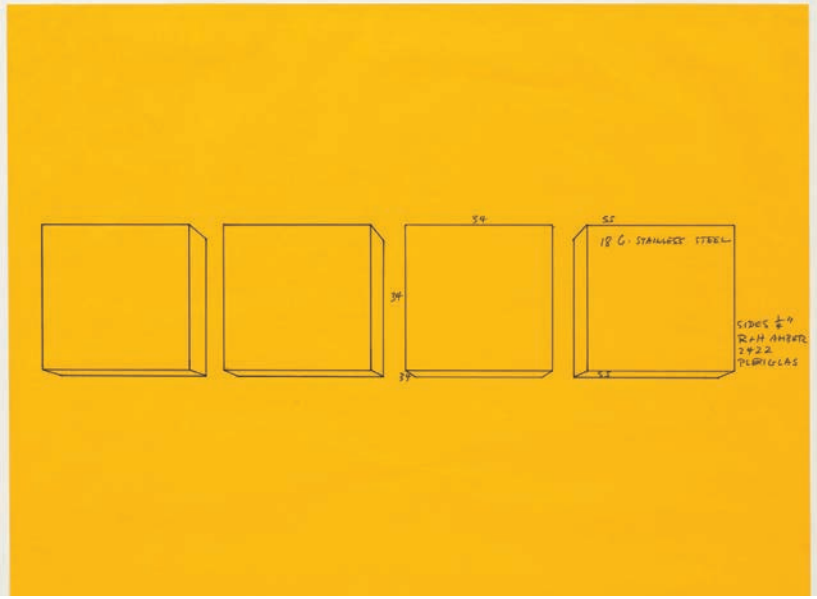
Un ejemplo radicalmente opuesto al de Nasreen Mohamedi, pero igualmente válido para hablar del tema que aquí nos concierne, es el de los archiconocidos Jeff Koons y Damien Hirst. Estos dos artistas, principales figuras del arte comercial de las últimas décadas y máximos exponentes de aquello que Will Gompertz denomina business art, son normalmente criticados por público y medios especializados por hacer un arte «banal», «superficial» y «poco profundo». Pero, ¿acaso es necesario que el arte actual sea trascendental, íntimo y profundo? Considero que resulta evidente que ni Koons ni Hirst tienen como horizonte en su obra representar lo profundo (al menos, no de la forma convencional y socialmente acordadada), y aun así tienen algunas obras que son verdaderamente intensas. También creo firmemente que la banalidad comercial y el aspecto superficial de su producción nos impide muchas veces ver más allá, y darnos cuenta de que muchas de sus piezas –sobre todo de su etapa temprana– están concebidas desde una gran complejidad. Es un gran error confundir profundidad con complejidad, si bien es cierto que en muchas ocasiones una nos conduce a la otra, y viceversa.

Jeff Koons, por ejemplo, estuvo muy asociado a la Pictures Generation que surgió en Norteamética a principios de los años setenta, y esto hace que el análisis crítico de la cultura de masas y el apropiacionismo como recurso estén muy presentes en su obra. Con la tendencia apropiacionista se pervierten la idea de autoría y exclusividad para crear traducciones visuales, dar nuevos sentidos y connotaciones conceptuales a imágenes ya existentes mediante relaciones espacio-temporales –esto puede apreciarse en algunas de sus series como The New (1980-87), Luxury and Degradation (1986) o sus pinturas de Easyfun - Ethereal (2000-2002)–. Personalmente, no considero que suene como algo superficial, precisamente.

En el caso de Damien Hirst, nos encontramos al artista que lideró a los Young British Artist en la década de los noventa con el apoyo de Charles Saatchi. En una década marcada por la crisis del SIDA y las tensiones raciales, una década en la que una gran cantidad de artis-

tas trabajaban desde una perspectiva marcadamente político-social, llegaron los YBA para desarrollar una obra individualista y descarada, donde lo que importaba era yo: sexo, drogas, alcoholismo, depresión, etc. Creo que es importante mencionarlos porque todos ellos, sobre todo Hirst, hicieron algo que intento defender en este ensayo: hacer lo que a ellos les parecía oportuno, ofrecer su propia visión de lo que es una vida intensa (igual que Mohamedi) en un panorama completamente hostil hacia esos temas, donde la corriente principal era comprometerse con la actualidad de aquel momento. Ellos estaban comprometidos, pero de otra manera completamente diferente.

Estos dos ejemplos podrían convertirse en una lista infinita: para Cage el silencio es intenso, para Warhol el dinero y la Coca Cola son intensos, para González-Torres los caramelos son profundos, para Koons lo hinchable es intenso, para Lombardi un esquema es profundo, para Kelley un peluche es intenso, para McCarthy lo anal es profundo, para Prince un cowboy es intenso, para Judd la repetición es profunda. O tal vez son conscientes de que esa intensidad/profundidad no es en absoluto necesaria para su obra y los silencios son eternos silencios, las Coca Colas son refrescantes Coca Colas, los caramelos son banales caramelos, los hinchables son adorables hinchables, los esquemas son complejos esquemas, los peluches son estúpidos peluches, lo anal sigue siendo profundo (pero no de la misma manera), los cowboys son construcciones yanquis y la repetición es sencillamente monótona repetición. Da igual que sea su propia visión intensa o que sean elementos de interés particular, lo verdaderamente importante es que es aquello que les interesa; no nos interesa a todos, no son convenciones sociales, es lo que les emociona a ellos. Que un artista no caiga en realizar un arte basado en preocupaciones universales no lo convierte en una figura hermética, incomprensible e inaccesible, incluso superficial, como suele etiquetarse. El caso más común es que el espectador se canse rápidamente porque no lo entiende, porque aquello que se representa no forma parte de sus preocupaciones y emociones, cuando no nos damos cuenta de que es ahí donde reside la auténtica experiencia: la obra despierta un conflicto provocado por una sensación que no es familiar –o que es siniestramente familiar, lo cual nos llevaría al unheimlich freudiano–. No es cuestión de gustos (me gusta/no me gusta), es cuestión de experiencia (lo conozco/no lo conozco).



Donald Judd, Sin título (Untitled), 1966. Rotulador sobre papel coloreado, 45,5 x 56 cm. MoMA, Nueva York

Precisamente en esa experiencia de enfrentarse a lo desconocido para proyectarme como sujeto reside el trabajo de la artista estadounidense Roni Horn. Las obras de Horn se caracterizan por una sensualidad material y una potente presencia física que esconden sus obsesiones particulares: la identidad, la sexualidad, la intimidad, el tiempo, el clima, la naturaleza, etc. Son preocupaciones que, mayoritariamente, podrían considerarse globales y actuales en la sociedad. La diferencia está en el aura de neutralidad y carácter abierto que impregnan sus piezas; su intensidad reside en el hecho de que sus preocupaciones colectivas se convierten en crípticas obsesiones individuales.

El mismo aspecto andrógino de la propia artista y su rechazo a posicionarse con su identidad –neutralidad de su nombre y de su físico– se ve reflejado en su obra, con la cual es difícil familiarizarse, por lo que se tiene una experiencia más directa que sumerge al espectador en un proceso de redescubrimiento personal. Para ella es importante que el espectador no conozca sus inquietudes personales como artista: demasiado conocimiento no conduce a una experiencia reveladora, con lo conocido no hay descubrimiento, se experimenta de forma más intensa lo desconocido.

Roni Horn, Kafka's Complaints, Selected, 1992 - 2004. Plástico y aluminio, medidas variables. Galería Xavier Hufkens, Bélgica

Por eso rechaza imágenes demasiado expresivas, o gráficas o narrativas. El hecho de que Horn sea un perfecto paradigma de lo que intento explicar es el hecho de priorizar una experiencia estética en la que el espectador se pierde, se enfrenta a una pieza ambigua en la que es necesario proyectar nuestra propia y única noción emocional, implicarnos emocionalmente con nuestra visión de lo profundo para conseguir esa experiencia intensa que Horn persigue. Cuando nos encontramos con una obra que no nos ofrece ninguna pista, surge el conflicto de tener que aportar nosotros un significado, y evidentemente será nuestro significado.

La problemática que plantea el panorama cultural actual también está presente en las sociedades occidentales modernas. Una vez más, se trata de un proceso que nace en el Romanticismo, donde nace el concepto actual de «amor» y la noción del ser como un alma caótica y desenfrenada; llegamos a un punto de confusión en el que no sabemos con precisión si la corriente cultural acaba influyendo en la sociedad, si viceversa o si ambas. Sea como sea, todo esto ha desembocado en una visión contemporánea generalizada en la que el amor y la profundidad deben predicarse, demostrarse continuamente y de

forma completamente explícita, mientras que otros comportamientos más silenciosos, más tranquilos e íntimos son condenados como falta de comunicación, de expresión y de respuesta emocional. A todo esto hay que sumarle el desarrollo paralelo de las últimas tecnologías, lo que implica el desarrollo de las redes sociales y de nuestra forma de comunicarnos/relacionarnos en la actualidad. Puede sonar algo cliché, pero en un panorama donde un individuo se siente obligado a exponerse continuamente en las redes sociales desaparece la intimidad, y cuando esto ocurre se está alimentado una visión unidireccional donde se premia el hecho de compartirlo todo; el hecho de pasar desapercibido te convierte, en cierto sentido, en un fantasma, en un ser que no expresa sus emociones. La necesidad de expresarnos constantemente a través de Internet convierte lo personal, la intimidad, lo silencioso y el comportamiento introvertido en sinónimos de «no tener vida».

Es más que obvio que no estoy condenando en ningún momento ni Internet ni las redes sociales, pero resulta evidente que contribuyen a crear una visión falsa y poco realista de lo que es la vida de una persona, mientras que otras formas de llevar una vida con normalidad nos acaban resultando completamente anormales. Predicarlo todo constante y pasionalmente parece ser la única forma de vivir una vida plena.

Esta construcción social que se refugia en lo pasional –que en muchos casos alcanza unos niveles invisibles verdaderamente tóxicos– y desprecia el control de las emociones vuelve a centrarse en una única visión aparentemente válida de lo intenso y lo profundo. No llegamos a plantearnos que la gran mayoría de asesinatos y actos de barbarie cometidos, por ejemplo, han sido llevados por una impetuosa pasión que, aunque no sea aquella que está aceptada socialmente, se trata de un sentimiento profundo e intenso después de todo. Esta visión extremista sirve para ilustrar que existe un extenso abanico de diferentes profundidades e intensidades, pero en nuestra sociedad y cultura parece contemplarse una única opción. Si bien es cierto que muchos tipos de pasión son moralmente condenables, es igualmente válido reconocer las mismas como sentimientos profundos. Está al margen de la ética y la moral; que una pasión sea profunda o intensa no significa que sea necesariamente buena. Por ejemplo, las acciones terroristas nos parecen, razonablemente, actos de barbarie basados en fundamentalismos religiosos, mientras que desde la perspectiva del terrorista se trata de un acto movido por una ferviente fe y una pasión extrema.

Una obra de Mohamedi silenciosa y contenida puede albergar una

intensidad emocional sobrecogedora, una obra de Koons puede ser más profunda de lo que aparenta a primera vista, una persona introvertida y taciturna puede vivir pasionalmente sin problema alguno, y un terrorista puede llevar a cabo actos atroces movido por una vehemente pasión o por motivos irracionalmente profundos. Ya sea refiriéndonos a una persona, a una obra de arte o a un producto cultural, hay algo que estamos haciendo mal. Tenemos que pararnos a pensar, a reflexionar y a observar el abanico de estados emocionales que tenemos ante nosotros; a no darle tanta importancia a todos esos elementos adicionales, como las bandas sonoras incesantes, que sólo sirven para ofrecernos una visión artificial de la cruda realidad. No se trata de un ejercicio de observación externa exclusivamente, también requiere una visión introspectiva. Ha llegado el momento de profundizar –nunca mejor dicho– en nosotros mismos y enfrentarnos a nuevos e intensos estados emocionales, de no temer al conflicto y ver/pensar aceptando que hay vida más allá de lo profundo socialmente establecido. Un terreno fascinante para iniciarse en este nuevo comportamiento es el que aquí nos concierne, el del arte contemporáneo, que nos demuestra que lo intenso es capaz de refugiarse en lugares que nos resultan completamente desconocidos. Aunque todo esto ya lo dijo en su día el artista francés Robert Filliou, de una forma peculiar e incluso algo críptica: «el arte es lo que hace la vida más interesante que el arte».

BIBLIOGRAFÍA

DANTO, Arthur Coleman: *El abuso de la belleza: la estética y el concepto de arte, Barcelona: Paidós, 2005.*

HORN, Roni: Roni Horn: todo dormía como si el universo fuera un error, Barcelona: Fundació Joan Miró, Obra Social "la Caixa", 2014.

MOHAMEDI, Nasreen: *Nasreen in Retrospect*, Bombay: Ashraf Mohamedi Trust, 1995.

VVAA: *Fluxus escrito: actos textuales antes y despúes de Fluxus, Buenos Aires: Caja Negra Editora, 2019.*

VVAA: *Pressplay: contemporary artists in conversation*, Londres: Phaidon, 2005.

VVAA: *La espera forma parte de una vida intensa, Madrid: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, 2015.*

RECENSIONES

EXPOSICIÓN "VERTEBRADOS" ESPERANZA ROMERO

XIMENA P. HIDALGO V.
Dra. en Historia del Arte, artista multidisciplar | ximarte@ugr.es

La Galería Arrabal & Cía, ubicada en el barrio granadino Realejo (callejón del Señor, 12), acogió la exposición de Esperanza Romero 'Vertebrados', del 18 de septiembre al 19 de octubre de 2019. Esta artista nace en Melilla, pero crece en Málaga y desarrolla sus estudios y primera etapa artística en Londres, para terminar afincándose en Granada. Es una de las artistas de mayor trayectoria en el ámbito de la cerámica contemporánea de España.

Si bien la obra de Esperanza Romero, desde sus orígenes es muy variada, existe un componente bien definido que siempre está

presente: la curva. Incluso en sus obras más incisivas, la curva y las formas orgánicas, cálidas, están presentes.

En esta ocasión, nos ofrece una muestra no muy numerosa (ocho obras), bastante homogénea aunque con variaciones novedosas, con piezas que van desde el círculo perfecto en pequeño formato a piezas monumentales dotadas de un carácter muy primigenio, en el sentido que nos evoca hacia el origen de las formas, la conexión con la tierra, la reproducción molecular de los primeros minutos de la gestación, lo orgánico absoluto. La artista manifiesta al respecto "estoy muy interesadas en ellas (las curvas) y las semejanzas con el cuerpo humano, a veces con cicatrices por lo que nos va tocando vivir y como la arruga es signo del paso del tiempo".

La realidad es que el trabajo plástico que revelan las piezas trabajadas por Esperanza Romero, reflejan un manejo de la técnica soberbio, contundente, un dominio total del material que se deja moldear por el amor que sale de sus manos, por la experiencia de más de cuarenta años de entrega al arte de la cerámica, tan poderosas y sutiles, tan cercanas y distantes, como si fuesen de otro planeta o de otro tiempo, pasado y futuro. Sin embargo, este anacronismo y visión revelan a la vez un discurso muy actual de la fusiones, llegando a una denuncia explícita de la intromisión de elementos que se añaden casi con violencia, pero con gracia, a la materia pura, atravesándola. Esto se ve claramente en la utilización del plástico en una de las obras escultóricas –las cuales no tiene título, ya que la artista decidió a voluntad dejarlas a libre interpretación, a la conexión natural del espectador con cada pieza, sin condicionantes conceptuales–, generado ciertas reacciones, casi polémicas, en los espectadores más conservadores. Pero el mensaje es claro, ella hace directamente un llamado de atención sobre la problemática invasiva de este elemento contaminante en nuestras vidas, en la naturaleza y en la materia.

Por otra parte, y de manera muy atractiva, se puede apreciar un trabajo exquisito en el color, que si bien predomina el blanco, la técnica terrasigilata proporciona una riqueza tonal magnífica. Es interesante apreciar cómo a lo largo de la trayectoria artística de Esperanza Romero ha ido evolucionando el uso del color, cuyos comienzos están marcados por una obra muy colorista que se va depurando hasta llegar a la pureza del blanco. En palabras de la artista: "el blanco es una forma de sintetizar e ir a la raíz del concepto. El blanco me da mucha tranquilidad y me aporta paz. Veo la pureza y sencillez, se ve mejor la forma, aunque no descarto algunas incursiones al color".

Efectivamente, no descarta el uso del color que aplica con una fuerza sutil en sus cuencos instalados en una danza sobre el muro, cuencos que observan al espectador absorbiendo sus mirada en su concavidad de matices profundos.

Cadenas y formas que nos evocan al vuelo de pájaros, son otros dos planteamientos creativos que nos regala Esperanza.

En definitiva, una muestra pequeña pero intensa, potente, nueva pero consecuente. Quienes seguimos la obra de Esperanza Romero podemos decir que no nos deja de sorprender, siempre vital, siempre prolífica, incansable y apasionada con su obra. Vertebrados es un destacable aporte al arte cerámico y escultórico. Un viaje a lo primigenio, a esa raíz histórica que llevamos en el inconsciente que despierta con estímulos artísticos como estos, casi chamánicos, casi espirituales, casi extraterrestre.

JOAN FONTCUBERTA: LA FURIA DE LAS IMÁGENES, NOTAS SOBRE LA POSTFOTOGRAFÍA*

ADRIÁN VICO
Fac. Bellas Artes. Universidad de Granada | 40covi@gmail.com

Desde la primera imagen generada por el ser humano se establece una relación directa entre lo visual y lo conceptual. La capacidad de reproducir la naturaleza ha ido acompañando al ser humano desde su nacimiento y el uso que a esto se le ha dado ha ido creciendo con él. En la actualidad Fontcuberta habla sobre un término muy llamativo para alguien nacido en la generación con internet y ordenador en casa como yo, la postfotografía. El término postfotografía, tal y

* Fontcuberta, J. (2016) *La Furia de las Imágenes : Notas sobre la postfotografía*. Barcelona, Galaxia Guttenberg. 272 págs. ISBN: 9788416495474.

como su propio nombre indica, es lo que viene después de la propia fotografía, Fontcuberta reflexiona sobre la relación con la sociedad y la transformación que ha tenido la fotografía desde la aparición de medios masivos de comunicación como lo es internet.

En esta reseña pretendo tanto dar una imagen clara de lo que he percibido de las palabras de Joan como reflexionar y relacionar algunos conceptos con otra información y referentes tanto del propio autor como míos propios.

Comienzo con una ligera presentación de Joan Fontcuberta. Nacido en 1955, el teórico, crítico, promotor, docente y ensayista catalán ha experimentado el cambio y la evolución del campo en el que está especializado, la fotografía. Entre sus galardones se encuentra el Premio Nacional de fotografía en 1998 y el Premio Nacional de Ensayo en 2011.

A día de hoy, las imágenes están llevando a cabo una venganza nacida de la explotación que se les dió a las mismas durante las vanguardias, según el propio Fontcuberta. Antes de la fotografía la capacidad de capturar y reproducir imágenes no estaba al alcance de todos. Resulta interesante el hecho de que Joan crea firmemente en la teoría que afirma que las pinturas rupestres fueron elaboradas por chamanes con la intención de invocar poder a través de ellas. Esta creencia dota de una cualidad espiritual transmitida a través de las imágenes.

El nacimiento de la fotografía en 1839 anula la exclusividad digna del don y dota a un mayor número de personas de la capacidad de producir imágenes a través de la técnica. En cuanto a esto, como estudiante de Bellas Artes, considero que cualquier persona que se lo proponga puede elaborar imágenes del natural, la academia y los procesos de representación pictórica a mi parecer están a disposición de cualquiera que se lo proponga y considero que la visión de Fontcuberta respecto a este aspecto es algo difusa, aún así, no se puede negar que el círculo de personas capacitadas para la creación de imágenes crece después de la propia fotografía, a mi parecer más bien por la facilidad y la comodidad que por un don innato, esto lo hemos podido observar en la evolución que ha surgido con la fotografía y la cotidianidad que las imágenes en nuestro día a día.

Cuando a Joan le preguntan en una entrevista sobre el futuro de los teléfonos móviles con un dispositivo fotográfico incorporado él lo describe como una aberración y lo llega a comparar con el zapatófono

o un gagdet inútil. El propio Fontcuberta hace alusión a esta entrevista para reflexionar sobre lo irónico que es que en la actualidad los móviles estén necesariamente ligados a aparatos de captación de la imagen, en el libro hace referencia a que para anunciar el iPhone 6, el anuncio pone de antemano la capacidad fotográfica del dispositivo ante el uso que tiene el teléfono. Tal y como afirma en el libro, Joan dió una respuesta lógica a la pregunta, realmente por aquel entonces no tenía ningún sentido incorporar una cámara a un instrumento que aún necesitaba perfeccionar cuestiones de conectividad, autonomía o cobertura. El libro se publicó en 2016, me gustaría saber qué pensará Fontcuberta a día de hoy, casi en 2020, donde vemos anunciados dispositivos móviles con cámaras Leica y otros dispositivos que llegan a incorporar tres, cuatro o incluso cinco cámaras destinadas a la toma de fotografías y vídeos. Fontcuberta se defiende explicando que la pregunta que le hicieron estaba mal planteada y personalmente estoy de acuerdo, tal y como él afirma, si le hubiesen preguntado por un dispositivo con la capacidad de comunicar de forma visual él habría elaborado una respuesta totalmente diferente.

La aparición del primer teléfono móvil en el 2000 supuso un cambio irreversible en la historia de las imágenes, el hecho de que la fotografía esté al alcance de prácticamente todo el mundo revaloriza a la vez que devalúa las imágenes.

Que cualquier persona, desde un pequeño y ergonómico aparato que guarda en el bolsillo, pueda tomar una fotografía y mandarla a cualquier parte del mundo, genera un cambio drástico en el papel que toman las imágenes, la condición de la fotografía como objeto cuidado, pensado y elaborado con detenimiento mediante una especie de ritual analógico se ha visto eclipsada por una masa incontrolable de personas con la capacidad de tomar fotos en cada instante. Esto repercute en la calidad y la materialidad de la fotografía, la cual, desde el nacimiento de internet y de la difusión inmediata, se ha visto sustituida por valores como la inmediatez y la capacidad de difusión por medios no físicos como periódicos digitales o redes sociales.

En cuanto al pensamiento de Fontcuberta sobre el hecho de que la fotografía ha pasado a ser un lenguaje considero que la fotografía, desde su nacimiento, ha sido por sí misma un lenguaje. El propio Momeñe en una de sus conferencias a la que tuve la suerte de asisitir, reflexiona sobre la fotografía como lenguaje. Momeñe hizo alusión a la fotografía y su relación con el arte conceptual ante una de las preguntas que le hicieron. Según Momeñe, la fotografía es un lenguaje, el hecho de elaborar una fotografía es un acto comunicativo

mediante el cual pretendes expresar una serie de cuestiones, si posteriormente a la fotografía necesitas elaborar un discurso sobre qué quieres transmitir con esa fotografía, anulas la utilidad de la misma y le quitas absolutamente todo su valor. Momeñe sostiene que el arte conceptual es una cosa y la fotografía es otra, aunque en diversas ocasiones puedan estar ligados la esencia de los estos debe tenerse en cuenta. Con respecto a esta argumentación, en un primer momento me pareció totalmente purista y conservadora pero después de reflexionar llegué a estar de acuerdo con lo que sostenía Momeñe y considero que si hay que argumentar algo en cuanto a la fotografía, podemos hablar del proceso de creación, de lo que nos sugiere, de lo que nos hace reflexionar, etc. Pero no creo que debamos basar la utilidad de la obra en la teorización de la misma, para esto existe el arte conceptual, que nos pretende hacer reflexionar y se apoya en cuestiones externas a la obra objetual. Por todo esto creo que Joan no parte de una premisa totalmente acertada si considera que la fotografía se ha transformado para comunicar y ser totalmente expresiva por sí misma.

El cambio que surge entre la fotografía y la postfotografía no se encuentra solamente en la forma de difusión, si no que también se encuentra en la relación entre el sujeto y la propia fotografía, Fontcuberta nos indica que la fotografía ha pasado por tres etapas clave, en una charla para la universidad de Valencia muestra un anuncio de Samsung en el que estas tres se ven reflejadas, el anuncio muestra una chica que se encuentra un cadáver en la orilla de la playa, en un primer momento la chica grita y saca su móvil para tomar fotografías, acto seguido, la chica mueve algunas algas de la playa y las coloca al rededor del cadáver para seguir tomando fotos mientras grita, por último, se gira y, sin dejar de estar asombrada y gritando se toma selfies con el cadáver en la orilla. Estas tres acciones son determinantes en la fotografía, la primera, cuando decide representar tal y como ella ve la situación, es el nacimiento de la fotografía, cuando el generador de imágenes tiene como objetivo constatar la naturaleza por la que se siente fascinado este comportamiento está relacionado con el pensamiento del siglo XIX, en la segunda etapa, el creador modifica el escenario de la toma de la fotografía para mostrar lo que sucede de una forma más específica y próxima a lo que quiere transmitir, modifica la realidad para mostrar una realidad mejor, aquí se puede comprender el pensamiento artístico de la fotografía, más ligado al siglo XX. Por último, cuando el creador de imágenes se gira y de manera autobiográfica se sitúa en medio del escenario se produce un cambio de pensamiento, predomina el hecho de la

presencia de uno mismo sobre lo que sucede, ya no importa tanto el acontecimiento si no el haber estado en ese mismo acontecimiento, algo, según Joan, más propio del siglo XXI.

Ante esto debo argumentar un par de cuestiones que considero importantes. A mi parecer, las tres etapas que Joan distingue desde la creación de la fotografía han existido desde sus inicios, considero que estas tres cuestiones van totalmente ligadas a la fotografía, una de las diferencias entre la fotografía del natural y la pintura es que tienes que estar allí para elaborarla. Algo relacionado más directamente con la pintura es que tu eliges tanto lo que se va a representar como la forma en la que lo representas. Fontcuberta establece tres etapas que de forma engañosa pueden resultar totalmente lógicas pero que, bajo mi criterio no deberían tener distinción. Algo en lo que sí que estoy de acuerdo con él es en que en la actualidad esta al alcance de prácticamente toda persona nacida en un país desarrollado el hecho de constatar su presencia mediante la fotografía o el vídeo y que el hecho de constatarse a uno mismo frente a la situación es algo que sí que predomina en la actualidad, lo que no quita que el fotógrafo, desde su nacimiento, haya reclamado su propia presencia de una forma menos intensa que en la actualidad.

Otra de las cuestiones que merecen reflexión es el punto de vista que se toma a la hora de constatar una realidad, está claro que esta opción es totalmente subjetiva y puede ejercer un papel crucial en cuanto a lo que se quiere transmitir. Un ejemplo de esto pueden ser las fotografías de foto periodismo o fotografía documental del autor brasileño Sebastiao Salgado. Según salgado, su intención desde un primer momento a la hora de elaborar las fotografías documentales, en las que se muestran hechos de desigualdad, pobreza, trabajo u otras polémicas, no es otra que la de mostrar al mundo algo que no sabe, como diría el fotógrafo Walter Astrada: “ahora que no digan que no lo han visto’’. La polémica que surge con Sebastiao a raíz de sus imágenes se debe a la excesiva belleza que transmiten situaciones tan decadentes, se le ha criticado por no ser claro con su mensaje a la hora de elaborar sus fotografías ya que la capacidad que tiene de mostrar algo tan estético nubla las connotaciones de crítica social a las que se refiere. Por tanto, el punto de vista del fotógrafo resulta algo totalmente decisivo a la hora de establecer su creación y es algo que se debe de tener muy en cuenta.

En el trabajo de Joan Fontcuberta *Fauna*, trata un tema muy relevante a lo que acabo de argumentar, Fontcuberta afirma que la fotografía nace como una mentira, no está ligada a la comunicación

totalmente verídica si no que más bien parte de unas premisas subjetivas impuestas por el punto de vista del autor.

Fontcuberta afirma que en la actualidad, la creación de internet ha generado un problema global, el hecho de que tenemos tantas imágenes que ya no merece la pena seguir haciendo más. Como alternativa a esto él propone el reciclaje de imágenes, resulta muy enriquecedora la reflexión que hace Joan sobre la apropiación y la adopción. Asigna a la modernidad el término apropiación, donde el hecho de utilizar una imagen de la cuya autoría no dispones se achaca directamente a robar. Sin embargo, en la actualidad, la masa de innumerables fotografías ha hecho que el uso de estas sea algo totalmente necesario, adoptar es una palabra utilizada por los romanos, surge cuando un patricio escoge a un plebeyo para arreglarle la vida y subir su estatus. El uso en la actualidad de las imágenes ya elaboradas no debe suponer un robo si no más bien una revalorización de las mismas, la economía de la imagen es un concepto necesario en nuestros tiempos porque para qué vamos a seguir haciendo si podemos utilizar las que ya existen y darles un nuevo uso. A raíz de este concepto surgen numerosos artistas que utilizan imágenes de archivo las cuales se elaboran con un propósito que posteriormente se ve distorsionado o reestructurado para cumplir un objetivo diferente, establecido por el propio artista creador. Este concepto de apropiación está totalmente en la misma órbita del arte contemporáneo y el artista contemporáneo, el cual tiene una idea en mente y se nutre de sistemas y mecanismos para elaborarla hasta el punto en el que no tiene por qué tener un contacto directo con su obra para ser el autor de la misma. En todo esto podemos observar otro mecanismo de distinción entre el creador y el espectador medio. En la actualidad el propio espectador puede ser productor de imágenes con su valor y su difusión mientras que el artista creador tiene la capacidad de no estar en contacto físico con su propia producción.

Fontcuberta hace una llamativa referencia a Bukowski para hablar de los problemas de la imagen. Utiliza una frase que representa de forma clara al propio Bukowski: <<¿Qué demonios saca un hombre de pensar? Solo problemas>>. Joan a raíz de esto se cuestiona sobre los problemas del pensamiento como imagen y de elaborar una pedagogía de este pensamiento.

Sobre el fin de la imagen ya trabajaron artistas como Man Ray o Magritte y movimientos como el minimalismo. En la actualidad según Fontcuberta hemos llegado a una especie de colapso y límite debido a la excesiva cantidad de imágenes. En la misma charla que elabora

en Valencia, Joan muestra el trailer de la serie británica ''Black mirror'' y reflexiona sobre lo que nos depara la fotografía en un futuro y sobre cómo podemos combatir esta invasión de las imágenes que nos superan. Reflexiona sobre la capacidad que tienen las imágenes de mostrarnos una realidad sumisa e idílica y la ocultación de acontecimientos como desigualdades, injusticias, guerras o manifestaciones, en resumen, los dramas reales. En mi opinión, sí que es cierto que se ha producido una especie de saturación positiva, un exceso de positivismo vacío e hipócrita el cual vemos reflejado a diario en nuestras redes sociales, pero también he de puntualizar que la realidad que nosotros percibimos está totalmente ligada a la manera en que queremos percibirla, estoy a favor del pensamiento que sostiene que el mundo es como tú lo ves, por muy positivo o negativo que pueda llegar a resultar esto. El hecho de culpar a las imágenes de esconder sucesos catastróficos me parece totalmente erróneo, la catástrofe ha ocurrido siempre y toda persona con internet a día de hoy tiene la capacidad de conocer los acontecimientos globales que surgen en nuestra contemporaneidad. La cuestión está en la implicación de cada individuo con cada tema, las imágenes nos muestran hechos pero nosotros tenemos la posibilidad de decidir el contenido que visualizamos.

Uno de los conceptos más relevantes con respecto a la saturación a la que estamos sometidos es el de que tenemos la capacidad de generar tal número de imágenes que ni siquiera nos detenemos a visualizarlas, hemos llegado a un punto en el que elaboramos fotografías a diestro y siniestro y no nos paramos a verlas después porque no tenemos tiempo, debemos seguir haciendo otras, esto dice mucho de la transformación a la que se ha sometido la fotografía en la actualidad, podemos generar tanto que no nos detenemos a ver lo que hemos generado. El acto fotográfico prevalece sobre el tema y el uso de la imagen misma.

Nos encontramos en un periodo de tránsito y transformación de los valores de la fotografía y eso es indudable, la fotografía ha pasado de elaborar recuerdos o memorias y hablar del pasado a consistir en un hecho inmediato del presente, algo que podemos observar a diarío en las historias de Instagram, publicaciones que se borran a las 24 horas de subirlas. Esta revolución podría tener más relevancia incluso que el propio nacimiento de la fotografía y el paso de lo pictórico a lo fotográfico. Fontcuberta nos hace referencia al libro de Bauman *Arte Líquido*, en el cual se reflexiona sobre el consumo de la imagen y el agotamiento al que se puede someter el mercado y la imagen debido a la saturación. Joan considera que no hay que rendirse al mercado

y al glamour y que debemos tener en cuenta que las imágenes deben agitar consciencias. En cuanto a esto último, volveré a hacer referencia a Momeñe y a la charla a la que asistí. Momeñe considera que para que una fotografía te cuente algo, primero debe llamar tu atención, en esto estoy totalmente de acuerdo, como consumidor de una marea diaria de contenido, creo que para que una fotografía pueda contarme algo, esta misma debe tener unos valores estéticos y para que una fotografía quiera remover conciencias debe situarse en el mercado y hacer uso del glamour y la perspicacia para ganar en visibilidad y cumplir su cometido. Por este motivo considero que Sebastiao Salgado, el fotógrafo que he mencionado anteriormente, utiliza una sabia estrategia, aunque pierda el hecho de remover consciencias en un primer instante, el servirse de una belleza tan potente a la hora de elaborar sus imágenes hace que quieras saber más, sitúa la reflexión de un modo posterior a la fotografía. Momeñe dijo: <<Para que una imagen me cuente algo, primero tiene que agarrarme por el cuello, cuando yo asisto a un concierto de AC/DC, aunque no sepa inglés, la guitarra y el ritmo me capturan al instante, el mensaje va después>>.

Como conclusión Joan Foncuberta afirma que hemos perdido la soberanía de las imágenes, y en cierto modo es así. Él cree que debemos recuperar dicha soberanía y no permitir que las imágenes nos dirijan, yo personalmente creo que lo que nos convendría es aprender a filtrar lo que consumimos, esto no se nos ha enseñado en ninguna escuela ni institución y considero que es algo vital a la hora de visualizar esta masa abrumadora de imágenes que nos aborda en la actualidad.

NUCCIO ORDINE: LA UTILIDAD DE LO INÚTIL Y EL SABER POR EL SABER*

FRAN BAENA
Fac. Bellas Artes. Universidad de Granada | fbaetor@gmail.com

Antes de comenzar me gustaría lanzar una pregunta al lector, « ¿Para qué va usted a la universidad? ». Supongo que lo primero que pensará sea aquello como « Para aprender, para obtener un título, para conseguir un trabajo, para ganar dinero, … » y demás bucles llanamente materiales. Pero me gustaría que mantuviera en mente dicha pregunta hasta el final.

* Ordine, N. (2016) *La utilidad de lo inútil: manifiesto* (Flexner, Abraham, colaborador, Bayod Brau, Jordi, traductor) Barcelona, Acantilado. 171 págs. ISBN: 9788415689928.

Es lindamente paradójica la historia de Jim Hawkins, protagonista de *La isla del tesoro* (1883) de Robert Louis Stevenson. Cuando Hawkins encuentra el inmenso botín y observa las alcancías, a diferencia del resto de compañeros de su tripulación, quienes cegados por el utilitarismo más básico sólo ven en ellas la posibilidad de hacerse ricos, el joven, en cambio, se limita a recoger las monedas clasificándolas como un numismático fascinado por el descubrimiento más allá del valor monetario que poseían.

Porque Hawkins no había descubierto riquezas en estas monedas, o no al menos riquezas en el sentido en que, en cierto punto, malentendemos también comúnmente el vocablo "útil".

Las riquezas que Hawkins había descubierto y que lo mantenían embelesado eran retratos de reyes y conquistadores en las caras de las monedas, grabados y todo tipo de dibujos; las riquezas que Hawkins había descubierto no se trataban ni más ni menos que los restos y señales de vida de civilizaciones, algunas aún supervivientes y otras borradas por la historia.

A fin de cuentas, Jim Hawkins había observado en el dinero parte del saber y la estructuración más básica, como un método de cambio y una escala social, que se iban revelando ante él, de un conjunto de culturas en el tiempo gracias a una "inútil" curiosidad.

Y aquí tenemos entonces la primera idea de las tres en las que he pretendido dividir el ensayo *La utilidad de lo inútil* de Nuccio Ordine; el *ser* es más valioso que el *tener*.

El vendedor de Venecia (1596-1598) también cae bajo los hechizos de Shakespeare a la hora de crear una utopía, el reino de Belmonte, donde el oro y la plata no cuentan.

Para la elección del futuro marido de la joven Princesa Porcia se envían una suerte de tres cofres. Dentro de uno estaría el permiso de bodas.

El primer cofre es elegido por el Príncipe de Marruecos, quien se decanta ni más ni menos que por aquel que tenía la inscripción « Quien me elija obtendrá lo que muchos desean ». Se trataba del cofre de oro. Dentro del cual, en un pergamino insertado en los ojos vacíos de una podrida calavera le esperaban unos versos:

No todo lo que brilla ha de ser oro: / siempre oíste decir al mundo a coro. / Ha vendido su vida mucha gente / por mirarme por fuera

solamente: / no hay tumba de oro sin gusano y lloro. / Si fueras tan sensato como osado, / joven de cuerpo y viejo en buen sentido, / tal respuesta no habrías recibido: / adiós: tu pretensión ha fracasado.

El Príncipe de Aragón es el segundo afortunado en elegir cofre, que decide tomar el de plata con la promesa «Quien decida tomarme obtendrá tanto como merece». En su interior, lo mismo:

Siete veces el fuego me ha probado: / siete veces probada es la razón / que nunca se equivoca en su elección: / hay quien tan sólo sombras ha besado, / quien es feliz con sólo sombra al lado: / y hay tontos de preciosa tontería / plateada, y así pasa con este. / Da igual qué esposa contigo se acueste: / tu cabeza será siempre la mía: / así que vete: cesa tu porfía.

Curiosamente el tercer pretendiente con la oportunidad de elegir cofre es un letrado, Bassanio. Quien muy acertadamente se queda con el cofre de plomo en el que reza « Quien me elija, debe dar y arriesgar todo lo que tiene »

Bassanio no desea la acumulación de bienes monetarios tal como sí querían los otros, su visión del mundo se basa en la dialéctica de la realidad frente a las apariencias. Conociendo Bassanio la forma platónica en que nos engañan los sentidos, él prefiere mirar más allá de lo superfluo ya que a veces las mentiras, como es el caso del arte según Picasso, se enmascaran de verdad. No por azar es el cofre más humilde donde el letrado encuentra el retrato de la Princesa Porcia y unos apremiantes versos:

«Tú, que no eliges por lo que se ve, ten ahora fortuna de verdad.»

Nos encontramos así ante dos protagonistas contrarios al mundo contemporáneo donde el *aparentar* cuenta más que el *ser*. A Jim Hawkins le interesaba más el *ser* de aquellas monedas, y Bassanio desdeña de las apariencias.

Y con este platonismo de Bassanio nos vamos hacia una historia que utiliza David Foster Wallace, autor de *La broma infinita* (1996), para explicar que las realidades más obvias son aquellas que en ocasiones más nos cuesta vislumbrar:

«Había una vez dos peces jóvenes que iban nadando y se encontraron por casualidad con un pez más viejo que nadaba en dirección contraria; el pez más viejo los saludó con la cabeza y les dijo: « Buenos días chicos, ¿Cómo está el agua? » Los dos peces jóvenes siguieron

nadando un trecho; por fin uno de ellos miró al otro y le dijo: «¿Qué demonios es el agua?»

Esta agua es el mundo en que vivimos y sólo los saberes humanísticos, la cultura y la enseñanza proporcionan la templanza para hacer realidad y desarrollar los ideales de democracia real, libertad, justicia, laicidad, igualdad, libertad de expresión, tolerancia, solidaridad y bien común.

Únicamente gracias a esta cultura y esta enseñanza nos mantenemos como sociedad. Gracias a lo "inútil" que se encierra en saber por el saber.

Como respuesta ante este utilitarismo imperante, autores como Dante en *El Convivio* (1304-1307) declaran un amor desinteresado al saber al rechazar a aquellos pseudo-literatos que requieren de las letras para lucrarse de ellas.

Leopardi sentencia en el periódico *Lo Spettatore Fiorentino* que éste pretende ser totalmente inútil: «Reconocemos con franqueza que nuestro periódico no tendrá ninguna utilidad»; no sólo busca, de este modo, la supervivencia del pensamiento, sino reivindicar la importancia de la vida, de la literatura, del amor, de la poesía, y de todo lo bello que hace descansar y crecer el alma. La obsesiva búsqueda de lo útil económicamente ha vuelto inútil la propia vida asociando el utilitarismo a una errónea idea de progreso, como denuncia en la *Palinodia al marqués Gino Capponi*.

Théophile Gautier responde a las gentes de su siglo en el diario *Le Constitutionnel* con una prosa:

«[...] Hay dos clases de utilidad (...). Aquello que es útil para uno no lo es para otro. Usted es zapatero, yo soy poeta. Para mí resulta útil que mi primer verso rime con el segundo. Un diccionario de rimas, por tanto, me beneficia por su gran utilidad. A usted de nada le serviría para echar suelas a un par de viejos zapatos, y es justo decir que una chaira a mí de nada me serviría para hacer una oda. (...) usted objetará que un zapatero está muy por encima de un poeta, y que es más fácil prescindir de uno que del otro. Pero sin pretender rebajar la ilustre profesión de zapatero, (...) confesaré humildemente que yo preferiría tener mi zapato descosido que mi verso mal rimado, y que pasaría muy gustoso sin botas antes que quedarme sin poemas.»

Y más tarde, apoyado en las palabras de Leopardi en *La retama* (1845) donde éste describe su siglo como soberbio y estúpido, continúa:

«¡Vaya! Y decís que estamos progresando. Si mañana un volcán abriese su bocaza en Montmartre y lanzase sobre París un montón de cenizas y una tumba de lava, como en otros tiempos hiciera el Vesubio en Estabia, Pompeya y Herculano, y cuando, dentro de unos miles de años, los arqueólogos de esa época hicieran excavaciones y exhumaran el cadáver de la ciudad muerta, decidme qué monumentos habrían quedado en pie para testimoniar del esplendor de la gran enterrada.»

Sin la verdad de esta oda al inutilitarismo de la belleza, que ya incluso dos años antes había recalcado en *Albertus* (1833) cuando es interrogado acerca de la utilidad de una rima: « ¿Para qué sirve esto? Sirve para ser bello. ¿No es suficiente?: como las flores, como los perfumes, como los pájaros, como todo aquello que el hombre no ha podido desviar y depravar a su servicio. En general, tan pronto como una cosa se vuelve útil deja de ser bella » es que los arqueólogos del futuro no desenterrarían más que basura y productos industriales manufacturados en serie y muy alejados de todo aquello por lo que el protagonista de la primera historia, Jim Hawkins, había sentido admiración.

Federico García Lorca, en relación a Unamuno, pronuncia ciertas palabras también acerca de la inutilidad de la poesía donde declara que ésta sirve «(…) para nutrir ese grano de locura que todos llevamos dentro, (…) y sin el cual es imprudente vivir.»

Las fábulas de los poetas, los literatos, los músicos, los pintores, los dramaturgos, los filósofos, los performers, y demás entregados a los saberes humanísticos nos sirven para educarnos y defendernos de la obsesión por las ganancias y lo útil; y son necesarias para el desvelamiento progresivo de la verdad de la vida y acceder a las cosas esenciales, intrínsecas, básicas que nos hacen falta. Nos ayudan a retirar todo aquello que engañan a nuestros sentidos y que forman parte de las apariencias, nos convierten en el Bassanio que elige con cautela el camino correcto, y que como le ocurre al Caballero de la Triste Figura, Alonso Quijano, dan sentido a nuestra vida a través de hacer nuestros unos ideales y descansar sobre ellos el hastío por el monótono bucle del productivismo materialista.

Este ajetreo veloz está haciendo que la humanidad pierda el sentido de la vida porque el hombre contemporáneo ya no tiene tiempo para detenerse en las cosas inútiles, destinado a perder su alma en favor de ser una máquina que produzca bienes de consumo, y sin la comprensión de la utilidad de lo inútil nunca podrá llegar a entender para qué sirve el Arte.

Cuentan que Sócrates hubo un tiempo en que estuvo aprendiendo flauta para poder tocar una melodía y, cuando le preguntaban para qué le serviría esto, respondía siempre que para saber una melodía nueva antes de morir. Sócrates poseía la misma inútil curiositas que atrapó a Hawkins con las monedas, ese deseo de aprender.

Y la cumbre de toda enseñanza se puede llegar a dar en la universidad.

Con las universidades existe un problema por parte de los Estados, y es que en las últimas décadas, y cada vez más, se está produciendo un proceso de recesión económica evidente respecto a la investigación más básica. Y esto ya está teniendo, y tendrá en el futuro, unas fatales consecuencias en cadena.

La mayor parte de países de Europa se están dirigiendo hacia un descenso en el nivel de exigencia en el alumnado para que superen con mayor facilidad las pruebas, lo cual recae en un intento iluso de resolver el problema. Para lograr que el estudiante se gradúe dentro de los plazos establecidos por ley, no se exigen sacrificios, sino que se reducen cada vez más los temarios y las clases se convierten en un juego interactivo superficial de diapositivas esquemáticas. De este modo, si una facultad consigue graduar a un número muy elevado de alumnos en un plazo mínimo, es premiada, mientras que los centros que no satisfacen los protocolos ministeriales son sancionados con recortes de ayudas y prestigio, por lo que estos centros son empujados por la escasez de fondos a producir horneadas de titulados sin ningún nivel. Así mismo, los estudiantes pasan al rol de clientes, como es el caso de la afamada Harvard donde dado a que el estudiante paga muy cara su matrícula, espera que su profesor sea sumiso porque el cliente siempre tiene la razón, en otras palabras, están más dispuestos a la búsqueda de ingresos y cargos altos que les permitan ganar más con sus títulos, que de saberes. Esto es lo que deplorablemente parece estar a la orden del día con el caso de funcionarios públicos, ministros y presidentes; las universidades corrompidas por aparentar con prestigio y recaudar dinero, venden diplomas con la promesa de obtener grandes trabajos e ingresos.

Los centros educativos, se convierten en empresas. Y la prueba más contundente aún reside en el profesorado, transformado en burócrata que pasa las jornadas de trabajo rellenando expedientes, reajustando cálculos, produciendo informes, respondiendo cuestionarios, a veces incluso con el propio alumnado, (…) pero es el profesorado una de las piezas clave para poner en movimiento a esta ecuación.

Para que la situación pudiera comenzar a invertirse y la calidad de la investigación mejorase, dado a que de seguir por este camino unos profesores malos irían enseñando a otros futuros profesores que como consecuencia continuarían siendo cada vez peores, es necesario un buen profesor, es decir, un infatigable estudioso.

El estudio es sobre todo adquirir y asimilar unos conocimientos que nos desatan de las cadenas de la dependencia, nos vuelven autónomos, y como consecuencia más felices al poder saborear mejor las cosas inútiles de la vida. Y es el profesor quien puede ejercer de palanca, principalmente como estudiante, porque constituye un grave error identificar al ser humano con el oficio que ejerce, siempre hay algo en él que va más allá. Recuerdo una entrevista a Luis Camnitzer donde decía algo así como: « Cuando me preguntan qué hago yo y respondo que soy artista la primera reacción siempre es «¡Ah! ¿Pintas? » esperando que trabaje con cuadros cuando en realidad trabajo con información.»

Aun así, los gobiernos siguen pensando en recortar en cultura y enseñanza en tiempos de crisis, y seguirán haciéndolo porque ya en 1848, Víctor Hugo reprochaba a la clase política: « Han caído ustedes en un error deplorable; han pensado que se ahorrarían dinero, pero lo que se ahorran es gloria. »

Cuando la crisis amenaza a la nación es más necesario que nunca invertir en saberes para formar a la población contra el abismo de la ignorancia, no sólo basta con proveer iluminación a las ciudades sino también a las mentes. Educar a los hombres en el amor por el desinterés utilitario.

Y esa es la segunda idea explorada, contra la crisis, las mentes educadas pueden ser capaces de lo que los hombres incultos no. Para ello es necesaria la figura del profesor como hombre libre, es decir, pasional por su tarea.

Debido a este interés utilitario la calidad de la enseñanza se ve más concretamente afectada en la desaparición del estudio de las lenguas, para qué estudiar lenguajes arcaicos como el latín si ya no sirven para comerciar con ellos porque nadie los habla; o la desaparición programada de los clásicos.

Pese a las cantidades de tiempo que un alumno llega a pasar en un aula a lo largo de su vida, éste acaba sin leer realmente íntegros y originales los grandes textos que han formado la cultura en que se desarrolla su vida, como la *Ilíada* y la *Odisea* (VIII a. C.), la Eneida (19

a. C.), la *Divina Comedia* (XIV), *La vida de Lazarillo de Tormes y de sus fortunas y adversidades* (1554), *Don Quijote de la Mancha* (1605), etcétera; en lugar de eso el estudiante se alimenta de reseñas y vagas adaptaciones que siendo originalmente simples apoyos, acaban por sustituir a las obras originales. Lo mismo pasaría en las artes plásticas cuando los alumnos reciben una imagen de los cuadros y esculturas a través de la pantalla o de la impresión en el libro, pero cómo van a experimentar la magnificencia del viaje espiritual y sensorial de un Rothko, una obra de Anish Kapoor o de los *Nenúfares* (1920-1926) de Monet si nunca se ha enfrentado a ellos directamente en persona.

No es posible concebir la enseñanza sin los clásicos literarios y una antología poética nunca sería capaz de actuar en su lugar de la misma forma en que nunca se podrá tener una verdadera experiencia estética ante la reproducción impresa de un Rothko porque ello opaca el aura pura y original de la obra, no permitiendo ver cómo los "color fields" (campos de color) de esas enormes piezas inundan nuestro alrededor llegando a bañar por completo todo nuestro campo de visión y haciendo con el uso de las formas vaporosas y los velos transparentes de la pintura que podamos entrar en un estado casi meditativo.

Esta aproximación a la obra original debe inducirla el profesor con habilidad y carisma. Debido a esto es que la enseñanza no debe considerarse un oficio sino una sincera vocación cultivada en el amor y la pasión que a día de hoy faltan cada vez más.

Dice Heidegger que, para el ser humano actual, es cada vez más complicado sentir interés por cualquier cosa que no implique un uso práctico e inmediato para fines técnicos.

Esto es: presionados por el rápido ritmo de vida y lo incierto de conseguir un trabajo estable, teniendo dinero, por qué razón íbamos a invertir tiempo en aprender cuando puedo pagar por un diploma que me lleve a lo más alto de inmediato sin necesidad de esperar.

Pero, también, haciendo que los resultados sean pésimos y, por si no fuera poco, sin conseguir una satisfacción vital debido al no haber experimentado el disfrute propio del camino y el saborear la duda del éxito que empuja a continuar aprendiendo.

Hasta ahora la primera idea nos dice que es el *ser* más importante que el *tener* y por ello, segunda idea, la importancia de desplazar nuestros conocimientos hacia el otro en una enseñanza entregada al saber de forma altruista.

Montaige ya en 1580, en *Los ensayos*, sentenciaba la tercera y última idea: « Es el gozar, no el poseer, lo que nos hace felices » y que ya venía yo advirtiendo dos párrafos más arriba al hablar del disfrute del camino.

Bonito ejemplo que da buena cuenta de ello sería aquella vez en que conociendo lo que verdaderamente encierra el aire contenido en *Las meninas* (1656) de Velázquez a nivel histórico y artístico a la perfección, podríamos ir al Museo del Prado y llenarnos de gozo al confirmar personalmente todo cuanto sabemos de la obra. Es decir, disfrutaríamos la obra de verdad.

Y este gozar del saber en lugar de mantener su simple posesión podría justificarse de tres maneras: la *dignitas hominis*, el amor y la verdad.

La dignidad del ser humano no puede medirse según las riquezas poseídas, el hecho de poseer muchos conocimientos no te hace mejor persona.

Para ilustrarlo tenemos el ejemplo de Demócrito, filósofo al que por su incesante risa sus conciudadanos creían loco y fue llevado ante el médico Hipócrates. En su charla con el médico, Demócrito responde: «Pero yo sólo me río del hombre, lleno de estupidez, desprovisto de acciones rectas, (…) que con ansias desmesuradas recorre la tierra hasta sus confines (…), funde el oro y la plata, los acumula sin descanso y se esfuerza por poseer cada vez más para ser cada vez menos. No se avergüenza de llamarse feliz porque excava las profundidades de la tierra por medio de hombres encadenados: entre ellos, algunos mueren a causa de los derrumbes de tierra (…). Buscan oro y plata, hurgando entre polvo y deshechos, desplazan montones de arena, abren las venas de la tierra para enriquecerse, despedazan la madre tierra (…)»

Causar la muerte de seres humanos para acumular riquezas significa destruir la dignitas homini, esta riqueza y poder se torna en una locura autodestructiva.

También Séneca en sus *Cartas a Lucilio* (65) compara a los ricos y poderosos con actores que después del espectáculo vuelven a ser lo que son en su día a día: «Ninguno de esos personajes que ves ataviados con púrpura es feliz, (…). En presencia del público caminan engreídos sobre sus coturnos; tan pronto salen de la escena y se descalzan vuelven a su talla normal. Ninguno de esos individuos, a los que la riqueza y cargos sitúan a un nivel superior, es grande.»

De esta manera, Séneca nos incita a valorar a las personas no por lo que tienen, sino por lo que son: « Cuando quieras calcular el auténtico valor de un hombre y conocer sus cualidades, examínalo desnudo (…). Contempla su alma, la calidad y nobleza de ésta, si es ella grande por lo ajeno, o por lo suyo propio»

Giovanni Pico della Mirandola en su *Discurso sobre la dignidad del hombre* (1496) nos refiere que la esencia de la *dignitas homini* es el libre albedrío, Dios permitió al hombre la indefinición para que eligiese por sí mismo. Gracias a la búsqueda filosófica entregada, el hombre entenderá que la verdadera *dignitas* se consigue gracias al conocimiento y no a las actividades que brindan beneficios.

En el amor, los enamorados se entregan libremente hacia un encuentro desinteresado. Y si éste se ofrece como un don, no supondrá ningún sufrimiento.

Cuando el afán de posesión supera a la libertad, el amor se transforma en celos. Así, para cuantificar y medir la resistencia de la fidelidad, llega la locura de intentar poner a prueba al compañero, como muestra el *Orlando furioso* (1532) de Ariosto con el episodio de Rinaldo y el caballero del vaso de oro. Un vaso encantado que permite al bebedor saber si su esposa le es infiel, pero que al serle ofrecido, Rinaldo rechaza porque «(…) buscar lo que no se quiere hallar sería como hacerse daño a sí mismo (…)» y que tiempo después, Cervantes recoge en *El curioso impertinente* (dentro de *Don Quijote de la Mancha*) con las figuras de los amigos Lotario y Anselmo donde Anselmo pide a su amigo que tiente a su mujer pero Lotario se niega ya que si la mujer se resiste, el marido no será más amado de lo que es, pero si cede el propio Anselmo será la causa de su deshonra.

La posesión, revela entonces un enemigo del amor, del amor por el conocimiento, como dice Rainer Maria Rilke en una de sus cartas: «No nos hacemos ricos porque algo permanezca y se marchite en nuestras manos (…)»

Por último, la verdad, de la que habla Platón en el *Banquete* (385–370 a. C.) mediante el amor. El filósofo, enamorado de la sabiduría, tiene la vocación de perseguir la verdad eternamente mientras consideremos que queda alguna por descubrir. Lo que cuenta no es abrazar la sabiduría total sino la aproximación a ella, la *alétheia*, el desvelamiento progresivo de la verdad y no el fin de llegar a una verdad absoluta.

Porque importa más correr con dignidad que ganar la carrera y, así, no sólo merece honor el ganador de la misma sino todos aquellos que fueron dignos de ganarla aunque no lo consiguieran. La *dignitas homini*, como explica el escritor alemán Lessing: «(…) no reside en la verdad que uno posee o cree poseer, sino en el sincero esfuerzo que realiza para alcanzarla.»

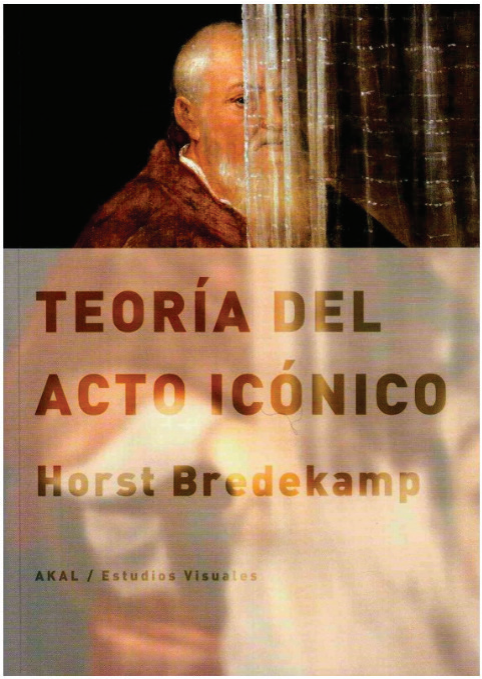
Y porque, de este mismo modo, considerar la verdad como la única posible significa negar la propia verdad, esquivando la necesidad de dialogar, aceptando la duda como un estímulo para no quedarse nunca con una verdad y seguir en su búsqueda constante, manteniéndola así viva y dándonos lugar a la tolerancia. Aportando una enorme riqueza a la humanidad.

En resumen, la búsqueda desinteresada de saber por el saber, entregada a un sincero amor y pasión que nos permita gozar el conocimiento, sirve para *ser* mejores personas.

Y ahora, creo que la pregunta inicial: «¿Para qué va usted a la universidad?» queda respondida.

HORST BREDEKAMP: TEORÍA DEL ACTO ICÓNICO*

CECILIA CALLEJA
Fac. Bellas Artes. Universidad de Granada | ceciliacalleja@correo.ugr.es



Horst Bredekamp (1947, Kiel, Alemania), autor de este libro publicado en 2010, es un historiador de arte alemán reconocido internacionalmente. Amplía sus estudios en arqueología, filosofía y sociología. Su labor de investigación abarca la iconoclastia, la escultura Románica, el arte del Renacimiento y Manierismo, así como la iconografía política, la relación entre arte y tecnología y los medios de comunicación

* Bredekamp, H. (2017) Teoría del acto icónico. (Rudolf Mur, Anna Carolina y Espino Nuño, Jesús, traductores)Colección Estudios Visuales. Madrid: AKAL, 285 págs. ISBN : 9788446038757.

actuales; así lideró, en la Universidad de Humboldt , un equipo de investigación que desarrollaba métodos de mirada crítica, al tiempo que elaboró una teoría sobre la iconología científica, médica y tecnológica, familiarizándose no sólo con el uso de imágenes ilustrativas de diversas teorías científicas, sino también con su proceso de transposición a -o desde- la imagen-diagrama, lo que legitimaría sus argumentos sobre de la influencia de la imagen en la evolución de la ciencia, ante las críticas que recibió este texto como alejado de la Ilustración.

Esta edición, dentro de la colección de Estudios Visuales de Akal (que también contiene la *Teoría de la imagen* de Mitchell) consta de un prólogo del propio autor, introducción, un primer capítulo introductorio a los orígenes y conceptos principales sobre los que se desarrolla su teoría, un segundo capítulo que articula las relaciones entre imagen y teoría a través de la forma-yo, tres capítulos en los que presenta su clasificación del acto icónico; esquemático, sustitutivo e intrínseco, un capítulo final en el que explica la naturaleza del acto icónico y un epílogo en el que analiza el enigmático emblema de Alberti. Tras los agradecimientos, está la bibliografía. Se echa mucho de menos un índice de contenidos, así como más notas a pie de página explicativas de teorías, efectos y conceptos para hacer su contenido más accesible.

En su prólogo a la edición en español explica brevemente la acogida que tuvo su Teoría del Acto Icónico, en su origen una clase magistral que dio en el 2016 en la Universidad Humboldt, y contextualiza su visión dentro de la Filosofía del embodiment, que discurre sobre del cuerpo como sustrato de nuestros procesos cognitivos en tanto en cuanto la mente, el cuerpo y el mundo externo forman parte de un mismo sistema; así como con la tradición de la iconología de Warburg. Por ese entonces comenzaba a ser más reconocido en España a raíz de la exposición en el Museo Nacional Reina Sofía de su *Atlas. How to Carry the world on one´s back,* en el 2010, y con la que Bredekamp esperaba homenajear las aportaciones de este autor en España.

Como anota en la introducción, escribe este libro en el contexto del reciente giro icónico (*iconic turn*) en la perspectiva de los estudios de filosofía y humanidades, que centra sus reflexiones en la imagen. Un giro provocado ante la incapacidad de la lingüística de responder ante el aumento del flujo de imágenes asociado a las nuevas tecnologías, y que lleva a la creación de más imágenes en contestación; la aprensión e impotencia frente a los posibles efectos de este hecho, los usos estratégicos a nivel político y militar a través de los *mass media*, su influencia en la investigación científica, así como en el Derecho, necesitando de una adaptación legal, son las razones principales que han llevado a Bredekamp a formular esta teoría de la imagen.

A mi juicio, estas razones también serán el verdadero hilo de reflexión del libro en un recorrido por las diferentes manifestaciones del acto icónico, enlazando lo pasado con lo presente de estas facetas a lo largo de la historia. A esto quedaría subordinada la clasificación que propone del acto icónico, cuyo análisis considero que (desde mi ignorancia) es una forma de estructurar la información para responder a estas cuestiones, educando la mirada de forma muy inspiradora y aproximándose a algunas de las eternas paradojas. Pero no creo que su clasificación sea una herramienta lo suficientemente accesible para aplicar a la hora de intentar determinar el porqué, cómo y cuánto poder tiene una imagen de articular una realidad. En mi opinión, para fomentar la mirada crítica de todos, sería necesario un esquema más intuitivo y simple del que presenta al final del libro, que a su vez permitiese la profundización.

El giro icónico actualmente tiene dos vertientes; por una parte, la estadounidense, encabezada por W. J. T. Mitchell, que tras formular su teoría de la imagen -en ella se denomina *giro pictorial*- buscando las relaciones entre discurso e imagen, antepone la necesidad del desarrollo de la crítica cultural al tener en cuenta el uso de la imagen como herramienta política y social. Por otra parte, la alemana, con Gottfried Boehm, que se focaliza en la crítica de la imagen como sujeto con poder y trascendencia. Bredekamp se situaría en la corriente alemana. Ambas vertientes coinciden tanto en la urgencia de este giro, como a su origen, en reacción a la creencia en Occidente de que el lenguaje verbal es la vía principal de conocimiento (logocentrismo), dentro de la cual se ha desdeñado el poder de la imagen, reduciéndola a mera representación de una realidad.

Entre la introducción y el primer capítulo de Teoría del Acto Icónico se plantea la analogía con el giro lingüístico que se dio a mediados del S.XX; en éste se partía del lenguaje, no sólo como medio descriptor de una realidad, sino con la capacidad de articular realidades y, en consecuencia, generar acciones a partir del "acto del habla". Por medio del análisis de este acto se realiza una comparación en busca de la correspondencia con el "acto icónico", y así poder definirlo.

En primer lugar establece la actividad de la imagen, considerada habitualmente como un medio pasivo, en su capacidad como sujeto de hacer reaccionar; la sitúa no "en el lugar de las palabras, sino en el de quien habla" (p. 35), afirmando su autonomía, más allá de la autorregulación formal, afirma su vida y existencia propia, tal como hace Mitchell, estableciendo que su relación con el lenguaje no es de oposición sino de apoyo. La imagen llevaría a cabo "actos expresivos"

a través de su forma -como ocurre en el "acto del habla"-, y ésta, como medio expresado, constituiría al mismo tiempo la esencia de la imagen (p. 35).

Teniendo en cuenta que tanto las obras de arte como los objetos tienen la potencia de ser activos icónicamente, se podría comparar la actividad esencial de la imagen con la capacidad del ser humano de expresarse a través de imágenes -una de las determinaciones de la esencia de nuestra especie- comenzando por las de su propia gestualidad, es decir, tomándose a sí mismo como imagen. De esta forma se alinea con la filosofía del cuerpo (*embodiment*) que intentará reconciliar con la tradición de la Ilustración y la ciencia, sobre todo en el último capítulo.

Parte de una especie de animismo mágico de las imágenes, adoptando como lema del libro una sentencia de Leonardo da Vinci con respecto a una obra cubierta por un velo, como era costumbre en la época; "*no descubrir, si amas la libertad, porque mi rostro es cárcel de amor*" (p. 9). Así apela al potencial cautivador de las imágenes. Este motivo se utilizará para ilustrar la portada de esta edición bajo la forma del retrato del obispo Filippo Archinto, semicubierto por una cortina transparente en la propia pintura realizada por Tiziano, al mismo tiempo que otro velo cubre hasta los hombros al personaje, en el cual se inscribe el título y autor del libro. Con esto se afirma doblemente este poder de las imágenes de condicionar la libertad del observador, que Aristóteles ya habría explicado por medio del concepto de *enárgeia (*fuerza, capacidad de acción) dentro de su Poética, que surgía como consecuencia de tener ante los ojos algo aparentemente vivo, por lo tanto actuando sobre el observador.

La *enárgeia* sería originalmente la manifestación de la eficacia de las imágenes lingüísticas, y se aplicaría durante el Renacimiento a las artes visuales, pero antes Platón se habría referido al acto icónico directamente; el estatus inferior que había conferido a las imágenes como obstáculo a la Verdad en el Mito de la Caverna, se vería confrontado a lo expuesto en su Alegoría de la Línea, en la que expone que el pensamiento abstracto tiene necesariamente su base en la percepción sensible. De esta forma la imagen es parte y medio de la Verdad, están unidas, al tiempo que no podría tener existencia verdadera por el hecho de ser una percepción de la materia. Para pacificar esta confrontación de opuestos, Platón también expondría que sólo mediante el "arte de la omisión"se puede mostrar la esencia de lo representado (p.25).

El autor nos señala que la lógica de la imagen descansa en esta paradoja, y desde ella parte su reflexión en torno al acto icónico, del que seguirá desarrollando su genealogía a través de autores como Lacan, Heidegger, Austin, Kjorup... o Boehm en su concepto de "diferencia icónica"; a través del arte prehistórico queda patente que la funcionalidad tiene su lado estético, algo que también puede verse en la naturaleza, y el ser humano tiene el impulso de aislar las creaciones naturales en imágenes. Éste aislamiento constituiría la "diferencia icónica" que forma parte de la definición de la imagen.

En el segundo capítulo, muy interesante, se ocupa de la *forma-yo* desde sus orígenes, como manera de ilustrar la teoría del acto icónico; a través de la inscripción y/o firma en, por ejemplo, una copa, se vislumbra la conciencia del creador del objeto, de la vida autónoma del artefacto, comparándose la relación que mantendrían con la de un padre/madre con su hijo/a, o la de una deidad creadora con su criatura, incluyendo sus diferentes matices; la obra apóstata de su dios, la obra/hijo desagradecido... incluyendo poco a poco a los demás actores; el observador, el poseedor, el que hizo el encargo y el que recibió el regalo, o el utilizador. Entonces aparecen las "obras parlantes" que contienen en sus inscripciones sortilegios, o que incluso llegan a sostener discusiones políticas entre ellas, protegidas de las consecuencias de la censura. Destaca entonces la mirada lacaniana que devuelven los objetos al observador, y al objeto capaz de desatar emociones ya que, citando a Warburg, "el Yo está en continuo proceso de formación y protección, puede a través de las imágenes recibir apoyos, pero también heridas" (p. 13)

Una vez en el punto en el que Bredekamp ha mostrado el alejamiento de la obra con respecto a su/s creador/es, los acerca de nuevo en la forma de autorretrato o la representación del autor que revindica su vida pidiendo su muerte -como en algunas obras de Saint Phalle-, así como la solución a la paradójica inversión de los papeles; el creador de una imagen de Jesucristo, por ejemplo.

Este tipo de obras dan, según el autor, "el terreno sobre el cual se puede desplegar la teoría del acto icónico" (p. 75) y que nos introducen a la clasificación propuesta comenzando, curiosamente, no por el acto icónico sustitutivo, que a mi entender sería lo lógico dado el curso de la reflexión, sino por el acto icónico esquemático.

Esta denominación, que puede llevar a confusiones, proviene del *schema* platónico, en el que por convención social se crea un conjunto de criterios formales que se asocian a los modelos de conducta

ejemplares en una cultura. Éstos, por tanto, podrían provocar una reacción mimética en el observador; la imagen como preservadora de normas sociales, conteniendo unas formas estereotipadas, una iconografía fácilmente reconocible. Estos *schemas* se aplicarían en las imágenes vivientes, los *tableaux vivants,* que suprimirían la distancia cuerpo-imagen, y que se alimentarían de la iconografía de los artefactos y a la inversa, llegándose a mezclar a partir de la aparición de la fotografía y el cine. Con el mito de Pigmalión como principal referencia, entramos en un laberinto de relaciones que discurre por los caminos de los autómatas o las creaciones orgánicas biofácticas, pasando por la danza, la performance y la ilusión de movimiento y vida en esculturas, muñecos o pinturas.

El discurso parte de la acción de las neuronas especulares en la mímesis, y sigue por la paradoja del nacimiento de la empatía que plantea Worringer, confrontada a la de Vischer, en la que no habría un reconocimiento de lo vivo fuera del yo, sino la proyección del yo en lo diferente de mí mismo. Y entre las emociones que activarían las obras se encontraría el miedo que puede suscitar tanto el reconocerse, como el no poder reconocerse en el otro, si se trata de un artefacto. Entonces entraríamos en el acto icónico sustitutivo.

En este cuarto capítulo se trata el intercambio de imagen y cuerpo entre sí, cuando "los cuerpos son tratados como imágenes y las imágenes como cuerpos" (p. 129), con lo que el laberinto continúa; tras haber encontrado el punto de máximo acercamiento cuerpo-imagen, vuelve a haber una inversión de roles, y entre sus implicaciones puede estar la muerte; desde el momento en el que se ha castigado a una imagen ante la ausencia del cuerpo, así se ha castigado al cuerpo cuando el objeto de castigo en principio era una imagen. Un ejemplo claro serían las dinámicas de las luchas iconoclastas, en múltiples niveles y lecturas, que surgen en épocas de intensos conflictos políticos, sociales y religiosos.

Investigando los orígenes de la tradición de identificar el cuerpo con su imagen, se toma como ejemplo significativo la *Vera icon* -y sus representaciones- del *Mandylion;* la tela con la que se enjugaría el rostro del Cristo ensangrentado antes de ser crucificado, en la que quedaría impresa la imagen de su cara, considerada como reliquia; el rostro es imagen, pero está constituido, entre otros, por la sangre en la que, la noche antes, se había transubstanciado el vino, para seguir en el mundo corporalmente. Aunque la materia fuera inorgánica, "el cuerpo está presente en plenitud". Este principio llevó al desarrollo de las técnicas que culminarían en la fotografía, y que son aún consi-

derados y utilizados como confirmación de hechos, tanto a nivel legal como en los mass media, construyendo percepciones de la realidad que son, a menudo, fruto de la manipulación.

Esto enlaza con una idea enunciada en la introducción; si la imagen es algo vivo, tiene derecho a la vida y, siendo sujeto de Derecho, además de derechos, tendrá obligaciones para con la sociedad. Apuntando otras relaciones de la imagen con la seguridad jurídica, como sellos, monedas, imágenes infamantes, algunos filósofos modernos como Hobbes han dado cuenta de la presión a la acción que ejercen las imágenes en política, y la utilidad de las "estrategias visuales", o de la influencia de la variabilidad de los símbolos icónicos, con una vigencia especialmente importante hoy en día.

En el acto icónico intrínseco, habla de la forma más pura de la imagen y la más potente; la forma en tanto que forma. Ésta se encuentra activa tanto en la naturaleza como en el artefacto. Comienza con una alusión al "efecto Medusa", por el que el que el observador queda paralizado muerto ante la visión de una imagen (cabeza de la medusa) aún una vez separada del cuerpo, retornando a las razones que llevaron a Leonardo da Vinci a advertir sobre las consecuencias de desvelar la imagen.

Se centra ahora en algunas de las cuestiones formales que más influencia tienen; desde la potencia de la imagen de una mirada -en un "quiasmo" con la mirada del observador-, los pequeños detalles que influyen subliminalmente en la percepción, el poder de absorción de la perspectiva frontal, las implicaciones del color como "factor vivificante", la expansión -o sugerencia de expansión- de los formatos... me parece muy interesante su reflexión sobre el punto; la imagen de lo inmaterial como transgresión, que nos acerca a la comprehensión del proceso que lleva de la nada a lo infinito. La representación de las fuerzas que superan nuestro entendimiento reclamaría la *creatio,* más allá de la mímesis, con la que forman un par de opuestos. *Creatio* que se activaría también en lo procesual, como por ejemplo, en ciertas prácticas chinas en las que el artista se posiciona como medio de una energía creadora independiente de él.

Nos introduce al *pathosformel* acuñado por Warburg; fórmulas culturales de gestos y acciones a través de las cuales se expresarían emociones intensas en momentos de fragilidad, cuya buena utilización en la conformación de una imagen intensificaría la *enárgeia*, que a su vez activaría más eficazmente al observador, tanto si se trata de una obra de arte como de objetos cotidianos. Las imágenes mostra-

rían el conflicto a resolver (generalmente la superación del miedo a la muerte) generando un espacio para pensar a partir de una especie de *catarsis* durante la observación desde el distanciamiento, que desembocaría en el alivio al desaparecer tal distancia, configurando así un ritual desde la experiencia estética.

En el capítulo final, el que más me ha emocionado, acerca al cuerpo estos movimientos estereotipados de las imágenes, declarándolos metáfora en sí mismos, como la expresión de un pensamiento, de acuerdo con Cassirer. Y siendo el humano un animal (*animal symbolicum*), retoma la vuelta hacia la naturaleza (y hacia la naturaleza del acto icónico) a través del tratado de etología de Darwin que llevó a Warburg a profundizar en la Teoría de la Evolución. En esta obra de observación de la naturaleza se pudieron determinar algunos de los procesos de selección natural; la supervivencia del más fuerte, la selección sexual, y el instinto de huída. Éstos funcionan con baremos diferentes -entre los que destacaría que la función de atracción sexual de la belleza, no se da por seguir un canon basado en simetrías, sino por una cierta variabilidad que distinguiese a la criatura de las demás-.

Éstos procesos se manifiestan visualmente por acción de la "Naturaleza ornamentadora", y se han clasificado según su función, como decorativa, intimidatoria y de camuflaje; el observador humano ha podido identificarlas como imágenes, abstrayéndolas de su entorno, demarcando su "diferencia icónica", para llegar a hablar de ellas como "verdaderas obras de arte", es decir, reaccionando a su estímulo. Esto evidenciaría la paradoja subyacente en la definición de la imagen que precisa un mínimo de intervención humana, pero Bredekamp también indica que "los artefactos se han distanciado tanto de la unión directa de imágenes y cuerpos, que en ellos el acontecer de forma y efecto se despliega de manera autónoma" (p.235).

El autor propone que el instinto de creación de imágenes en el ser humano pueda provenir de su instinto de mímesis de la actividad creadora de la naturaleza -o como se quiera llamar a su fuente-. El primer soporte de la creación de la imagen sería su propio cuerpo; la decoración del cuerpo como forma de diferenciación de los demás, forma parte de un proceso que va de la autoconciencia a la autocreación de la identidad, con base en la organización social, a la que ya apuntaba Platón en su República. Sería a partir de este punto que comienzan a surgir las diferentes manifestaciones de la imagen asociadas, con mayor o menor cercanía, al propio cuerpo y desde donde se comienzan a clasificar las diferentes artes.

Para responder a las acusaciones de animismo de lo supuestamente inorgánico -un objetoimagen-, contesta con la siguiente reflexión; "si la materia misma creó vida, este principio vital tiene que serle inherente desde el inicio" (p.239), una cuestión que se hace cada vez más profunda, por ejemplo, desde la física cuántica, y que expone como conciliación a extender a todas aquellas dicotomías reforzadas a través del lenguaje e irresolubles a través de la razón. Entonces hace énfasis en que el derecho a la vida de las imágenes incluye, aparte de su cuidado y utilización, la crítica de las mismas, pues generan experiencia y acciones, aun cuando hayan sido creadas sin una finalidad; "tampoco les hace falta, pues hay relaciones por doquier, y las relaciones son la vida" dice Goethe en una nota a pie de página (p. 243). Terminaría con una reflexión un tanto confusa sobre las consecuencias de privilegiar el rol del autor de las imágenes que -interpreto- provocaría una pérdida de posibles significados en relación con el entorno, rompiendo en este sentido, con la tradición romántica del artista.

En el epílogo utiliza el emblema del ojo alado que usaba Alberti y lo analiza, como ya hicieran Hans Belting y otros, junto a su inscripción "*quid tum*" ("y ahora ¿qué?"). Asumiendo su enigma, lo califica de "custodio del acto icónico" junto con la frase-lema de Leonardo da Vinci que ha acompañado todo el libro desde la introducción.

El acercamiento-alejamiento entre cuerpos e imágenes, con la tensión que provoca en el observador, tiene un peso importante en el libro, donde este juego se traduce, a mi parecer, a una estructura de reflexiones en espiral; plantea al comienzo una serie de problemas o de ideas originarias que se mantienen presentes conforme avanza, dosificando su argumentación y superponiéndolas hasta el final, donde Bredekamp admite en boca de Peirce, que el acto icónico pertenece a las verdades "que no dependen de nuestro intelecto sino de la naturaleza" (p.239). Aun así, se sitúa en un campo conciliatorio frente a la contradicción y paradoja de "las configuraciones de los objetos naturales y los artefactos humanos" ya que "no existe contraposición alguna, sino continuidad" (p. 237)

Me ha llamado la atención los contrastes entre la aridez en la lectura de ciertos pasajes en comparación con la facilidad de otros, unos cambios que unas veces achacaba a defectos en la traducción -que los hay, a pesar de que el autor mismo alababa la labor de la traductora-, y otras a mi poca familiaridad con la terminología, teorías o complejidad del análisis. Pero viniendo de un autor familiarizado con la lingüística, con suficiente experiencia en la escritura de ensayos,

tengo la suspicacia de ver posibles intencionalidades en su forma; por una parte, tal vez intente ilustrar el hecho de que la reflexión sobre las imágenes es la aliada del lenguaje, ya que le exige llegar a sus máximos por la rigidez de la clarificación conceptual (p.37) del conocimiento transmitido por las imágenes, cuestión que fue el origen del *iconic turn*. Por otra parte, podría deberse a la búsqueda de un efecto en la reflexión análogo al que provocan los giros dramáticos del cine o el teatro en las emociones; tal como un momento cómico antes de una escena violenta incrementa el impacto emocional de ésta última, así unas páginas que obliguen a esforzar el cerebro a su máximo ayudan a una comprensión más profunda de los pasajes (espero) principales. O podría ser que estas especulaciones sólo sean un falso consuelo a mi falta de entendimiento.

NOTAS BIOGRÁFICAS

NOTAS BIOGRÁFICAS

Sergio García Sánchez **(sgarcias@ugr.es)**

(Guadix, 1967) Doctor en Bellas Artes con una tesis sobre Comic multilineal Dibujante de cómic, ilustrador y profesor de Universidad. Como dibujante de cómic ha publicado con las editoriales Dargaud, Delcourt, Glénat España, Dupuis, Dibbuks ó Toon Books. Como ilustrador ha trabajado para Santillana, Ediciones SM, EDEBÉ, Actes Sud y The New York Times entre otros. Como profesor de Universidad, imparte docencia de grado (ilustración y cómic) y master (cómic experimental) fundamentalmente en la Facultad de Bellas Artes de Granada, aunque colabora eventualmente con el master de BD de la EESI y la Université de Poitiers. Sus líneas de investigación tienen que ver con la narración multilineal, formatos alternativos de impresión y cómic experimental. Su última publicación es *El Cuerpo del Delito* con Antonio Altarriba (Astiberri, 2018). En 2019 ha expuesto en el Centro Guerrero junto con Max y Ana Merino: *Viñetas Desbordadas* (2019) y está preparando otra para el Museo Picasso de París en 2020**.**

Julio A. Gracia Lana **(julioandresgracialana@gmail.com)**

(Zaragoza, 1989) Doctor en Historia del Arte con la tesis Intermedialidad en el cómic adulto en España (1985-2005). De la historieta a la pintura, el audiovisual y la ilustración (Universidad de Zaragoza). Ha realizado estancias de investigación en la Universidad Complutense de Madrid y en la Université Clermont Auvergne. Autor del monográfico *Las revistas como escuela de vida. Diálogos sobre el cómic adulto (1985-2005)*, editado dentro de la colección Grafikalismos (Universidad de León y Eolas Ediciones). Ha publicado varios capítulos de libro, contribuido en volúmenes de actas de congresos y realizado artículos para revistas especializadas. Ha participado asimismo en la coordinación de varias obras, entre *ellas Nuevas visiones sobre el cómic. Un enfoque interdisciplinar* (Universidad de Zaragoza).

Javier Iáñez Picazo (javierianez@gmail.com)

(Granada, 1997) Estudiante de la Facultad de Bellas Artes de Granada. Implicado en diverso proyectos formativos y curatoriales: organizador del *Festival Edi-Tables 2020* (Facultad de Bellas Artes de Granada), coordinador de *Laboratorio Comisarial* IV edición (Centro Mediterráneo, Granada) y co-organizador y comisario del programa *Circuitos_363º* para la Universidad de Granada entre otros. Creador y editor de la publicación mensual independiente *Alcanfor*, ha colaborado en distintas publicaciones y catálogos relacionados con el arte. Actualmente realiza investigaciones sobre Estéticas spam: imagen violenta en Internet y terrorismo creativo y sobre tendencias en la pintura post-internet. Ha sido comisario de exposiciones individuales como *I miss something that never* happened (La Empírica, Granada) de Enrique Res, y muestras colectivas como *Aguas residuales* (Sala de Exposiciones de la Facultad de Bellas Artes de Granada, junto a Cristina Muñoz del Águila). También es comisario dentro de la Oficina CO2, que ha realizado proyectos recientes como *Fajalauza: de aquellos barros, estos lodos* (Palacio del Almirante, Granada) o *Noise is (not) data* (Festival de arte virtual, La Madraza, Granada). También intenta desarrollarse en la escritura y crítica cultural publicando artículos regularmente en su web-blog: www.javierianez.com

Matt Madden (matt@mattmadden.com)

(Nueva York, 1968) Dibujante, profesor, traductor y editor. También es el representante americano de Oubapo, Taller de la Historieta Potencial. *99 ejercicios de estilo* fue publicado por primera vez en Estados Unidos por la editorial Penguin Books, y ha tenido gran éxito en Japón, Francia, Italia, Bélgica, y en España, donde lo publicó Sins Entido en 2007.

Comenzó su carrera profesional auto-editando minicómics en Ann Arbor, Michigan a comienzos de los 90. Después de que varias de estas piezas apareciesen en publicaciones, la primera novela gráfica de Madden, *Black Candy*, fue publicada por Black Eye Books en 1998, seguida por *Odds Off*, publicado por Highwater Books en 2000. A mediados de los 90, Madden comenzó a escribir para *The Comics Journal* y otras publicaciones y desde 2001 enseña en la *School of Visual Arts* y anima talleres por todo el mundo. En 2013 fue nombrado *Chevalier dans l'Ordre des Arts et des Lettres* por el gobierno francés.

Con su esposa, la también autora Jessica Abel, han escrito dos libros de texto sobre cómo hacer los comics, *Drawing Words & Writing Pictures* (2008) y *Mastering Comics* (2012). También fueron responsables de la serie *The Best American Comics* durante seis años.

Actualmente reside en Philadelphia, Pennsylvania en los Estados Unidos, con Abel, y sus hijos Aldara y Jasper. Trabaja sobre varios nuevos proyectos y traduce cómics del francés y, a veces, del español.

Roberto Massó (robmasso@gmail.com)

(Cáceres, 1987) Licenciado en Bellas Artes. Es uno de los dibujantes más activos del cómic español de vanguardia. Ha crecido artísticamente sin duda gracias a su estrecha vinculación con el mundo de los fanzines y la autoedición. Su investigación se dirige en torno al lenguaje y al propio concepto del cómic. Junto a otros autores forma parte de una nueva manera de entender las formas y los formatos tradicionales del comic. Su últimas obras son *Zona hadal* (Fosfatina), *El ruido secreto* (Spiderland/Snake) ambas de 2017 y en 2019 *Cadencia* (Fosfatina) y *El Relato de Hernando de Bustamante. La odisea de la primera vuelta al mundo* (Fundación Academia Europea e Iberoamericana de Yuste. 2019). También ese mismo año hizo una incursión expositiva con el título *Secuencia y Cadencia* en la Sala Santa Clara de Mérida.

Eva Navarro Martínez (eva.navarro@hmca.uva.es)

(Granada, 1973) Doctora en Humanidades y en Filología Hispánica, escritora y artista plástica. Ha estudiado Arte en la Gerrit Rietvel Academie de Amsterdam y ha realizado el máster en Investigación Artística (Universidad de Amsterdam) y el máster en Comunicación con fines sociales de la Universidad de Valladolid. Actualmente es profesora de Teoría Crítica de la Cultura y Alfabetización Mediática en la Universidad de Valladolid, Segovia, donde forma parte de la Cátedra de Estudios de Género. Ha dado clases e impartido conferencias en diferentes universidades y centros europeos.

Ha publicado el libro de poemas *El viaje a tierra de fuego* (Madrid, 2006) y *Parque de atracciones* (Granada, 2013) y ha coordinado la *Antología de la Poesía Holandesa Actual* para la *Revista Internacional de Literatura y Teatro Alhucema* (Granada, 2010). También ha publi-

cado *La novela de la Generación X* (Granada, 2008) y editado el libro colectivo *Huellas de la ciudad: un proyecto de Arte y Educomunicación* (2012), además de numerosos artículos y capítulos de libro sobre crítica de la cultura, intertextualidad y Educación Mediática con perspectiva de género.

Miguel Peña Méndez (amiguel@ugr.es)

(Sabadell, 1963) Licenciado en Historia del Arte y Doctor en Bellas Artes. Profesor titular del Departamento de Pintura de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Granada. Realizó su tesis doctoral sobre la "Evolución de la influencia de Extremo Oriente en la Pintura Occidental". Es director del Grupo de Investigación "Tradición y modernidad en la cultura artística contemporánea (HUM736)" y dirige la revista *Papeles de Cultura Contemporánea*. Sus campos de interés se encuentran en las prácticas artísticas de mediados del siglo XX, centrándose en todo lo que gira en torno a los fenómenos plásticos producidos alrededor del Expresionismo Abstracto norteamericano y el cómic de vanguardia de los años 60 y 70 y los procesos de artificación del comic. Entre sus últimas publicaciones ha escrito sobre los Marcel Duchamp y el humor gráfico (2018) y los cómics de Ad Reinhardt (2019). También desarrolla obra artística: la última en el Instituto de América de Santa Fe titulada *El Devenir de las Imágenes* (2019). Con respecto a la narración gráfica ha publicado *Mundo Científico* (2019).

Mª Regina Pérez Castillo (reginapatina89@gmail.com)

(Loja, 1989) doctora en Historia del Arte por la Universidad de Granada. Comienza a colaborar como crítico de arte para Diario de Sevilla (Grupo Joly) en 2011. En junio de 2012 comienza a escribir para la revista digital La Raya Verde y lleva a cabo su primer trabajo de comisariado, en la galería AJG de Sevilla, con la exposición Segunda Mirada. Desde 2012 viene expandiendo su actividad como crítico de arte a otros periódicos locales (Granada Hoy o Málaga Hoy) y otras plataformas virtuales de arte contemporáneo como MAV (Mujeres y Artes Visuales, 2013) o PAC (Plataforma de Arte Contemporáneo, desde 2016). También ha continuado su carrera como comisaria llevando a cabo exposiciones como Tiempos Canallas (2013), la octava edición de FACBA (2016), vinculada a la Facultad de Bellas Artes de Granada; o des Arraigo, dentro del programa INICIARTE de la Junta de Andalucía.

Actualmente continúa colaborando con Diario de Sevilla y codirige la sección Millennials en la plataforma PAC, dedicada a jóvenes artistas y comisarios. Su figura es requerida en jurados de becas y concursos, así como por otras instituciones, artistas y galeristas que le solicitan textos para catálogos. En julio de 2019 publicó su primer libro, Gestión y diseño de exposiciones temporales (Síntesis), en el que desarrolla las fases del trabajo de un gestor y comisario.

Su ámbito de trabajo se ha movido entre la gestión cultural, la curaduría, la investigación, la comunicación y la crítica de arte; si bien su carrera se ha volcado, principalmente, en el joven arte andaluz (artistas menores de 35 años), Regina ha desarrollado proyectos curatoriales de marcado carácter social en los que se critica y reflexiona sobre ciertos aspectos políticos como la crisis económica (Tiempos Canallas, 2013) o la inmigración (des Arraigo, 2017).

Gerardo Vilches Fuentes (gervilches@gmail.com)

(Madrid, 1980) es licenciado en Historia (UCM), Máster en métodos y técnicas de investigación y doctor en Historia (UNED) con una tesis doctoral sobre las revistas satíricas de la transición española. Es profesor en el Departamento de Educación de la UEM. Ha publicado *Breve historia del cómic* (2014), *El guión de cómic* (2016) y coordinado *Del boom al crack: la explosión del cómic adulto en España* (2018), además de participado en varios libros teóricos sobre cómic. Ha publicado artículos en revistas científicas como *Historia del presente*, *Ayer*, *European Comics Art* o *Neuroptica*, y participado en diversos congresos y jornadas con ponencias y comunicaciones sobre cómic. Ha sido comisario de la exposición *Cómic 20* (Injuve, 2018) y es editor de la revista académica *CuCo, Cuadernos de cómic*.

Martin Vitaliti (martinvitaliti@gmail.com)

(Buenos Aires, Argentina, 1978) es artista visual y su trabajo es una investigación sobre las lógicas de la representación. Su trabajo se ha centrado en el análisis de los códigos de la narración verbo-icónica del cómic, para reflexionar sobre este lenguaje como una construcción narrativa más del arte contemporáneo. Utiliza una metodología cercana a la apropiación, donde toma prestadas referencias de la subcultura que le permite examinar el proceso creativo y desmitificarlo, abordando temáticas como la cita, la autoría, la creación, la repro-

ducción y/o la originalidad, al tiempo que rinde homenaje a estos autores de la novela gráfica. Los formatos utilizados para desarrollar su trabajo han transitado la imagen, la instalación, el video y/o la publicación. Entre estas últimas destacan Líneas cinéticas (Save As… Publications, 2009), Didascalias (Save As… Publications, 2013) y Fondos (Save As… Publications, 2013), una trilogía sobre los recursos gráficos para la representación temporal y espacial del cómic; o 360º (Arts Libris – Walther Konig, 2016), una publicación que mediante el recurso cinematográfico de la panorámica reconstruye el espacio congelado que habitan los personajes.

Sus trabajos expuestos más recientes incluyen: 9:12/3, Barcelona Gallery Weekend, Composiciones programa curatorial (Barcelona, 2017); Los dos pañuelos de Diana, Galería etHALL (Barcelona, 2017); #134, en la exposición If walls Are Trembling, Lisa Kandlhofer Gallery (Vienna, 2016); En otro lugar, en la exposición Casa-estudio-callebarrio, CentroCentro (Madrid, 2016) Light Ink, en Fummeto Comix-Festival (Luzern, 2016); #121, Document Art Gallery (Buenos Aires, 2015); #71, en la exposición Microfísica del dibujo, Espazo Normal (A Coruña, 2015); … , Galería etHALL (Barcelona, 2014); En el fondo nada ha cambiado… Museo ABC (Madrid, 2013); #17, en la exposición Generación 2013, La casa encendida (Madrid, 2013); #56, en la 8ª Biennal d´Art Leandre Cristòfol, Centre d´Art La Panera (Lleida, 2013). Su obra está presente en numerosas colecciones públicas y privadas.

CRÉDITOS

DIRECTOR

Miguel Peña Méndez

SECRETARIA

Ximena P. Hidalgo Vásquez

EDITA

Grupo de investigación: HUM 736 Tradición y modernidad en la cultura artística contemporánea

Editorial Universidad de Granada

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Diseñahora - Diseño editorial / diseñahora.es

CONSEJO DE REDACCIÓN

Miguel Peña Méndez

Ximena P. Hidalgo Vásquez

María Regina Pérez Castillo

Luis David Rivero Moreno

COMITÉ ASESOR

Ignacio Henares Cuéllar(Universidad de Granada)

Julio Flores (IUNA de Buenos Aires)

Marisa Sobrino Manzanares (Universidad de Santiago de Compostela

Ascensión Hernández Martínez (Universidad de Zaragoza)

Julia G. Portela Ponce de León (ISA de la Habana)

I.S.S.N 1695-8284.

E-I.S.S.N. Edición electrónica: 2254-5646

Depósito legal: GR300/03

Periodicidad:anual

Coordinador n º 22: Miguel Peña Méndez - Mayo 2020:
Procesos de artificación en elcómic

Ilustración de portada: Martin Vitaliti. # 66. Collage. 2012 (apartirde: BYRNE,John (1987); Superman, nº16; Ediciones Zinco: Barcelona, 1987).

Agradecimientos

El equipo editorial quiere agradecer muy especialmente a los autores su participación en este número de la revista así como a los miembros del Consejo de Redacción y del Comité Asesor .

Un reconocimiento especial a todas aquellas entidades que han apoyado económicamente este proyecto, en especial a la Junta de Andalucía, a la Universidad de Granada, a la Facultad de Bellas Artes y a su Departamento de Pintura.

También quisiéramos reconocer la labor prestada como revisores a Miguel Ángel Moleón Viana e Ignacio Belda Mercado. Agradecer a Simón Zabell su colaboración en la traducción al inglés de algunos textos y a Enrique Peña Sillero por la transcripción de la entrevista a Sergio García.

A las editoriales Astiberri e Impedimenta por su cortesía a la hora de permitir la reproducción de las páginas de los libros Hicksville de Dylan Horrocks y La levedad de Catherine Meurisse respectivamente. A Miguel Gallardo por la autorización para reproducir sus viñetas. A Jorge Bravo y la Galería EtHall por su generosidad y las facilidades ofrecidas a la hora de proporcionarnos las imágenes de las obras de Matt Madden.

Igualmente agradecer todas las muestras de colaboración, apoyo, disposición o simplemente por el interés mostrado hacia este número a: Marc Charles, Ángel de la Calle, Rich Tommaso, Marika Vila, Michael Kupperman, Javier de Castro, Francis Olislaeger, Stephanie Leinhos, Paco Baena, Oscar Raña, José E. Martínez, Rayco Pulido, Antonio Hitos y Breixo Harguindey.

El copyright de las imágenes y los textos es de sus respectivos autores.

Esta revista está bajo una licencia de **Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 3.0 Unported.**

http://www.ugr.es/~hum736/
http://www.ugr.es/~hum736/revista%20electronica/INICIO/indexrevista.htm
https://revistaseug.ugr.es/index.php/PCC

CALL FOR PAPER

Próximo número 23

"LA ARTIFICACIÓN DEL ARTE TEXTIL"

Se invita a tod@s l@s investigadores y artistas interesad@s en el Arte Textil, a publicar artículos en la revista de investigación de la Universidad de Granada "Papeles de Cultura Contemporánea", relacionados con el Arte textil.

Desde 2003, nuestra revista se ha dedicado a la difusión de la cultura artística de nuestro tiempo y en este número 23, nuestra mirada abre el espacio a la "artificación", entendida como aquello que definido por referencia a su contexto y usos, puede definirse como arte y con ello, incluír a aquellas disciplinas artísticas que siendo históricas y popularmente consolidadas, aún se debate su condición de arte.

Envío de resúmenes para selección hasta el 1 de Julio de 2020

Envío de textos hasta el 1 de septiembre de 2020

Por ser una revista científica, cada artículo será evaluado por pares y aprobado por el consejo editorial.

Los textos deben ser enviados al correo electrónico:

ximarte@ugr.es

Para cualquier duda o consulta, ponte en contacto a través del correo electrónico arriba señalado o al número:

(+34) 609 925 783

Revista de Investigación Papeles de Cultura Contemporánea indexada en Dialnet, Latindex, MIAR, RESH.

Grupo de Investigación HUM 736
Tradición y Modernidad en la Cultura Artística Contemporánea
Universidad de Granada