

ANDAR Y VER

NUEVOS COMPORTAMIENTOS ARTÍSTICOS

Por Angel MARSÀ

Usted ha oído hablar de los nuevos comportamientos artísticos. Es una cosa que se lleva mucho. Bueno, ahora, lo que se dice ahora mismo, ya no se lleva tanto. Desde que los nuevos comportamientos artísticos tuvieron recientemente una «rentrée» barcelonesa, tirando a macilenta, claro está, muchos se desengañaron y otros se enfadaron incluso un poco, vea usted por donde. Acaso por eso, ni los más recalcitrantes sabios oficiales en la materia osaron intervenir en defensa de esos nuevos comportamientos, o arte-acción, más bien acción indecorosa, como usted mismo pudo comprobar, si tiene tiempo para tales amedidas.

Y todo viene, al parecer, del afán desmedido que sienten algunos por eso que llaman comunicación, que también se lleva mucho. Todo el mundo aspira a comunicarse, no importa con quién, por qué o para qué. Lo bueno es comunicarse, establecer comunicación, como si la vida se limitase a ser una gigantesca Telefónica Nacional. El arte, la literatura, la música, el deporte —además de las quinielas—, son comunicación. Pero la pintura, la escultura, la poesía, la narrativa, son medios de comunicación pasados de moda. Ahora lo que cuenta es la acción, de aquí que el fútbol sea el medio más idóneo para la comunicación de masas.

Por lo demás, ya ve usted. Un arte convertido en acción es lo que necesitamos. Nuevos comportamientos artísticos. Arte conceptual. «Happening». Arte de acción. «Body art». Comunicación actual. Ponga usted la denominación que guste. El repertorio puede ser todo lo abundante que usted quiera. No reñiremos por calificativo o denominación de más o de menos. Cada día aparece un nuevo comportamiento artístico, cuando no aparecen dos, para lo que usted guste mandar.

Pero usted me preguntará, y tiene perfecto derecho a ello, qué quiere decir todo esto, porque usted, a lo mejor, se hace un pequeño lío. Si es así, tranquilícese. No es que usted sea lento de entendederas, o remiso ante la más candente novedad artística. Es que esto, sencillamente, no quiere decir nada. Y, por tanto, requiere un alarga explicación, como todo lo que no quiere decir nada.

No me mire usted con recelo. Hablo completamente en serio. Las cosas son como son y no como uno quisiera que fuesen. Yo aquí, como en tantas otras ocasiones en que usted y yo nos hemos encontrado, me limito a escribir la presentación del catálogo. Aquí, vea usted por donde, un catálogo, o —si usted lo prefiere— un catálogo de —sorprendentes-ocurrencias-fugaces, que surgen, sorprendente —o no tanto—, y desaparecen. Ya ve usted qué sencillo es todo.

Pero ese todo, a poco que usted se fije, es nada. Un catálogo de nada. Si usted no es propenso al vértigo, puede asomarse a ese abismo de la nada que, sobre ser tan recomendado por las agencias de turismo artístico, tampoco constituye novedad digna de ser asomada. Porque los nuevos comportamientos artísticos, etc., son parientes pobres del arte pobre, como éste lo fue del «pop», a su vez pariente lejano de «Dada» nacido en los albores del siglo, entre el estrépito de la primera guerra mundial y los últimos «can-can» de la «Belle Époque».

Ya ve usted, no hay nada nuevo bajo el sol, ni siquiera este nuevo comportamiento artístico de hacerse «pipi» de colores, ya que «Dada» se adelantó en más de medio siglo a elevar un mingitorio a la categoría de obra de arte, y hace un cuarto de siglo esas aguas menores se convirtieron en aguas mayores al ser presentada en una «Mostra» internacional famosa, como obra de arte que fue admitida y exhibida, una botella llena de «algo», con una etiqueta que decía «M... del artista». Como nuevo comportamiento artístico, me parece que este gana a todos los nuevos comportamientos artísticos habidos y por haber.

Pero harán mal quienes se rían, se burlen o se indignen ante ese tipo de manifestaciones «artísticas». Quienes tal cosa hicieren serían reos de haber confundido la táctica con el objetivo, error frecuente. El mingitorio «Dada», como la «M...» de la «Mostra», como el «pipi» de colores de los nuevos comportamientos actuales, como el «happening», el arte-acción, el arte «povera», son manifestaciones artísticas coherentes al contexto de la época. Todo estilo artístico es testimonio de la época en que se produce, y nuestra época no podía ser una excepción.

Es desde este ángulo que debe ser contemplado el ciclo de «Nuevos comportamientos artísticos», recientemente desarrollado en Barcelona, entre una indiferencia bastante generalizada y a todas luces injusta. La convocatoria merecía, en mi opinión, una más clamorosa y apasionada asistencia. Las pequeñas acciones artísticas de Timm Ulrichs, Mario Merz, Wolf Vostell y Stuart Brisley, artistas que protagonizaron el ciclo, merecían mayores concentraciones humanas y una más activa participación del público implicado en la experiencia, como es taxativo en tales convocatorias. Si el público no participa, o se muestra reticente, o simplemente no asiste, los nuevos comportamientos artísticos son meros y macilentos soliloquios. La comunicación —la anhelada comunicación, esa ausente—, no se produce, y todo queda en nada. Esa nada a la que van a parar, una vez consumadas, las pequeñas acciones artísticas de la comunicación actual. Esa nada inmensa, que surge de la fugacidad del arte-acción, que a usted le da vértigo, y a la que, según usted, y según se advierte en las ventanillas de los vetustos trenes —un anacronismo como otro cualquiera—, es peligroso asomarse.

COMUNICACIÓN

ANDAR Y VER

NUEVOS COMPORTAMIENTOS ARTÍSTICOS

Por Angel MARSÀ

Usted ha oído hablar de los nuevos comportamientos artísticos. Es una cosa que se lleva mucho. Bueno, ahora, lo que se dice ahora mismo, ya no se lleva tanto. Desde que los nuevos comportamientos artísticos tuvieron recientemente una «rentrée» barcelonesa, tirando a macilenta, claro está, muchos se desengañaron y otros se enfadaron incluso un poco, vea usted por donde. Acaso por eso, ni los más recalcitrantes sabios oficiales en la materia osaron intervenir en defensa de esos nuevos comportamientos, o arte-acción, más bien acción indecorosa, como usted mismo pudo comprobar, si tiene tiempo para tales amedidades.

Y todo viene, al parecer, del afán desmedido que sienten algunos por eso que llaman comunicación, que también se lleva mucho. Todo el mundo aspira a comunicarse, no importa con quién, por qué o para qué. Lo bueno es comunicarse, establecer comunicación, como si la vida se limitase a ser una gigantesca Telefónica Nacional. El arte, la literatura, la música, el deporte —además de las quinielas—, son comunicación. Pero la pintura, la escultura, la poesía, la narrativa, son medios de comunicación pasados de moda. Ahora lo que cuenta es la acción, de aquí que el fútbol sea el medio más idóneo para la comunicación de masas.

Por lo demás, ya ve usted. Un arte convertido en acción es lo que necesitamos. Nuevos comportamientos artísticos. Arte conceptual. «Happening». Arte de acción. «Body art». Comunicación actual. Ponga usted la denominación que guste. El repertorio puede ser todo lo abundante que usted quiera. No reñiremos por calificativo o denominación de más o de menos. Cada día aparece un nuevo comportamiento artístico, cuando no aparecen dos, para lo que usted guste mandar.

Pero usted me preguntará, y tiene perfecto derecho a ello, qué quiere decir todo esto, porque usted, a lo mejor, se hace un pequeño lío. Si es así, tranquilícese. No es que usted sea lento de entendederas, o remiso ante la más candente novedad artística. Es que esto, sencillamente, no quiere decir nada. Y, por tanto, requiere un alarga explicación, como todo lo que no quiere decir nada.

No me mire usted con recelo. Hablo completamente en serio. Las cosas son como son y no como uno quisiera que fuesen. Yo aquí, como en tantas otras ocasiones en que usted y yo nos hemos encontrado, me limito a escribir la presentación del catálogo. Aquí, vea usted por donde, un catálogo, o —si usted lo prefiere— un catálogo de —sorprendentes-ocurrencias-fugaces, que surgen, sorprendente —o no tanto—, y desaparecen. Ya ve usted qué sencillo es todo.

Pero ese todo, a poco que usted se fije, es nada. Un catálogo de nada. Si usted no es propenso al vértigo, puede asomarse a ese abismo de la nada que, sobre ser tan recomendado por las agencias de turismo artístico, tampoco constituye novedad digna de ser asomada. Porque los nuevos comportamientos artísticos, etc., son parientes pobres del arte pobre, como éste lo fue del «pop», a su vez pariente lejano de «Dada» nacido en los albores del siglo, entre el estrépito de la primera guerra mundial y los últimos «can-can» de la «Belle Époque».

Ya ve usted, no hay nada nuevo bajo el sol, ni siquiera este nuevo comportamiento artístico de hacerse «pipi» de colores, ya que «Dada» se adelantó en más de medio siglo a elevar un mingitorio a la categoría de obra de arte, y hace un cuarto de siglo esas aguas menores se convirtieron en aguas mayores al ser presentada en una «Mostra» internacional famosa, como obra de arte que fue admitida y exhibida, una botella llena de «algo», con una etiqueta que decía «M... del artista». Como nuevo comportamiento artístico, me parece que este gana a todos los nuevos comportamientos artísticos habidos y por haber.

Pero harán mal quienes se rían, se burlen o se indignen ante ese tipo de manifestaciones «artísticas». Quienes tal cosa hicieren serían reos de haber confundido la táctica con el objetivo, error frecuente. El mingitorio «Dada», como la «M...» de la «Mostra», como el «pipi» de colores de los nuevos comportamientos actuales, como el «happening», el arte-acción, el arte «povera», son manifestaciones artísticas coherentes al contexto de la época. Todo estilo artístico es testimonio de la época en que se produce, y nuestra época no podía ser una excepción.

Es desde este ángulo que debe ser contemplado el ciclo de «Nuevos comportamientos artísticos», recientemente desarrollado en Barcelona, entre una indiferencia bastante generalizada y a todas luces injusta. La convocatoria merecía, en mi opinión, una más clamorosa y apasionada asistencia. Las pequeñas acciones artísticas de Timm Ulrichs, Mario Merz, Wolf Vostell y Stuart Brisley, artistas que protagonizaron el ciclo, merecían mayores concentraciones humanas y una más activa participación del público implicado en la experiencia, como es taxativo en tales convocatorias. Si el público no participa, o se muestra reticente, o simplemente no asiste, los nuevos comportamientos artísticos son meros y macilentos soliloquios. La comunicación —la anhelada comunicación, esa ausente—, no se produce, y todo queda en nada. Esa nada a la que van a parar, una vez consumadas, las pequeñas acciones artísticas de la comunicación actual. Esa nada inmensa, que surge de la fugacidad del arte-acción, que a usted le da vértigo, y a la que, según usted, y según se advierte en las ventanillas de los vetustos trenes —un anacronismo como otro cualquiera—, es peligroso asomarse.