

Almas gemelas: artes y medios

Twin souls: Arts and media

Ricard Huerta

Universitat de València

Resumen: En este artículo se presentan un conjunto de afinidades entre la educación artística y los medios de comunicación. Una serie de factores históricos nos llevan a plantear la necesidad de acercar la reflexión y la práctica de la educación artística hacia determinados aspectos de los medios que podrían determinar una mayor adecuación de muchos de nuestros propósitos a la realidad actual de la sociedad de la información. Puede que una opción favorable al tratamiento de los medios desde nuestra área sea decisiva en el futuro, ya que la presencia mediática resulta determinante en las referencias culturales de las generaciones más jóvenes. También resultaría de gran ayuda para ampliar tanto las investigaciones como la sensibilidad de los poderes políticos hacia nuestra área.

Palabras clave: Educación artística, medios de comunicación, estudios culturales, sociedad de la información

Summary: In this article a series of affinities between artistic education and mass media are presented. A series of historical factors lead us to establish the need to bring the thinking behind and the practice of artistic education closer to certain aspects of the media that could mean a more appropriate fit between many of our proposals and the current reality in areas of the information society. It could be that a positive option towards the treatment of the media in our area might be decisive in the future, due to the fact that the presence of the media is a determining factor in the cultural references of the younger generations. It should also be of great help in order to extend both research and the sensitivities of political powers towards our area .

Keywords: artistic education, mass media, cultural studies, the information society

El presente artículo desarrolla una serie de paralelismos y concomitancias entre dos paradigmas tan vastos y complejos como pueden ser el de la Educación Artística y el de los medios de comunicación de masas (en adelante "media"). Puede que nuestra intención de enlazar dichos ámbitos resulte en estos momentos un tanto arriesgada, ya que partimos de una tradición anclada en la parcelación de los territorios del arte frente al poder ostentado por los medios de comunicación. En nuestra justificación teórica indagamos a partir de la sutil frontera (estadio liminar) que separa ambos aspectos del conocimiento, insistiendo en sus capacidades comunicativas, y desde luego con la intención de reclamar para el campo de acción de la Educación Artística la posibilidad de estudio, investigación, enseñanza y aprendizaje de los *media*.

Algunos autores relevantes han promovido en sus trabajos la simbiosis entre las artes y los *media*, desgranando las contradicciones que afectan a ambas entidades de esencia cultural. De aquí nace nuestro respeto y reconocimiento hacia las aportaciones de figuras esenciales como Benjamin, Adorno, Eco, Barthes, Morris o Bourdieu. Cada uno desde su posicionamiento teórico y epistemológico (la teoría crítica, la semiótica, el psicoanálisis o los estudios culturales) han sabido emparentar el arte y los medios de masas desde diferentes perspectivas. Con sus reflexiones han dotado de trasfondo histórico a la propuesta que aquí se defiende: que las manifestaciones del arte están por lo general, y en mayor grado en la actualidad, tremendamente vinculadas a los procesos mediáticos. Además, existe también otro factor coyuntural que afecta de manera decisiva al área de conocimiento a la cual representamos, ya que nuestro futuro como investigadores y docentes estará condicionado en buena medida por la capacidad que desarrollemos para adaptar las prácticas docentes de la Educación Artística a los nuevos formatos tecnológicos. Tanto es así, que las posibilidades de ampliar el espectro pasan por encontrar vínculos que nos aproximen a las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) y en general a los diferentes aspectos de la comunicación de masas en los que podamos intervenir como profesionales de la Educación Artística. En función del interés con que abordemos la cuestión podremos descubrir y reclamar nuevas parcelas de investigación, así como una mayor presencia en los futuros planes de estudio, siempre sin perder de vista nuestra vocación de profesores e investigadores en la vertiente de las humanidades.

El interés del profesorado de Educación Artística por los medios audiovisuales (segmento decisivo en el entorno mediático) debería haber existido siempre, incluso aumentado de manera progresiva. Nada de esto ha sucedido hasta el momento, a pesar de converger suficientes elementos como para considerar que el cine y la televisión se han convertido en las dos fuentes de recepción más relevantes de la actual cultura visual. No solamente hemos demostrado un insuficiente interés hacia el cine y la televisión -y hacia los estudios culturales en general-, sino que además nos hemos permitido el lujo de ignorar las tremendas posibilidades que contienen en sus mensajes visuales ciertas expresiones de calado mediático, desde las producciones gráficas de la prensa hasta las fotografías de periódico, pasando por las composiciones tipográficas de las revistas o los esquemas visuales de los anuncios. Con estos precedentes (yo casi me atrevería a considerarlos "antecedentes penales"), lo más probable es que continuemos sin prestar la más mínima atención al vertiginoso proceso que se está generando en Internet, lo cual ya adquiere tintes preocupantes en los inicios del siglo XXI, en plena era de la información. No estoy intentando ensalzar ni las tecnologías ni las dinámicas científicas, ya que a mi entender se trata de procesos que siguen un ritmo adecuado en función del devenir social, político, económico y cultural. Lo que me preocupa es que como profesionales de la Educación Artística no intentemos adecuar nuestras

capacidades a las cadencias con las que se rige una sociedad muy imbricada en los procesos mediáticos. Es más, reivindico el arte como uno de los medios de comunicación de masas que mejor ha amoldado sus registros a cada época de la historia. Si esto es así, ¿Por qué motivo los profesionales de la Educación Artística habríamos de descuidar la enseñanza y la investigación de los *media*?

En mi formación universitaria se han ido combinando los estudios de materias artísticas (bellas artes, música) y de materias más centradas en los aspectos de la información (comunicación audiovisual). Tras haber podido contrastar los efectos, defectos y esencias de ambos territorios educativos en la propia trayectoria personal y docente, he llegado a conclusiones que pueden entroncar con algunas ideas previas respecto a las disciplinas citadas, que por lo general se han convertido en auténticos compartimentos estancos. Los espacios del arte y de los medios de comunicación están mucho más imbricados de lo que tradicionalmente se ha podido considerar. Es por ello que definiendo una mirada nueva hacia ambas áreas disciplinares como objeto de estudio e interés, de cara a conjugar cuestiones y propósitos. Pero ante todo quisiera incidir en la posibilidad de que los profesionales de la Educación Artística asumamos como terreno propio el ámbito mediático, no solamente por lo que se refiere a la indudable carga presencial que adquieren las imágenes en la formación artística y estética en general, sino basando nuestra acción en la problemática actual de la investigación y la docencia respecto a los medios de comunicación, ya que se trata de un debate abierto tendente a procurar una formación humanística amplia para los ciudadanos de Europa.

Les liaisons dangereuses

Recorriendo el espectro que enlaza el arte y los *media* nos remontamos a los estudios filosóficos propiciados por los miembros de la llamada Escuela de Frankfurt. El más reluciente de los astros de esta constelación de pensadores es sin duda Walter Benjamin, patriarca y protagonista de los primeros escarceos al respecto allá por la década de 1920. Benjamin redacta el que sin duda será el ensayo más revelador sobre el tema, titulado *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*. Se trata de una pieza clave y premonitoria, ya que establece algunos postulados sobre los cuales se basaría posteriormente la denominada *teoría crítica*, desarrollada por Adorno y Horkheimer. En la obra de estos autores titulada *Dialéctica de la Ilustración*, se introducía el importante concepto de "*industria cultural*". A causa de la persecución por parte del régimen nazi de Hitler, Adorno se vio obligado a emigrar a los Estados Unidos. En Chicago se estableció el "cuartel general" de algunos de quienes habían sido

los representantes de la llamada Escuela de Frankfurt. Debido a los avatares de la Segunda Guerra Mundial, el libro *Dialéctica de la Ilustración* sufrió una serie de modificaciones, que alteraron significativamente el texto desde la primera redacción de 1944, de nuevo modificado en 1969. A pesar de que la visión de Adorno sobre los medios de masas resulta siempre revisable, su trabajo es rotundo ya que propicia una serie de lecturas y conceptos aplicables a lo que ha sucedido posteriormente, incluyendo las diversas posturas más favorables a una revisión de los medios como fuentes de magma cultural sin reminiscencias peyorativas.

Walter Benjamin en su ensayo *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (elaborado en 1936) insinuaba las posibilidades progresivas de la tecnología moderna asociándolas de varias maneras con los experimentos y peligros del arte moderno. Las implicaciones sociales, políticas y culturales que preconizó Benjamin están latiendo en cada uno de nuestros análisis actuales. El autor consideraba la posibilidad de realizar numerosas reproducciones de cualquier obra como una amenaza al *aura* de la obra de arte, es decir, a nuestro sentido de su unicidad en el espacio y el tiempo, los mitos de su absoluta permanencia y distancia transcendente del mundo material. Para Benjamin, el cine rompe o disuelve realmente ese sentimiento de *aura*. Esto se debe en primer lugar a su efecto emocional, que depende de la disposición y compromiso del espectador más que del éxtasis y la contemplación, ya que las interrupciones constantes del cine anulan cualquier punto de descanso para el espectador, impidiendo el reconocimiento de un mundo familiar. El cine dispone de un amplio repertorio de técnicas con las cuales suple un espacio experimentado por un espacio investigado de forma activa. La destrucción del aura espiritual del arte también se llevaría a cabo en las formas cinematográficas de producción; de hecho, el efecto de unidad se consigue gracias a la tecnología.

El análisis de Benjamin sobre la vulnerabilidad del aura artística en la reproducción mecánica insistía en la necesidad de un espectador activo y evaluador en la cultura de masas. La reproducción mecánica ofrece el panorama de un arte que vuelve a relacionarse con el mundo en que es producido y recibido. Benjamin consideraba el cine como la forma más representativa de lo moderno en su ataque al aura artística, aunque también es cierto que nuestro autor parece haber pasado por alto la capacidad del cine para crear y sostener el aura artística o el mito del aura. En este sentido conviene definir las prácticas cinematográficas alternativas frente al modelo dominante de Hollywood y las convenciones narrativas que lo caracterizan. En cualquier caso, existen ciertos resortes en el ensayo de Benjamin que no vamos a perder de vista: la relación entre el poder y los usos de las artes, el devenir de los comportamientos de las masas en función de los mensajes transmitidos por los medios de comunicación, así como la condición de *aura artística* –también llamada *aura benjaminiana*– en determinadas expresiones.

Todo ello mantiene vigente su valor en el actual momento de cambios, especulaciones y espacios intermedios.

En determinadas instancias, la asociación entre artes y medios resulta tan pregnante, que incluso me atrevería a pronosticar la identidad de las artes como un auténtico medio de comunicación de masas con idiosincrasia propia, con una serie de particularidades más o menos coincidentes con las que rigen el resto de manifestaciones mediáticas. Esto se hace más evidente en las diversas lecturas que pueden surgir en función de los espectadores o de cada periodo histórico. El momento actual es sin duda un aglutinador de voluntades en este sentido, y las fronteras entre las artes y los *media* resultan cada vez más imperceptibles. A pesar del empeño que sigue persistiendo entre quienes ven en las artes un territorio infranqueable, lo cierto es que ya son numerosas las voces que indagan en las zonas liminares que separan/unen los espacios entre medios y artes, estableciendo así una especie de puentes o bisagras que los enlazan. En numerosas ocasiones resulta incluso difícil establecer una verdadera distancia o separación entre los espacios de las artes y los medios. De hecho, dichos territorios de nadie, como zona de flujos, son en realidad el campo de cultivo de los mejores resultados para artistas, periodistas y publicistas.

Mars Attacks! & Crónicas Marcianas (frente a la obsesión por la autoría, caldo de cultivo narcisista)

Al igual que ocurre con el cine, la televisión y el vídeo son medios de comunicación cultural que emplean técnicas de reproducción tecnológica. Podemos intuir que estructuralmente superan a la narración moderna del artista individual que luchaba por transformar un medio físico determinado. Es más, en las artes reproducibles del cine y el vídeo se encuentran los primeros pasos de un espíritu radical, ya que se evoca un cierto anonimato muy enfrentado a la tradición moderna del exacerbado *ego* artístico. Los tres abarcan el mundo de la cultura de masas, pero también el de la cultura minoritaria de vanguardia. Se ha llegado a decir que el vídeo ejemplifica con particular intensidad la dicotomía postmoderna entre las estrategias interrumpidas de vanguardia y los procesos de absorción y neutralización de este tipo de estrategias.

Para Wyver (1986) la forma dominante de televisión se había establecido en la “confianza”, es decir, la transmisión de la realidad directa en su tiempo real, aparentemente sin selección ni control precedentes. Pero frente a esta forma derivada de la emisión en directo de noticias y deportes, Wyver sitúa la tendencia postmoderna de una televisión que reconoce libremente la obra del significante visual sin pretender la

transmisión de lo “real”. Queremos aquí establecer un paralelismo con las artes y su evolución dentro del panorama de la era moderna. Si bien la pintura renacentista buscaba afanosamente un componente de “realidad” en sus preceptos, la primera televisión se concibió como un verdadero espejo de la realidad. Del mismo modo que hemos observado a lo largo de los siglos un cada vez más regocijante alejamiento de cualquier “realidad” ajena al propio lienzo, podemos también pronosticar un paulatino alejamiento del hecho real desde la televisión, ya que se convierte en un lenguaje que se devora y engrandece él mismo con sus propios elementos.

La película como texto es un argumento válido que en televisión cobra sentido intemporal, y también en cine cuando se decide estrenar de nuevo películas antiguas (el caso Disney es paradigmático, pero también Spielberg decide reponer veinte años después de su estreno el film *E.T.*, y existe un periodo más o menos constante de reposición en cartelera de *Gone with the wind*). Aquí entran en juego, evidentemente, factores de mercado, pero lo cierto es que la programación de televisión se nutre básicamente de películas de cine. Y es que en la industria cultural, al igual que ocurre con los grandes *trusts* del mercado financiero y comercial, las diferentes formas iniciales se convierten en plataformas de flujos conectados, perdiendo progresivamente los perfiles estrictos de cada producto para pasar a ser una amalgama de estados.

Algunas teorías de la cultura contemporánea expresan un doble compromiso: en primer lugar, generando una especie de ímpetu democrático que pretende salvar el vacío entre la alta cultura elitista y la cultura popular de masas, y en segundo lugar creando un léxico de subversión cultural heredado en parte de la cultura moderna y sus teóricos de vanguardia. Es probable que la cultura de masas nunca vuelva a ser ese agonizante antagonista de la creatividad individual -tal y como preconizaba Adorno-, y que los esfuerzos de una parte de la crítica se centren en la acreditación de la cultura de masas como potencial subversivo o progresista. En cualquier caso, los estudios sobre la televisión deberían acomodarse de algún modo a la intensa variabilidad de los medios de comunicación electrónicos contemporáneos, así como a las formas, e incluso lugares en que se experimentan.

Más que considerar la televisión como una forma cultural específica, Jean Baudrillard la trata como una metáfora del régimen de simulación de las culturas occidentales contemporáneas, afirmando que la vida social de estas sociedades ha sufrido transformaciones fundamentales. En épocas anteriores se daba un conjunto de contrastes entre la vida pública y la privada, entre el ser subjetivo y el mundo objetivo. En la actualidad estas relaciones han sido neutralizadas. La metáfora que emplea Baudrillard para representar el fracaso de la dicotomía sujeto-objeto es la pantalla. La pantalla de televisión o de un ordenador no puede considerarse como un objeto al que se mira, con las convencionales formas físicas de proyección; por el contrario, la pantalla choca con

nuestros deseos y representaciones y se convierte en la forma que encarna nuestros mundos físicos. Lo que ocurre *en* la pantalla no está ni en la pantalla ni en nosotros, sino en un espacio complejo, virtual, entre ambos. La masa ingente de representaciones, en el cine, la televisión, la publicidad, etc., no sólo amenaza la integridad del mundo privado, sino que acaba realmente con las verdaderas distinciones entre lo público y lo privado. Mientras que la televisión ataca los mundos privados de individuos reales observando y retransmitiendo su intimidad, el mundo privado se acerca al mundo público de los eventos históricos, asequibles en cualquier salón gracias a la televisión. Lo más característico de esta situación es su enorme visibilidad, tan excesiva que Baudrillard la denomina *obscenidad*: “(...) *la obscenidad comienza precisamente donde ya no hay más espectáculo, más escena, cuando todo se convierte en transparencia y visibilidad inmediata, cuando todo está expuesto a la luz cruel e inexorable de la información y la comunicación*” (Baudrillard, 1985: 130)

En lo referido al cine, con muchos más años "en cartel" que el medio televisivo, Frederic Jameson ha esbozado un criterio propio sobre la herencia moderna, según el cual los grandes monumentos del cine del siglo XX se distinguen por la intensidad con que desarrollan e investigan sus naturalezas artísticas. Al igual que la pintura, la música y la literatura modernas, el cine moderno también rechaza y exhibe a un mismo tiempo su condición de mercancía por medio de autorreferencias estilísticas. Por un lado, el cultivo del estilo es la forma en que el artefacto parece reconocer que existe en el mercado como algo para ser comprado e intercambiado, perdiendo sus funciones internas más inmediatas y su relación con estructuras sociales colectivas. Por otro lado, ese estilo es el medio por el que la mercancía se mantiene alejada del mercado, gracias a una especie de intensificación de la lógica de división y especialización que posibilita la rápida conversión en mercancía, la afirmación extrema del estilo individual mejora el mercado e inmuniza el artefacto-mercancía de su completa absorción (Jameson, en *Postmodernism and the video-text*: 222-223). Jameson pretende que el énfasis moderno en el estilo es una insistencia en la expresividad agonizante de lo individual. En la cultura contemporánea, la idea moderna de estilo conduce a una cultura de estilos múltiples, combinados entre sí, regenerándose en una furiosa polifonía de voces descontextualizadas. Films como *Star Wars* no recrean un emplazamiento histórico particular, sino la experiencia cultural de un periodo determinado. Al igual que ocurre con la televisión, la multiplicidad estilística es lo que caracteriza el cine actual, gracias a la creciente disponibilidad en vídeo de viejas películas, así como por las constantes reposiciones televisivas.

El alumnado universitario de este inicio de siglo basa buena parte de sus criterios éticos y estéticos en aquello que los medios de comunicación le han suministrado a lo largo de sus años de infancia y juventud. Éste es un dato del cual no podemos alejarnos en exceso, ya que su desatención supondría un irreparable distanciamiento de los intereses

que tienen nuestros alumnos. Pero además la responsabilidad es doble, ya que si pretendemos acercar a nuestros universitarios hacia el universo del arte, tendremos que ocuparnos de hacerles partícipes de algún dato relevante para ellos. Y sin duda, lo más cercano a ellos es el discurso mediático. En cualquier caso, las vanguardias ya no pueden ser el único bastión al cual asistir cuando intentamos inculcar estrategias y prácticas artísticas a nuestro alumnado.

Benjamin opinaba que con la secularización del arte, la autenticidad sustituía el valor cultural. Entran aquí en escena las dudas sobre la marginalidad, a partir del momento en que la obra de arte se transforma en mercancía. Cuando analiza las funciones del actor de cine (contrastado con la presencia real del actor de teatro), al igual que cuando descifra la presencia del original en cualquier faceta dotada de artisticidad, Benjamin desgana los efectos de la distinción entre público y autor, que gracias a los medios de masas pierde progresivamente su carácter substancial. De hecho, en una versión más actual, el lector estaría siempre dispuesto a convertirse en autor (el caso más latente es sin duda Internet). Pero si bien estas funciones son importantes, lo que más preocupa al Benjamin teórico son las funciones políticas y sociales que adquieren tanto el arte como los medios de masas. Preocupado como estaba por la ascensión de los nazis al poder, nuestro autor se quejaba del gran impacto que tendría entre las masas la utilización de los medios como operadores propagandísticos. Y el potencial del cine, en ese sentido, era implacable (también la televisión se ha erigido en caja de resonancia de las instancias del poder).

Existe un componente formativo que equipara en cierto sentido la transmisión artística y la transmisión comunicativa. Se trata del prestigio que adquieren los individuos que realizan el esfuerzo de mantenerse formados e informados. Esta tipología de cualificación cultural ha sido también tratada por Bourdieu, y se refiere a las adquisiciones que refuerzan el estatus de un determinado grupo de individuos informados. Tampoco podemos perder de vista que los medios de masas refuerzan los controles sociales a través de sus propios mecanismos de censura. O bien se encargan de manipular el mensaje de manera que se interprete en un determinado sentido. Todos estos aspectos influyen en la concepción de la comunicación como propaganda, y el papel de la función propagandística también en la historia estuvo ocupado durante muchos siglos por los mecanismos del arte.

En cualquier caso, las posibilidades de acercamiento al arte por parte de numerosos grupos sociales continúa siendo un problema, ya que la transmisión de la cultura se da mayoritariamente a través de la comunicación de masas, y el modelo que propugnan los medios es básicamente el del espectáculo y el entretenimiento. Sobre estos aspectos conviene incidir mucho más, ya que desde la Educación Artística propugnamos precisamente un mayor conocimiento de nuestros propios dominios y recursos

culturales. Con las nuevas energías de la llamada antiglobalización -así como en función de algunos referentes posmodernos- las ideas y planteamientos de Adorno vuelven a brillar con luz propia, aunque su relectura no atañe exactamente a los motivos por los cuales fueron escritos dichos textos. Sí que nos sorprende que en el análisis marxista de este autor encontramos paralelismos y coincidencias respecto a determinadas exposiciones mucho más actuales. Según Adorno, divertirse significa estar de acuerdo. En ese sentido, la liberación prometida desde la diversión es la del pensamiento como negación. Todo tiene valor sólo en la medida en que se puede intercambiar, no por el hecho de ser algo en sí. El valor del uso del arte es un fetiche, y su valoración social, que se toma por la escala objetiva de las obras, se convierte en su único valor de uso, en la única cualidad de la que disfrutan. El arte se torna una mercancía preparada, asimilada a la producción industrial, adquirible y fungible. En la industria cultural desaparece tanto la crítica como el respeto. El respeto se ve sucedido por el culto efímero de la celebridad. Es el triunfo del reclamo en la industria cultural, la imitación forzada, por parte de los consumidores, de las mercancías culturales incluso neutralizadas en cuanto a su significación.

Victoria Combalía expone un paralelismo latente entre lo que habían sido las prácticas de los artistas conceptuales en los años 60-70 y los mecanismos de programación en la televisión actual. Si bien nos advierte en principio que *“El arte para ser interpretado tiene que estar relacionado con la vida”* (Combalía, 2002: 110), pasa a exponer como ejemplo el conocido programa de televisión “Gran hermano”, que según ella se trata en realidad del triunfo del arte conceptual, recordando la proposición de Beuys, quien decía que el acto de pelar una patata, si es un acto consciente, puede ser una obra de arte. Esto mismo, que constituyó el núcleo del arte conceptual de los 60, es lo que ahora propone la televisión como realidad y *art verité*, donde la realidad entra en la esfera de la intimidad, y *“donde la gente que no tiene emociones, pasiones, se encanta con esta clase de programas en los que ven cómo otros se enamoran, lloran, gritan..., en definitiva, viven las emociones que ellos desearían vivir”*. Estas son comparaciones que las personas que trabajamos con las imágenes desde la educación artística deberíamos tener en cuenta. También Combalía destaca que vivimos en una sociedad donde la proliferación de imágenes hace que nos planteemos qué diferencia existe entre aquellas que han sido realizadas por un artista o aquellas que proceden del mundo de la publicidad. Si bien la finalidad de estas últimas estriba en vender un producto, lo cierto es que en algunos casos (en países como Inglaterra donde la publicidad ha alcanzado altas cotas de sofisticación) llega a ser mucho más interesante visual y conceptualmente el resultado de algunos anuncios que la obra de la mayoría de los llamados artistas.

Cine y pintura, como manifestaciones artísticas, han elaborado discursos incluyentes. Uno de los más llamativos sería el de la puesta en escena cinematográfica de la vida y la obra de los pintores. Las biografías de artistas constituyen una tradición que ha

permitido diferentes reflexiones en torno al proceso de creación, desde el biopic hollywoodiense que suele poner el acento en el tópico de la soledad e incompreensión del artista, hasta la posibilidad de intentar captar el momento mismo de la creación. Debido a la gran cantidad de ejemplos existentes, nos remitimos solamente a tres títulos: *Rembrandt* (1936) de Alexander Korda, *El loco del pelo rojo* (1956) de Vincente Minelli y *Basquiat* (1996) de Julian Schnabel. La pasión del cine por retratar el genio y la locura del artista ha sido tradicionalmente correspondida por la devoción del público hacia este tipo de propuestas. Más allá del relato biográfico, la película de Greenaway *El contrato del dibujante* intenta plasmar una obsesión, la obsesión de encontrar la verdad a través de un proceso estético, el proceso de creación artística. Algo similar recrea Erice con su film *El sol del membrillo* (1992). También la cámara ha intentado utilizar la mirada en el más puro sentido voyeur, buscando una especie de contacto íntimo entre el objetivo y los movimientos del pintor. Puede que sea en el documental *Le mystère Picasso* (1955) de Henry-Georges Clouzot, donde mejor se ha retratado el trabajo del pintor en su estudio, llegando incluso a ofrecernos un collage visual desarrollado en el tiempo cinematográfico. Clouzot no intenta mostrarnos una pintura, lo que quiere es concentrar al espectador en la visión de la duración, el tiempo y el espacio de la creación, la pantalla/tela. Aquí el cine capta por fin el movimiento en la pintura.

Uno de los casos más emblemáticos del paralelismo entre cine y pintura lleva nombre propio: Renoir. Jean Renoir, uno de los grandes cineastas del siglo XX, era hijo del pintor Auguste Renoir, el pintor impresionista. Recibió una esmerada cultura, cargada de sensibilidad. Antes de decantarse por el cine trabajó en distintos oficios y es en la década de los años 20 cuando inicia su carrera como director, mostrando en los primeros films tendencias vanguardistas, ya que estaba interesado por movimientos artísticos como el impresionismo y el expresionismo alemán, aunque progresivamente introdujo el realismo en sus creaciones, adquiriendo un compromiso social y político que le mantuvo implicado en la resistencia francesa durante la segunda guerra mundial, siempre creando historias con mensaje. No debemos caer en la tentación de vincular pintura impresionista y cine por razones obvias de contigüidad de esta manera no se ofrece ninguna luz sobre el problema, real, de los trasvases y las contaminaciones entre dos artes que dialogan permanentemente entre sí, a pesar de la evidente relación entre la pintura de Auguste Renoir y algunos films de su hijo Jean. Más interesante resulta prestar atención, mediante cuidadosa observación, a la forma en que procedimientos, técnicas, motivos y temas del arte pictórico son transformados, adaptados y recreados bajo nuevos parámetros estéticos en la película. Lo que Renoir hace no es más que situar su trabajo de hombre de imagen en relación con la pintura.

Otro nexo relevante que nos serviría para enlazar algunas particularidades del cine y la pintura señalaría esa constante necesidad que tienen los creadores de introducir miradas

nuevas. Esto queda plasmado en el caso de Orson Welles, cuya obra está construida sobre una de las reflexiones más radicales en torno al papel del arte en el mundo moderno. Su trabajo se presenta como un meteorito cuyo impacto sobre el arte cinematográfico trastocó los fundamentos de la narración fílmica. Welles pagó un precio bien alto por ello. Perpetuamente rechazado por la industria, su nombre se inscribe en una larga lista de autores (Griffith, Eisenstein, Stronheim,...) cuya obra sólo encontró posibilidad de expansión de manera parcial. De este modelo de dificultades estaría plagada la historia personal de gran parte de las figuras excelentes del arte.

El caso Damien Hirst, visto para sentencia (artes y medios como aliados del poder)

Al inicio de la década de 1980 vio la luz el libro de Juan Antonio Ramírez *Medios de masas e historia del arte* -publicado por editorial Cátedra-, una referencia bibliográfica de primer orden que recogía inicialmente algunos de los argumentos programáticos expuestos por Walter Benjamin cincuenta años atrás: los espacios de conexión entre la tradición del arte, la presencia de los medios de masas, y la influencia en ambos casos del poder político. Ramírez elabora en su trabajo un discurso evolutivo respecto a lo que habían significado tanto para el arte como para los medios los sucesivos avances tecnológicos, y por consiguiente la capacidad cada vez mayor de llegar a públicos más amplios. En este orden de cosas, la influencia del poder político toma cartas en el asunto ante la magnitud de la situación. Si bien el arte crea imágenes reconocibles y referencias estéticas, los medios posibilitan que tales imágenes lleguen a un público cada vez mayor. Controlar a los creadores del mundo del arte y a los responsables de los medios será una de las funciones del sector político.

Una de las justificaciones extremas de la separación violenta entre el ámbito político y cultural es el concepto de Theodor Adorno de la *dialéctica negativa* de un arte cuya fuerza política consiste en su obstinada negación a las influencias alienantes de la cultura de masas y la racionalización burguesa, insistiendo en su propia especificidad formal intraducible, abstracta. La vanguardia parece retirarse del polvo y el calor de la historia en los mismos términos por los que el arte es mercantilizado y absorbido por estructuras profesionales de publicidad y dirección cultural. Puede que tanto el arte como la teoría de la postmodernidad apareciesen como reacción a esta institucionalización de las energías de la modernidad. Dicha reacción significaba un rechazo a la actitud de frialdad aristocrática frente a esa cultura de masas que siempre ha funcionado como algo opuesto y diseñado por las vanguardias. Esto se manifiesta en

la rehabilitación del *kitsch* y la cultura popular en la obra de artistas como Andy Warhol y Roy Lichtenstein.

El análisis cultural constituye un esfuerzo importante, podríamos decir que fundamental, del desarrollo de la conciencia ética en el reconocimiento de la diversidad irreductible de voces e intereses. Pero el análisis cultural siempre se arriesga a ser cómplice de aquellas formas cada vez más globalizadoras que pretenden utilizar, explotar y administrar –y por tanto restringir violentamente- esta diversidad. En vez de disipar energías en fantasías de marginalidad ya desechadas, o bien de actuar como legitimación cultural de los efectos alienantes de la sociedad de la información, una de nuestras tareas de futuro podría consistir en fraguar formas nuevas y más integradoras de colectividad ética. Se trataría de crear una estructura común de consenso que garantizase por sí sola la continuidad de una diversidad global de voces.

Casi de forma protocolaria, tanto los artistas como los profesionales de la comunicación han estado tradicionalmente en su mayoría muy próximos a las esferas del poder. Incluso podríamos aventurarnos a plantear los motivos del inevitable “feeling” entre los profesionales del arte y la comunicación con los grupos de poder o las esferas sociales dominantes. Dicho encuentro ha propiciado generosos beneficios para ambas partes: si bien los poderosos aportaban capital y seguridad al trabajo de artistas e informadores, los medios y las artes por su parte ofrecían una imagen adecuada de sus protectores. Es así como se evidencia la perdurable implicación que han adquirido secularmente este tipo de relaciones afectivas entre medios/artes y poder. En el sentido opuesto, cabe valorar el esfuerzo de artistas e informadores que han volcado sus intereses precisamente en la postura contraria, es decir, en el intento de fomentar una lectura crítica de los estándares propiciados desde el poder. Dichos profesionales de la cultura han necesitado igualmente de plataformas reivindicativas para conseguir que sus voces llegasen al público. Y aquí reside la grandeza del sistema, en el hecho de propiciar opiniones dispares, dentro de marcos legitimados de expresión. Los espacios de libertades reivindicados por artistas y profesionales mediáticos han aportado a la tradición del arte y de los medios un riquísimo bagaje que ha sido plasmado en debates tan contundentes como los expuestos por Bertold Brecht o Pierre Bourdieu, por citar dos personalidades eminentes.

En otro orden de cosas, y más bien pensando en la promoción jubilosa que propician los medios, quisiera citar aquí el caso particularmente llamativo del artista británico Damien Hirst. Siempre alentador de posicionamientos provocativos, Hirst pretende acceder al público de forma directa, empleando para ello los recursos y el lenguaje que han sido asumidos por el público gracias al cine o la televisión, o el circo, el zoológico y las farmacias de guardia. No parte de la noción de un espectador excesivamente erudito, ya que sus temas e intereses exploran aspectos tan próximos como la muerte, la

sociedad del bienestar, las medicinas o las atracciones de feria. No obstante, y a pesar de las apariencias iniciales, la lectura de las historias que Hirst nos cuenta en sus piezas no es tan sencilla. Detrás de los escándalos que generaron los miembros del grupo *Young British Artists* (yBa), más divertidos que comprometidos, Hirst se ha creado un nombre gracias a su forma genuina de presentar conceptos e ideas, pero ante todo gracias a la fabulosa facturación que ha producido su obra, con ventas millonarias otrora impensables en un artista joven. Las exageradas tasaciones de sus piezas nos ayudan a plantear, una vez más, la sigilosa relación entre el arte y los medios. Lo explico seguidamente a partir del seguimiento que realicé de sus apariciones en la prensa británica durante la primavera del año 2000.

Tras cuatro años de silencio, y precisamente en los meses previos a la fastuosa inauguración de la nueva Tate Modern, Damien Hirst aparece en primera página de la revista *The Observer* (suplemento del diario *The Guardian*, sponsor oficial de Tate Modern en aquel año de fastos británicos) afirmando que durante este tiempo se había dedicado básicamente a consumir todo tipo de drogas en su local, un bar que regentaba en Londres. Este es el tipo de noticias que pueden alterar la pulcra y puritana sociedad inglesa. Tras este primer revuelo mediático, y en un corto espacio de tiempo, Hirst vuelve a ser el protagonista de la primera página y de un reportaje interior, esta vez ya en el periódico *The Guardian* (con una tirada de más de medio millón de ejemplares), presentando su pieza titulada "Hymn", un gigantesco modelo anatómico de seis toneladas de peso, realizado en bronce policromado, y que no deja de ser una ampliación de varios metros de altura de la figura con la que todos descubrimos en nuestra época escolar tanto las vísceras como el resto de los componentes internos del cuerpo. Tras estos preámbulos y despliegue mediático, ya podíamos intuir que Hirst sería uno de los artistas más emblemáticos en el lanzamiento de la nueva Tate. Pero el espectáculo todavía nos iba a deparar más titulares de primera página. Pocos días después, el multimillonario Charles Saatchi, auténtico mecenas de los jóvenes artistas británicos, declaraba que había pagado por la pieza de Hirst la formidable suma de un millón de libras esterlinas, el mayor precio pagado nunca por una obra de arte a un artista vivo en Inglaterra. La prensa difundió la proeza como un hecho extraordinario, pero todavía causó más revuelo que dos días después, también en primera página, el creador de aquel muñeco con el que todos los colegiales habían estudiado el cuerpo humano en su infancia, reclamaba su "parte del botín", es decir, los "derechos de autor", ya que consideraba que Hirst había plagiado su obra. Más hábil fue la reacción de Hirst y Saatchi, quienes vocearon pocas horas después que el artista había donado el millón de libras a una asociación benéfica, un tipo de entidades muy respetadas por los británicos, y a quien nadie reclamaría ninguna donación.

Del revuelo originado por Damien Hirst y su "Hymn" en los medios ingleses nos interesa la faceta combinada arte/medios, que ya no recluye los efectos del arte a sus

tradicionales templos expositivos y museísticos, sino que airea cada uno de los aspectos que planean alrededor de la obra de arte (marketing, poder, representación, imagen, solvencia, presencia, espectáculo, fuerza, patrocinio, mercado) junto al conocimiento de la obra en sí. Pero además resulta muy interesante el revuelo mediático que surge de los planteamientos del arte, de manera que nunca podríamos hablar de envilecimiento, ya que la ironía supura en cada una de las acciones que generan la obra, el artista y sus distintas circunstancias. Todo ello, en el fondo, forma parte de lo que yo llamaría un resurgimiento del aura, en este caso con el apoyo incondicional de los medios, que no hacen sino sumarse a los procesos efervescentes de los devaneos actuales de la práctica artística. Damien Hirst no hace más que recoger el fruto de las semillas que en su momento sembraron artistas como Duchamp, Beuys, Warhol, y sin duda The Independent Group, a cuyas lecciones añade Hirst sus insolentes relaciones.

Los media en el aula

Las nuevas generaciones conocen el mundo a través de los medios más que de la escuela, no porque dejen de asistir a ella (de hecho, están más escolarizadas que nunca), sino porque aquellos les merecen un crédito superior. La razón de esta credibilidad estriba en que mientras el sistema escolar aspiraba a dar a conocer el mundo a base de denotaciones, los medios se sirven de la connotación. No se han valorado suficientemente las implicaciones de este cambio cultural: en cierto sentido, el ser humano vuelve a una fase mítica de la cultura, como si el racionalismo hubiera pasado sin pena ni gloria. Además, estas connotaciones no se presentan de forma estructurada y jerarquizada, sino yuxtapuesta: es lo que Abraham Moles ha llamado *cultura mosaico en su trabajo Sociodynamique de la culture* (1971, París, Mouton). Antaño, la conciencia de los seres humanos estaba habitada por las grandes ideas, las cuales conllevaban ideas menores subordinadas a ellas, y así sucesivamente. Hoy, como consecuencia del universo conceptual connotativo creado por los medios, todo vale lo mismo, todo se limita a recibir su sanción positiva o negativa en función de la satisfacción que provoca en el consumidor.

Mientras que el aula es un lugar de interacción social, el espacio delante del televisor es un entorno privado. En el aula se le pueden hacer preguntas al profesor, pero al televisor no se le puede preguntar sin un evidente distanciamiento de dimensión electrónica. Resulta ineficaz combatir las imágenes del televisor, ya que *la escuela continúa centrada en el desarrollo del lenguaje verbal*. Los profesores de arte, en la medida que somos concedores del lenguaje de las imágenes, podemos superar este desfase. Y a partir de aquí se podrá intentar establecer un orden de igualdad entre el medio educativo y el «entretenido» medio de la televisión. Un conocimiento fiable e

incluso exhaustivo del papel perturbador de los *media* resulta necesario para diseñar políticas educativas integrales en nuestra sociedad. Los formadores de educadores debemos observar la necesidad de coordinar la labor que se hace en la escuela y en la familia con el papel *culturizador* de los *media* que están al alcance de los niños. La representación que el niño se hace del mundo es un proceso cognitivo en el que opera con información obtenida de todas las fuentes, del pasado y del presente, que están a su alcance. Tratar de explicar o de conocer esa representación exclusivamente a partir de los aportes comunicativos de información es un error. Es igualmente aventurado relacionar inmediatamente el contenido de la comunicación con los comportamientos infantiles. Una vez que se ha situado correctamente el uso de la comunicación en el interior de un sistema de manejo de toda fuente de información ya será posible fijarse en lo que diferencia a la información mediada comunicativamente de la que se obtiene por vías no comunicativas.

Los niños aprenden desde muy pronto a contextualizar, es decir, a desarrollar aptitudes para reconocer situaciones y configurar a partir de ahí relaciones plenas de sentido. Los medios de comunicación, especialmente la televisión, confrontan a los niños con un amplio abanico de diferentes formas y contenidos de «contextos». Éstos ofrecen a los niños la posibilidad de desarrollar de forma autónoma sus propios modelos básicos, es decir, de modificar los modelos básicos ya dados o de reinterpretarlos para sí mismos. En las últimas décadas, los medios de comunicación (principalmente los audiovisuales) han transformado nuestra sociedad, incidiendo de manera muy especial entre los más jóvenes. Como formadores no podemos permanecer ajenos a esta realidad, y por ello abogamos en favor de una introducción en el *estudio y análisis crítico de los media*, de manera que los futuros educadores puedan construir una práctica docente más cercana a la cultura visual (y al perfil humanístico en general) de niños y jóvenes.

Bibliografía

ADORNO, Theodor & Max Horkheimer (1994): *Dialéctica de la ilustración*, Madrid, Trotta

BAUDRILLARD, Jean (1985): "El éxtasis de comunicación" en Hal Foster et al. *La postmodernidad*, Barcelona, Kairós

BENJAMIN, Walter (1982): *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica*, Barcelona, Ed. 62

BRIGGS, Asa & Peter Burke (2002) *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Madrid. Taurus.

DUNCUM, Paul (2001) "Theoretical Foundations for an Art Education of Global Culture and Principles for Classroom Practice", en *International Journal for Education in the Arts*, volume 2, n. 3

COMBALÍA, Victoria (2002): "Hay demasiadas imágenes, pero esto no es nuevo" en Huerta, R. *Los valores del arte en la enseñanza*, Valencia, PUV

POSTMAN, Neil (1990): *Divertim-nos fins a morir. El discurs públic a l'època del "show business"*, Barcelona, Llibres de l'Índex

WYVER, John (1986): "Television and Postmodernism", en *Postmodernism ICA Documents 5*, ed. Lise Appignaneso (Londres: ICA) pp. 52-54