

Universidad de Buenos Aires
Facultad de Filosofía y Letras
Cátedra: Historia del Arte Americano II (Latinoamericano)
Profesora Titular: Dra. Andrea Giunta
Jefe de Trabajos Prácticos: Dra. Cristina Rossi
Jornadas sobre la exposición *Acción Urgente*
organizadas por la Cátedra y la Fundación Proa
11 de octubre de 2014

Clemente Padín:
el problema de la comunicación en el arte correo

Mariano Carreras
Agostina Crovetto
Romina Duré
Rosana Landa
Romina Pacor

Segundo cuatrimestre
2014

Introducción:

La aparición del arte correo en la década del '60, se relaciona con el surgimiento de una serie de manifestaciones artísticas que tomaron por tema, o bien adoptaron como soporte, los medios de comunicación. El Pop art abre el camino a las consideraciones del arte acerca de los medios. En el terreno local, una obra como *¿Por qué somos tan geniales?*, de Carlos Squirru, Dalila Puzzovio y Edgardo Giménez, plantea el uso de los dispositivos publicitarios como estrategia artística. Por otro lado, algunas experiencias de la vanguardia cercanas al *happening* derivan hacia el uso de la información como materialidad artística. Es el caso de “*Happening para un jabalí difunto*”, donde la obra consiste en la publicación mediática de una experiencia que de hecho nunca tuvo lugar. Aparece allí el concepto de la desmaterialización¹. Por otra parte, en el pasaje de una década a la otra, la posibilidad de armar redes por fuera de los marcos de la institución se convierte para algunos artistas en una alternativa que les permite desarrollar programas artísticos y tomar posiciones políticas muchas veces en conflicto con las opciones oficiales.

El arte correo se inscribe unos años más tarde como desarrollo emergente en este contexto. Al igual que el Pop, sostiene el trabajo sobre la materialidad de las obras de arte, pero se acerca al arte de los medios en tanto se vale de sistemas de comunicación para producir y activar las propuestas. Utiliza diferentes materiales: estampillas, postales, publicaciones, sellos de goma, sobres intervenidos, cadenas de cartas. Los

¹ Durante la segunda mitad de la década del '60 se desarrolla el llamado *arte de los medios*. “La denominación partió de los artistas y fue contemporáneamente adoptada por la crítica para definir distintas experiencias”, (María José Herrera, 1997). *Simultaneidad en simultaneidad* (1966) de Marta Minujín, *Mensaje fantasma* de Oscar Masotta (1967), *Fashion Fiction* (1966-1969) de Eduardo Costa, son parte de un conjunto de obras que encuentran en los medios de comunicación un espacio productivo para la investigación artística. En ese contexto se inscribe el concepto de la desmaterialización, en el cual se percibe, sino una crítica, al menos una reconsideración de la categoría de obra de arte.

mecanismos de la burocracia postal, en circunstancias en las que eran utilizados como parte de las estrategias de control de gobiernos autoritarios², se convierten en medios de producción y circulación de las obras. Estas surgen como propuestas individuales, materializadas en envíos postales, que luego son intervenidos por destinatarios múltiples. En este sentido puede decirse, que las obras no van al encuentro de espectadores contemplativos, sino de receptores participantes en el proceso de producción.

En este trabajo, nos proponemos reflexionar acerca del concepto de comunicación que aparece en el arte correo, a partir de la descripción de *Alrededor del mundo* (imagen A) y *Who's Padín? experiencia interactiva* (imagen B), obras de Clemente Padín recientemente exhibidas en la muestra "Acción urgente" realizada en la Fundación Proa. Además, nos proponemos indagar acerca de los desplazamientos de las categorías de autor, espectador y obra de arte implicados en estas propuestas artísticas.

Desarrollo:

Clemente Padín sugiere que el arte correo no es una práctica artística, sino que se constituye como una estrategia meramente comunicativa³. ¿En qué sentido se puede decir que las obras de arte correo establecen una comunicación? ¿Cuál es el concepto de comunicación que proponen? Por otra parte, las obras de arte correo configuran un espacio de circulación disruptivo en relación con la institución artística y en confrontación con el mercado del arte. Sin embargo, la pertenencia del arte correo al

² Como es sabido, en el contexto internacional de la Guerra fría, la situación política en Latinoamérica estuvo atravesada por golpes militares de carácter fuertemente represivos. Es el caso, en Colombia, del gobierno de Gustavo Rojas Pinilla, 1953-1957; en Paraguay, de Alfredo Stroessner, 1954-1989; en Brasil, de Humberto Branco, 1964-1967; en Perú, de Juan Velasco Alvarado, 1968-1975; en Bolivia, de Hugo Banzer, 1971-1987; en Chile, de Augusto Pinochet, 1973-1990; en Uruguay, de Aparicio Méndez, 1976-1981; en Argentina, de Videla, Massera, Agosti, etc., 1976-1983.

³ "El arte correo ha permanecido tanto tiempo incólume y vigente frente a las demás formas artísticas de este fin de siglo por su característica fundamental: el predominio de la función de uso o comunicacional por sobre la función de cambio (...)", (Clemente Padín, 1999). <http://www.merzmail.net/finales.htm>

campo de las prácticas artísticas se hace explícita ya en el nombre con el que se identifica. Además, las exhibiciones de arte correo en galerías y en espacios institucionales han constituido una práctica aceptada y fomentada por los propios artistas desde los inicios⁴. La pregunta que surge entonces es ¿qué incidencia puede tener el concepto de comunicación en el estatus artístico que finalmente adquieren las obras?

Un primer acercamiento a la definición de comunicación puede realizarse desde su etimología. La palabra deriva del latín *communicare*, que significa “compartir algo, poner en común.” (Barrera, 1999) A través de la comunicación, las personas obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto. La novedad del arte correo reside en el planteo comunicacional, la relación persona-persona a través del correo que se manifiesta como alternativa frente a la falsa comunicación o monólogo de los medios de comunicación masivos. Ahora bien, ¿cómo se percibe ese planteo en las obras?

En la obra *Alrededor del mundo*, la figura del mapa que aparece en el encabezado de las postales propone una representación particular acerca del mundo. Las formas de los continentes resultan de una trama regular de puntos negros aislados. Estandarización y aislamiento: dos aspectos quizás de un mismo pronóstico social que, lejos de agotar los contenidos de la obra, ponen en funcionamiento el dispositivo artístico. Aquello que en principio se propone como una hipótesis en relación con las condiciones de vida de la contemporaneidad, no funciona como el objeto de una descripción. Tampoco establece simplemente una opinión. En todo caso implica una práctica, un ejercicio lúdico y terapéutico a la vez. Las postales de *Alrededor del mundo*

⁴ En octubre de 1974 se realiza en la Galería U, en Montevideo, el “Festival de la Postal Creativa”, la primera exposición documentada de arte postal en Latinoamérica. En 1975, en Argentina, Horacio Zabala y Edgardo Antonio Vigo organizan la “Última Exposición de Arte Postal”. Ese mismo año, en Brasil se lleva a cabo la “Primeira Exposição de Arte Postal” organizada por Paulo Bruscky y Ypitanga Filho en Recife, Pernambuco.

viajan a diferentes puntos del planeta, operan en el sentido inverso al aislamiento que establecen los puntos de la trama. Las series que generan los contactos sucesivos no responden a ninguna regularidad. Las flechas de los viajes van de un lado al otro, describen recorridos aleatorios que parecen burlar cualquier criterio de racionalidad. La obra contiene en este sentido dos operaciones complementarias: por un lado sugiere una percepción acerca de ciertas dificultades de la sociedad; por otro lado, pone en juego la posibilidad efectiva de volverlas operativas. En la propia estructura del problema, parece decir la obra, podría estar escondida la clave (el *password*).

Roman Jakobson desarrolla un modelo comunicacional integrado por un emisor, un receptor y el mensaje. Para que el mensaje se pueda transmitir se necesita un código en común. Se necesita también un canal, un medio que permita establecer la comunicación entre ambos sujetos. De acuerdo a este modelo Jakobson establece seis funciones del lenguaje relacionadas con estos elementos que componen su modelo comunicacional. La función emotiva, la conativa, la referencial, la metalingüística, la fática y la poética.⁵ A partir de este modelo, se puede pensar que la función que predomina en el arte correo es la función fática. Las obras constituyen y buscan sostener un “canal” que posibilite la aplicación de las restantes funciones del lenguaje. Las preocupaciones estéticas no suelen ser determinantes. Pueden aparecer, y de hecho aparecen, pero están supeditadas a la búsqueda de un “poner en común”, de establecer y sostener vínculos interpersonales, como forma de resistencia cultural. Quizás por ello el arte correo es considerado una suerte de sub-arte, o “una nada indefinible” por la crítica (Padín, 1999).

⁵ La función emotiva está relacionada con el emisor y con la emoción que el mismo introduce a aquello que está comunicando. La función conativa se relaciona con el destinatario. El hablante intenta que el oyente actúe de acuerdo a aquello que está siendo dicho. La función referencial tiene que ver con el contexto, se centra en el contenido. La metalingüística se centra en el código, ambos sujetos quieren confirmar que están utilizando el mismo código. La función fática pone de relieve el contacto, el canal, tiene que ver con los recursos que se utilizan para mantener la comunicación abierta. La función poética está orientada hacia el mensaje.

El planteo comunicativo es central en las definiciones que hacen los artistas de arte correo acerca de sus trabajos. El aspecto relacional y la búsqueda de subvertir los límites informativos impuestos a través de los medios de comunicación aparecen efectivamente en una parte importante de las obras. Sin embargo, es interesante notar que algunos proyectos han experimentado con los propios límites de la comunicación. En un relato acerca de una de sus primeras obras de “comunicación a distancia”, Edgardo Vigo describe las características de un proyecto que no parece perseguir un propósito de comunicación. La obra consiste en una serie de envíos postales a un personaje inventado. La inexistencia de las direcciones en las ciudades a las que estaban dirigidas las propuestas, redundó invariablemente en el regreso de todos los envíos a la dirección del artista, quien explica que las recibió con las marcas postales del recorrido de los “mensajes” (García Delgado, Romero, 2005). El carácter de investigación artística del trabajo parece desligar el componente comunicativo que opera en gran parte de las experiencias del arte postal.

Como se dijo, de acuerdo a Clemente Padín, las obras de arte correo son dispositivos comunicacionales más que obras artísticas, afirmación basada en la distancia que establece la lógica operativa del arte postal en relación a muchos de los criterios inherentes a las instituciones artísticas. Padín señala el hecho de que las obras circulen a través del correo, ya sea postal o electrónico, como un componente que hace que estas realizaciones sean primordialmente instrumentos de comunicación. Plantea además la falta de jurados de selección de trabajos a la hora de armar exhibiciones de arte correo como una forma de funcionamiento alejada de las variantes habituales y consensuadas en el campo institucional. Un argumento más del artista resulta particularmente elocuente: si se tratara de obras de arte, los participantes contratarían

servicios de seguro para cubrir el valor de sus proyectos ante posibles pérdidas o deterioros, como seguramente hoy se hace cuando se exhiben estas obras del pasado.

Sin duda se trata de un dispositivo artístico cuyos procedimientos discuten o se alejan de gran parte de los componentes de la lógica institucional. Sin embargo, las producciones asumen elementos que son propios de las obras de arte. Los procedimientos plásticos, la expresividad de algunas de las intervenciones, las propias discusiones con la institución, configuran una cierta relación de pertenencia, si se quiere conflictiva, de las propuestas del arte postal al campo artístico. Además, los artistas no descartan, como se dijo, la opción de ocupar espacios oficiales, como museos y galerías, para realizar exposiciones. Entonces, el arte correo parece adecuarse ocasionalmente a la lógica de exhibición y contemplación de obras de arte propios del sistema oficial. Según Fernando Davis, “La opción crítica que movilizaron las diversas iniciativas en red no implicó, sin embargo, una renuncia definitiva a los espacios institucionales, sino, en muchos casos, su *ocupación táctica*, con el propósito de trastornar, desde el interior del mismo museo o de la galería, sus regímenes normalizados, desafiando la propia lógica institucional y sus rutinas disciplinarias.”(Romero et al, 2010:110) Esto es cierto, sólo en la medida en que las exposiciones de arte postal no establecen criterios de selección de obra. Por lo demás, parecen más bien adecuarse al sistema de exhibición del espacio oficial que eventualmente ocupan. Creemos que la red de arte postal, si establece una “ocupación táctica”, es en relación al espacio de los servicios postales, cuya oficialidad y lógica de funcionamiento busca efectivamente subvertir en sus propuestas.

El surgimiento de la historia del arte está ligado a una valorización del autor como protagonista exclusivo de las producciones artísticas. En este sentido, es en los emisores de los mensajes estéticos en quienes la historia del arte ha depositado la

responsabilidad y a quienes les ha conferido los réditos, en relación a la producción y a la significación de las obras. Ahora bien, hacia finales de la década del '60, la categoría de autor fue sometida a revisiones críticas. Fue sin duda una de las preocupaciones que marcaron el clima intelectual de la época. Roland Barthes plantea en 1968 que “El *autor* es un personaje moderno, producido indudablemente por nuestra sociedad, en la medida en que ésta, al salir de la edad media (...) descubre el prestigio del individuo (...)” (Barthes, 1994:66).

Esta problemática que se articula con una valoración negativa en relación al individualismo capitalista, aparece como instancia de indagación en *Whos Padín?, experiencia interactiva*. Entonces, ¿qué desplazamientos en torno a la categoría de autor se pueden percibir a partir de la descripción de la obra?

Who's Padín?, experiencia interactiva consiste en una serie de postales enviadas a diferentes personalidades del campo artístico internacional. Estas postales, confeccionadas en forma de cuadernillo, contienen la silueta de un personaje con un cuchillo clavado en la espalda y un globo de texto en el que se lee: Who's Clemente Padín?..., más la indicación del destinatario del envío. Desde el título, la figura del autor aparece como referencia en el contexto de una interrogación. Siguiendo a Barthes, el concepto moderno de autor supone la idea de un sujeto aislado. Es también el lugar en el que los elementos biográficos pueden funcionar como clave de interpretación de su producción. Finalmente, el autor le confiere a la obra un carácter de objeto único e irrepetible. En este sentido se puede pensar que la obra “Who's Padín?” invierte cada uno de los términos del problema. Si bien la obra parte de una propuesta individual, va en busca de una participación colectiva que discute la idea moderna de creador. Si para una parte de la crítica la biografía del autor sirve para explicar el sentido de las obras, *Who's Padín?* propone que los receptores construyan la propia identidad del autor.

En el arte correo la obra se gesta como una propuesta individual sometida a la lógica de la reproducción. Lo atestiguan el uso de sellos de goma, de materiales provenientes de la gráfica, la utilización del *collage* y demás. Eventualmente, la pluralidad de destinatarios que intervienen en la/s producción/es, pasan de ser receptores a emisores. Los múltiples participantes que integran las redes de arte correo podrían interpretarse como un antecedente de los colectivos de arte contemporáneo. La colectivización del concepto de autor conlleva, sin embargo, una multiplicación de ejemplares singulares que reactivan, de alguna manera, el concepto de originalidad inherente a la categoría de obra de arte.

¿Ahora bien, qué sucede con el espectador en el arte correo? Por definición, el espectador es aquel que mira con atención un objeto. Una noción que muy a menudo el visitante de una exposición tiene de sí mismo. En *Le Spectateur émancipé* (2008), Jacques Rancière muestra que esta definición no sólo sería la del público pasivo tan criticado desde las vanguardias— sino también la propia de esas formas de espectáculo que ansiaban, cueste lo que cueste, convertir al asistente en sujeto activo. En este sentido considera una relación no dicotómica: “(...) una relación entre artista y espectador de la que ninguno es el propietario, de la que ninguno posee el sentido, que tiene lugar entre ambos (...). El artista es algo más que una fuerza de proposición o un constructor de causas perfectas para el efecto deseado; construye, compone y se desprende de su obra dejando (o, mejor aún, asumiendo) que el efecto de su acción esté también en manos del espectador.” (Rancière, 2010). Ajeno a las galerías y a los medios masivos de difusión, el arte correo ofrece, o mejor, restituye, una de las propiedades más caras de la creación: la comunicación de persona a persona.

Es necesario para que se complete el proceso de comunicación que el receptor intérprete el mensaje. Los receptores interpretan (decodifican) el mensaje sobre la base

de sus anteriores experiencias y marcos de referencia. A través de las experiencias de arte postal o de *mail art*, con evidente vocación de divulgación de información e integración del espectador en la obra, los artistas transforman las distancias físicas en la posibilidad de establecer redes interpersonales y además, investigan el propio entorno procesual del arte. En efecto, con el formato epistolar anclado en la proximidad cotidiana y la intimidad de la vida, los artistas buscan una comunicación efectiva a fin de indagar en el hecho mismo de la *praxis* artística y del juego del arte, el del artista con el receptor.

La emancipación a la que se refiere Rancière significa que el espectador ya no es un sujeto pasivo, ignorante, que ansía que el autor lo ilumine, sino que mira y percibe como parte de un fenómeno activo (tal como demuestra también la física cuántica). Mediante la mirada, el espectador tiene la misión de dar un sentido y, por lo tanto, completar la obra del autor dentro de su ambigüedad interpretativa. La obra de arte constituye un *medium*, una estructura de estilos y formas estéticas diversas que estimulan continuamente la indagación del espectador y lo inducen a aplicar su conocimiento. Como plantea Ehrenzweig:

El artista no puede determinar rígidamente el futuro disfrute «pasivo» de su obra por parte del público; él simplemente estimula los procesos de articulación secundaria dentro de ciertos límites, presentando a la percepción del público un material inarticulado....de ahí que el público tenga libertad para proyectar una nueva estructura articulada y un significado racional sobre la obra de arte. (Ehrenzweig, 1976:33)

Conclusiones

Más allá del componente comunicativo que contienen, las obras de arte correo adquieren un estatus artístico que se manifiesta en los modos de interpelación a

diferentes lógicas institucionales, en la calidad estética y en la participación en espacios de exhibición públicos y privados.

Las propuestas del arte correo se originan como proyectos individuales cuyo proceso alcanza una dimensión colectiva. Las obras de Padín analizadas en este trabajo, surgen como reproducciones que al ser intervenidas por los destinatarios participantes adquieren carácter de ejemplares únicos. En este sentido, puede observarse una reactivación crítica del concepto de originalidad, en tanto que invierte los términos en la relación entre el autor y la obra. Frente a la originalidad de la obra vinculada a la individualidad del autor, el arte correo propone una multiplicación de obras originales, que operan a partir de la multiplicidad de receptores-emisores.

Ahora bien, si la lógica de funcionamiento del arte correo establece una disolución de la diferencia entre productores y receptores, cuando se inscribe en el ámbito institucional, esa diferencia se restablece. Se percibe entonces una cierta adecuación de las propuestas al espacio de exhibición institucional, excepto en la medida en que las exposiciones no se someten al juicio de un jurado de selección, propiciando en ese sentido una participación democrática en cada uno de los proyectos.

BIBLIOGRAFÍA

Barrera, M.

1999 *Holística, Comunicación y Cosmovisión*, Fundación SYPAL Caracas

Barthes, Roland

1994 *El susurro del lenguaje* en “La muerte del autor”, Barcelona, Paidós.

Ehrenzweig, Anton

1976 *Psicoanálisis de la percepción artística*, Barcelona, Gustavo Gilli.

García Delgado, et al

2014 *Todo lo que Ud. Quería saber sobre Arte Correo*, en *Ramona* [en línea], 49, abril: 8-16 [consultado 18-09-14] disponible en <http://www.ramona.org.ar/files/r49.pdf>

Herrera, María José

1997 *En medio de los medios*, Buenos Aires, Premio Telefónica de Argentina a la Investigación en Historia de las Artes Plásticas.

Jakobson, Román

2014 *Lingüística y Poética*, [en línea] [consultado 18-09-14] disponible en <http://www.textosenlinea.com.ar/textos/Linguistica%20y%20poetica.pdf>

Padín, Clemente

1999 *El arte correo a finales del siglo*, [en línea][consultado 18-09-14] disponible en <http://www.merzmail.net/finales.htm>

Ranciére, Jacques

2010 *El espectador emancipado*, Buenos Aires, Ediciones Manantial.

Romero, Juan Carlos, et al

2010 *Romero*, Buenos Aires, Fundación Espigas.

A)



Alrededor del mundo
Serie de 24 postales de 9 x 14 cm

B)





Who's Padín
Experiencia interactiva
24 cuadernillos de 16 págs.
10,5 x 16,8 cm c/u