

Creatividad y Fin de la Imagen

Modos, medios, funciones y usos en el acontecimiento visual

Ignacio López Moreno

Doctor en Bellas Artes por la Universidad de Granada.

Profesor de Bellas Artes en la Universidad de Murcia.

ignacio@um.es

Editorial

A menudo, bajo la influencia de la lógica de identidad dualista con que el idealismo filosófico ha ordenado nuestra forma de entender el comportamiento humano, la creatividad es definida a partir de unos presupuestos de pureza en disputa con los modos de producción y apreciación en que interviene. Durante largo tiempo ha sido entendida como la expresión de una habilidad innata, natural y libre, para cuyo desarrollo no es necesaria, ni siquiera deseable, intervención alguna de los agentes sociales, comunitarios o familiares en que se produce. Concepciones más recientes, por el contrario, entienden la creatividad como un constructo social que depende de la interacción de contextos o escenarios raciales, culturales y de clase, tanto próximos o inmediatos como globales.

Parece intuitivo aseverar que el arte, incluso más allá de la tradición que soporta el concepto que Occidente maneja desde hace alrededor de un par de siglos, tiene mucho que ver con la creatividad. En la mente de quienes nos hemos formado en esta disciplina, e incluso en la de una mayoría social que desborda ampliamente este grupo privilegiado, resuenan las cualidades demiúrgicas asociadas al objeto de estudio en cuestión. Un

repaso a la historia del concepto “creatividad” nos desvelaría, sin embargo, que su estudio es mucho más reciente que el del arte y, lo que es más sorprendente, que aunque comparte con ciertas preconcepciones en torno al arte valores como la originalidad o la novedad, se distancia de él en sus objetivos de utilidad y valor práctico.

La distancia entre Arte y vida ha sido señalada con preocupación en numerosas ocasiones a lo largo de su historia reciente. La búsqueda de su superación motivó propuestas de pensamiento convencidas del valor pragmatista de la estética y del arte tras la primera guerra mundial y, más recientemente, ha dirigido la atención hacia valores sociales aspirantes a redimir el descrédito que el alto modernismo ha proyectado sobre la práctica artística. Una especie de contagio voluntario ha hecho que la fenomenología de los medios y modos implicados en la creación artística sea invisible, esto es, se mimetice con el máximo posible de experiencias sociales mediadas por la imagen. Dicha invisibilidad o mimetismo, sin embargo, provoca a su vez, como atestigua un ingente cuerpo de reflexión en torno a la postmodernidad, una enorme preocupación ante la sustitución irreversible de la experiencia real por una supuesta experiencia simulacral y vana, de la que el “arte” corre el peligro de no ser sino un exponente más. Pero, ¿podría esta preocupación no ser sino manifestación del deseo de determinados grupos de influencia por mantener la autoridad que el alto modernismo les confirió? Dicha invisibilidad o mimetismo ha brindado la posibilidad de reconsiderar usos de la imagen no sólo ignorados en un concepto de arte moderno alejado de la sociedad, sino en el esquema lógico que desde reacciones iconoclastas ancestrales, mediante su asimilación al engaño, devalúa su inmenso valor práctico.

Las imágenes, como productos asociados a necesidades específicas y adscritos a usos contingentes, ofrecen la posibilidad de convocar una reconsideración de nuestro

concepto de “arte” y nuestro concepto de “creatividad” y de, lo que considero más importante, la relación entre ambos. Durante las últimas décadas, disciplinas centradas en el estudio de la imagen han construido puentes y ocasionalmente remediado fracturas y desajustes entre ámbitos académicos hasta entonces excesivamente cerrados sobre sí mismos. La regulación que la filosofía ha ejercido sobre las nuevas disciplinas ha generado ricas reflexiones en torno a una supuesta dependencia mutua del poder invasivo de la imagen simulacral y la ansiedad generalizada ante la pérdida de realidad que caracteriza la postmodernidad. Si bien, esa regulación del discurso filosófico es cuestionada cada vez que una imagen despliega su eficacia en un ámbito funcional ajeno, aunque complementario, a su entendimiento filosófico. Dirigir la atención a los distintos modos de la imagen y sus contextos funcionales servirá sin duda para reconocer dimensiones afectivas y efectivas esenciales para el conocimiento y el desarrollo de los procesos creativos asociados a ella.

Desde una variedad rica y significativa de objetivos epistemológicos y de posicionamientos críticos, el conjunto de artículos que este monográfico incluye hace un considerable aporte al estado del debate actual en torno a las tensiones y confluencias funcionales entre imagen, arte y creatividad.

A la presentación magistral de los límites de la voluntad rupturista y programática con que los estudios visuales postularon en las décadas finales del siglo XX alternativas devastadoras con respecto a la hegemonía del médium artístico, que Gabriel Cabello propone, responden presentando sólidas evidencias de la no conclusividad de ese debate los artículos de Ramiro Losada o Pedro Ortuño. Mientras este último actualiza la capacidad del video como mecanismo de compromiso artístico frente al enorme poder de los media, Losada testea su capacidad como medio documental en una quimérica

aspiración de simbiosis entre la arquitectura contemporánea y nuevas formas de experiencia moduladas desde las tecnologías actuales de la imagen.

Las tecnologías actuales de la imagen ayudan a integrar o formatear la experiencia como médium artístico por derecho propio. Una labor que, como hace evidente la reflexión de Miguel Ángel Hernández, dio algunos de sus primeros pasos cuando Duchamp decidió trabajar con “lo infraleve” de sustancias tan escurridizas como el tiempo o el aire. En estas obras de Duchamp aún pesaba, no obstante, la caída del polvo o la presión del cierre hermético de un frasco, una fisicidad mínima, un “sobrante” que no es sino “parergon” necesario de lo que reclama atención desde el centro del discurso. Un parergon, además, que oportunamente permite vislumbrar lo que una vez pudo estar en ese centro y ha sido relegado. Berta Garrido perfila nítidamente ese elemento relegado, cuando frente al énfasis que el discurso establecido pone en el elemento relacional de la consideración del evento gastronómico como arte propone prestar atención a la imagen sensorial como aspecto primigenio de su estrecha relación. De fondo, en la relación entre arte y cocina que Garrido estudia está sin duda la decisión, más al servicio de los ideales políticos y sociales que dirigen la institución que de criterios periciales, de agentes autorizados dentro del mundo del arte. David López Rubiño desgrana uno a uno los pormenores axiomáticos de estos “juicios de experto” en una consistente revisión del polémico y reciente caso de cambio de atribución del “Coloso” del Prado.

Las raíces humanistas e ilustradas, lucidamente expuestas por Domingo Campillo, que situaron el pensamiento formal, conceptual o práctico en el centro del discurso y que, en ese movimiento, fueron paulatinamente dibujando un lugar para el pensamiento divergente o creativo como su “otro”, encuentra su réplica contemporánea en la argumentada salida a la búsqueda de una autenticidad perdida –propia del pesar

postmoderno- a través de la valoración renovada de la funcionalidad y de la sensación que el artículo de Sandra Rayos ofrece. Una funcionalidad y una sensación no identificadas ya con lo otro del pensamiento convergente, sino inscritas en el sólido brillo de funciones vitales del comportamiento práctico del ser humano.

Desde un comprometido optimismo, la crítica resistencia que postulan las propuestas discursivas de Antonio Collados, Jesús Martínez Oliva o María José Molina se ancla al poder del ciudadano frente a entes de dominación tanto real como simbólica o institucional. Donde Collados demanda una imaginería colectiva ajena a los canales oficiales de difusión, o Martínez Oliva compensa la insostenibilidad del descrédito de la imagen propio de la postmodernidad reivindicando la eficacia potencial del denominado “fotoperiodismo ciudadano”, Molina precave acerca de los peligros de la apropiación institucional de términos como “perspectiva de género” para sacar beneficio político, después de décadas de lucha feminista en defensa de la imagen femenina como un asunto que, alejado de una tradicional simplicidad dualista, es complejo o polifacetado.

Con las cuestiones de identidad política, social o de género que intervienen en la vocación de resistencia de los artículos de Martínez Oliva, Collados y Molina, están relacionados, si bien desde propuestas de estudio de caso o análisis de contenido, los trabajos de Gladys Carrasquel y Seber Ugarte Calleja, Isabel y Luis Rodrigo Martín, o Tamara Bueno Doral y Noelia García Castillo. Estas últimas reivindican, a través del análisis concreto de la imagen de los roles de género en carátulas de videojuegos infantiles, la necesidad de frenar la discriminación femenina ampliando los mecanismos para detectar la difusión de imágenes sexistas en productos mediáticos. A la demanda de Bueno Doral y García Castillo, parecen responder Isabel y Luis Rodrigo cuando centrados en la cuestión del diseño de “packaging”, apuntan la necesidad de atender a través de la

imagen, además de a los fines comerciales o de consumo últimos, a los comportamientos psicológicos, sociales o culturales que intervienen en la configuración de personalidad o identidad del consumidor. De una identidad que, como el estudio de Carrasquel y Ugarte Calleja revela, es plástica y está a merced de la conciliación entre imágenes proyectadas o reflejadas y afecto desde nuestra más tierna infancia.

Por último, desde tres ámbitos de estudio y metodologías distintos, María Abellán Hernández, Daniele Marcia y quien suscribe esta editorial han abordado el aún irresuelto y controvertido asunto del poder de las imágenes. Mientras López se centra en la contradictoria simultánea alusión y falta de atención que la imagen y la respuesta erótica han recibido en perspectivas teóricas científicas en torno al arte y a la imagen, entendiendo ese doble movimiento como un síntoma de su engañoso papel marginal en nuestras categorizaciones, Daniele Marcia explica la atracción generada por el visionado de imágenes mediáticas violentas, desde consistentes argumentos filosóficos, psicoanalíticos o sociológicos, en base al valor que las gratificaciones implicadas pueden tener como impulso hacia el conocimiento. Pero donde las aproximaciones de Marcia o López Moreno se centran más en los aspectos de respuesta al poder afectivo de la imagen, el texto presentado por María Abellán se enfrenta a los procedimientos y mecanismos de configuración de imágenes de poder en el mercado de la ficción audiovisual actual, en una reveladora argumentación que identifica, no sólo los elementos de narrativa audiovisual que componen la imagen de un personaje, sino aquellos que componen el sentimiento de afecto en que se manifiesta el atractivo del villano.