

DE LA CARTA PINTADA AL ARTE POSTAL Y SUS RECURSOS PARA MOTIVAR LA RECEPCIÓN DEL ESPECTADOR

Ann Heyvaert*
Universidad de Vigo

RESUMEN

El objetivo de este artículo es explorar las motivaciones y las estrategias de los artistas ante el tema epistolar, desde su representación pictórica por parte de los pintores de género del siglo xv al xviii, hasta la apropiación del medio mismo por los artistas de las vanguardias del siglo xx y sus seguidores, con sus experiencias de arte postal. Observando y analizando cómo los artistas se han acercado, desde posturas aparentemente muy diferenciadas, a este tema anclado en nuestra cotidianeidad e intimidad, procuraremos destacar sus recursos para captar la atención del espectador y motivar la recepción de la obra. La carta pintada interpela nuestros sentidos y nuestra curiosidad, pues es a la vez objeto visual y portador de mensaje, símbolo evocador de algún hecho exterior al cuadro; en la recreación de sus escenas domésticas el pintor busca estimular nuestra experimentación de la obra. Por su parte los artistas postales, en ruptura con los medios tradicionales, cuestionan la naturaleza de la obra misma y su lugar en la sociedad con el fin de implicar el destinatario-espectador en la recepción-recreación de la obra.

PALABRAS CLAVES: cotidiano, intimidad, percepción, mail art.

ABSTRACT

The aim of this article is to explore the artists' motivations and strategies with regard to the epistolary theme, from its pictorial representation by genre painters from the fifteenth to the eighteenth century, to the appropriation of the form itself by twentieth century vanguard artists and their followers, with their mail art experiences. By observing and analysing how artists have come together, from apparently very different stances, to understand this subject etched in our everyday life and privacy, we shall try to highlight their resources to capture the spectator's attention and incite the acceptance of the work. The painted letter questions our senses and curiosity, as it is a visual object and it also carries a message, an evocative symbol of a truth beyond the picture; by recreating everyday scenes, the painter is trying to stimulate our exploration of the work. On the other hand mail artists, breaking with traditional forms, question the very nature of the work and its place in society with the aim of involving the recipient-spectator in the acceptance-recreation of the work.

KEY WORDS: daily life, intimacy, perception, mail art.



INTRODUCCIÓN

La discreta e íntima actividad epistolar motiva, a lo largo de la historia del arte, su representación pictórica, especialmente por parte de los pintores de género de los países nórdicos del siglo xv al xvii. Por su parte el entorno postal servirá de plataforma de experimentación para las vanguardias del siglo xx y sus seguidores.

La carta constituye un medio de comunicación a distancia y en diferido, entre un emisor-remitente y un receptor-destinatario, mediante textos escritos sobre papel. La tarjeta postal es una variante con una función más directa y rápida, que añade con su imagen un carácter visual al mensaje textual. Con el fin de favorecer la recepción del mensaje, el remitente emisor utiliza una cierta estructura textual junto a significados referenciales y afectivos, que hacen presente al otro durante la comunicación.

Intentaremos advertir cómo los artistas aprovechan estas características del objeto epistolar, físicas, funcionales, simbólicas y emocionales, para investigar los entornos de la comunicación visual y plástica, desde la representación de la carta pintada y la recreación de sus escenas, hasta la apropiación del medio por el arte postal. Observando y analizando diferentes ejemplos de ambas posturas, aparentemente enfrentadas, procuraremos destacar las estrategias de los artistas para captar la atención y motivar la recepción del espectador.

Al igual que el entorno cotidiano e íntimo de la actividad epistolar ampara la conexión entre el remitente y el destinatario, parece que la estimulación perceptiva íntima favorece la recepción de la obra artística. En la recreación de estas escenas domésticas, simbólicas de comunicación privada, el pintor de género busca provocar nuestra experimentación de la obra. ¿No es ésta también la motivación de los artistas postales de la modernidad y de sus seguidores hasta los actuales net-artistas, insertar su obra en el entorno cotidiano de la comunicación epistolar, en la búsqueda de una mayor integración entre vida y arte?

1. COMUNICACIÓN EPISTOLAR E IMAGEN POSTAL

La comunicación vía mensajero nace en la noche de los tiempos; recordamos a Hermes, dios alado, elocuente y seductor, mensajero entre el cielo y los hombres, icono del sistema postal actual. Sistemas de intercambio de documentos escritos existen desde la invención de la escritura, en todos sus diferentes soportes, desde las pequeñas placas de barro grabadas, hojas de papiro o vitelas enrolladas, hasta el uso generalizado del papel plegado, *le pli*. El sistema de correos administrativo y público nace en Europa entre los siglos xvi y xvii; su paulatino desarrollo se generaliza a finales del siglo xix con la invención del sello de prepagado y pronto de la tarjeta postal.

* Departamento de Dibujo, Facultad de Bellas Artes, Universidad de Vigo. C/ Maestranza, 2, 36002, Pontevedra. E-mail: anneheyvaert@hotmail.com

La actividad epistolar estuvo durante tiempo reservada a una elite instruida, la alta sociedad y el clero. El desarrollo del servicio de correos tiene especial relevancia en los países bajos de Holanda, por su necesidad de comunicar con los puertos comerciales y las colonias donde desempeñan actividades de comercio. El progreso económico de estos países favorece la instrucción de la nueva clase burguesa. Estos hechos explican el protagonismo de la carta en las escenas de género de la pintura holandesa en los siglos XVI y XVII; motivo presente anteriormente en ocasiones como atributo de retratos —en general masculinos— o en alguna escena de tema religioso en la que la misiva ofrece una clave iconográfica.

En tanto que medio de comunicación, la carta está asociada a la tipología de la conversación, pero a distancia y en diferido, por tanto hacer presente y activo al destinatario es uno de los retos del mensaje. Para ello se establece una cierta estructura textual y se generaliza el uso de recursos, como fórmulas de cortesía, de saludo y despedida, comentarios o preguntas personales, así como referencias espaciales y temporales. Recursos referenciales y afectivos como éstos servirán también a los artistas plásticos para implicar a sus espectadores.

No es el propósito de este artículo destacar ni analizar la actividad epistolar de intercambio textual de los artistas, que evidentemente ofrece unas fuentes de información muy valiosas acerca de sus ideas y prácticas creativas, insertadas en el seno de otras consideraciones de carácter privado y cotidiano. Reflexiones y confesiones que se vuelven a menudo una forma de escrito público, medio de transmisión de sus experiencias creativas o manifiesto teórico, vinculados con su propia vida.

Sí, cabe destacar, sin entrar en detalles, cómo los intercambios epistolares privados dan lugar, desde sus inicios, a recursos creativos visuales originales y únicos, que prefiguran las experiencias posteriores de arte postal. Se decoran las cartas manualmente o simplemente se utilizan papeles especiales y se inventan múltiples maneras de plegar las cartas o los sobres, a veces verdaderos origamis. Los artistas al igual que los escritores utilizan el medio como soporte de creación en una interacción entre palabras e imágenes. Son infinitos los ejemplos, podemos citar entre otros los dibujos a pluma que acompañan las cartas de Victor Hugo, de William Blake o de Cocteau, las conocidas cartas ilustradas de Van Gogh a su hermano Théo y a Gauguin, los intercambios de Picasso con Matisse, las de Rilke con el joven Balthus. Un ejemplo reciente de intercambio epistolar creativo es el realizado entre John Christie y John Berger entre 1997 y 1998, que nos sirve para citar las palabras de Eulalia Bosch —en el libro *Te mando este rojo cadmio* (1)— cuando afirma que, al adentrarse en esta doble correspondencia visual, empezó a percibir cómo su propia mirada se volvía cada vez más atenta hacia la de los dos artistas, espejos de ambas formas de vida y de sus maneras de estar en el mundo. Queda explícito que la imagen epistolar hace, al margen del texto, rápidamente e íntimamente referencia a su remitente.

Con la invención de la tarjeta postal la imagen toma explícitamente protagonismo en la comunicación epistolar. Su tamaño relativamente pequeño y la ausencia de sobre permiten una lectura rápida y sirve para enviar mensajes cortos, privados, administrativos o propagandistas. En 1905, se optimiza el diseño reservando una cara completa para la imagen, ofreciendo por tanto un mayor protagonismo a la comunicación visual. Totalmente independiente, la imagen añade sentido perceptivo a la



función de transmisión del mensaje. Lógicamente los artistas, atentos a la novedad, se irán apropiando naturalmente del medio con diseños propios. No es casualidad si las primeras tarjetas ilustradas motivan, en 1889, una exposición monográfica en el marco de la III Exposición Internacional de Arte de Venecia, antecedente de la actual Bienal de Venecia.

Sea con imágenes reproducidas mecánicamente o ilustradas manualmente, la relación de las tarjetas postales con el arte resulta tan multifacética como inabarcable. Los avances de la tecnología de la imprenta permiten la reproducción a grandes tamaños y tiradas de cuadros de las colecciones de los museos, facilitando la difusión del arte a un público muy amplio, más allá del libro. Durante todo el siglo xx, artistas como Toulouse Lautrec, Kupka, Steinlen, Mucha, Vallotton, Kirchner, seducidos por las posibilidades de difusión del medio, adaptan sus imágenes a este pequeño formato y realizan diseños para tarjetas distribuidas en ediciones limitadas a través de suscripciones de periódicos o revistas. Los artistas de la modernidad, desde los constructivistas, los artistas de la Bauhaus, los futuristas o los surrealistas se interesan lógicamente por este medio insertado en la vida real; se apropian del medio como plataforma de experimentación formal y conceptual, pronto se hablará de «arte postal» y de «mail art».

A pesar de la competencia de los medios actuales de comunicación virtuales e instantáneos, la creatividad postal sigue hoy explorando las infinitas posibilidades de este modesto soporte cotidiano, con proyectos de edición o únicos, desde los entornos movedizos del diseño gráfico y del arte.

2. LA CARTA PINTADA

Antes de explorar la apropiación de la actividad postal por los artistas del siglo xx, parece interesante observar diferentes actitudes frente a su representación pictórica como tema central o secundario de composiciones muy sugerentes. La carta, doblada en la mano de un retratado solitario, o posada discretamente en medio de otros objetos en silenciosas composiciones, atrae nuestra atención, con su blanca presencia y la precisión de su forma tridimensional. Objeto de atención visual para un lector concentrado o elemento de desenlace narrativo de alguna pintura de género, la carta parece condensar el propósito del artista. La carta, en su trascendencia diluida en lo cotidiano, interpela nuestros sentidos y nuestra curiosidad, pues es a la vez objeto visual y portador de mensaje, símbolo evocador de algún hecho exterior al cuadro.

2.1. PERCEPCIÓN FÍSICA Y EXPERIENCIA

Recordamos brevemente los retratos renacentistas en los que importantes personajes sostienen discretamente entre sus manos, en el borde del marco, algún pergamino enrollado o papelito doblado, atributo iconográfico cuyo mensaje se encuentra bien guardado. Pensamos por ejemplo en algunos retratos de Hans Holbein, y en particular en el *Retrato del joven mercader Gisze* (1532), en una escena algo más



Figura 1. Hans Holbein, «Retrato del mercader Gisze», 1532.

completa. El personaje, situado en una estancia delante de una mesa, nos mira fijamente a la vez que se dispone a rasgar una carta. Su mirada directa nos implica en su acción, parece que quiere compartir su expectativa ante el contenido de la carta, seguramente un mensaje proveniente de lejanos puertos. En su entorno inmediato, se encuentran otras cartas colgadas, almacenadas, prueba de su importante cargo. Las calidades táctiles de los papeles doblados aportan veracidad a la escena, aumentando la intimidad de nuestra experiencia perceptiva (figura 1).

El éxito del pintor es fruto de nuestra sensación de cercanía e intimidad. John Berger nos habla de la lucha de la escritura —o de la pintura— para intentar *aproximarse a la experiencia sobre lo que se escribe* —o describe—, y que *del mismo modo se espera que el acto de leer* —o de mirar— *se convierta en otro acto de aproximación parecido* (2. p. 26), gracias a la experiencia de una cierta intimidad con lo contado. Porque la intimidad, añade José Pardo, no sólo hace posible el lenguaje, sino que lo hace real, real en su doblez (3).

La escritura o la pintura buscan esta relación de intimidad compartida con la descripción o representación detallada de objetos cotidianos, de manera que reaviva nuestra memoria perceptiva de la experiencia. *La obra se vive, se siente*, a través esencialmente de sus valores táctiles (4. p. 65); pues *el tacto es el sentido más antiguo y el más urgente*, dice Diane Ackerman (5. p. 103).



Observamos la utilización de estos recursos en la pintura primitiva flamenca, cuando los pintores utilizan los nuevos medios de la pintura al óleo para representar con un máximo de verismo elementos del entorno cotidiano, con la intención de hacer más accesibles a todos la narración religiosa de sus escenas. La integración del mundo sensible doméstico fecunda esta familiaridad y propicia la identificación con lo representado. Está claro que los pintores son conscientes del mayor poder de sugestión de algunos objetos cotidianos, como pueden ser los libros o las cartas, con su carácter íntimo y privado añadido, pero también saben del valor plástico de la representación del papel, con su calidad táctil, su ocupación espacial y su ilusión tridimensional.

Por estas características, el papel y la carta están a menudo incluidos en composiciones de *naturalezas muertas*, acertadamente denominadas por los holandeses del siglo XVII como pinturas de vida inmóvil, «*stilleven*», o vida silenciosa, «*still life*». En su silencio los objetos ordinarios, banales, agrupados, sin embargo hablan a nuestros sentidos y deseos más íntimos. Como un acto de ofrenda, el pintor nos presenta objetos familiares de la vida corriente, de todos los días. Busca la connivencia entre la materia de la pintura y la mirada, un estado de gracia que permita la interiorización de la experiencia física. Es significativo que los pintores aprovechan este género para simbolizar el tema iconográfico de los «cinco sentidos», a través de la representación de elementos y objetos alegóricos. El papel con sus nítidos pliegues es un buen recurso para simbolizar el sentido del tacto.

Colocadas de manera estratégica, sobresaliendo del borde de una balda en primer plano, las cartas tientan nuestras manos. Cartas que parecen prendidas en el borde del marco, sujetas entre cintas o clavadas sobre el fondo de madera, engañan nuestros sentidos. Pensamos en los *Porta cartas* de Cornelis Norbertus Gijsbrechts (s. XVII-XVIII). Su colocación aleatoria y su desorden son la prueba flagrante de su realidad, al igual que el papelito clavado en una esquina del cuadro, en el que el artista firma su superchería. Pues no deja de ser una superchería, o como diría Baudrillard, *un simulacro en plena consciencia del juego y del artificio* (6. p. 103). (figura 2)

Por su relativa fácil apariencia ilusoria, las cartas participan a menudo del género del *trampantojo*, cuya vocación anunciada es la de confundir al espectador, de engañarlo haciéndole creer que lo que ve es la realidad misma. La fascinación que ejerce este género es proporcional a nuestro deseo de ilusión; parece que nos gusta poner en duda nuestros sentidos. Es esta duda y perplejidad ante una posible realidad, la que sostiene nuestra mirada, y reclama nuestra atención sobre el objeto representado, un simple y banal objeto cotidiano. Georges Perec habla de *irrupción, durante un breve instante, de la ficción en un universo al cual, a causa de lo que podríamos llamar nuestra ceguera cotidiana, no sabemos prestar atención* (7).

2.2. ATENCIÓN VISUAL Y SUGESTIÓN

En el desafío de su realidad, en su apariencia muda, el silencio de las cartas nos provoca doblemente; apela a nuestra memoria perceptiva física, pero también a la evocación de su contenido. Su representación esconde su doble secreto: el secreto de lo fingido y de lo inasible, lo inasible de su realidad misma y de su mensaje oculto.



Figura 2. Cornelis Norbertus Gijsbrechts, «Porta cartas», s. XVIII.

Observaremos ahora cómo los pintores juegan con esta doble naturaleza de la carta para atraer nuestra mirada, esta vez con escenas relacionadas con la actividad misma de la escritura, lectura, o entrega de alguna misiva, con sus juegos de manos y miradas que las acompañan.

Volvemos a los primitivos flamencos con el retrato de San Ivo (1450), de Rogier van der Weyden, representado concentrado en la lectura de una carta, probablemente un documento jurídico, pues el santo ejerce de abogado dedicado a los necesitados. La figura ocupa todo el espacio del cuadro, la carta desplegada está representada con todo detalle en primer plano y en perspectiva, como en un espacio intermedio entre el retratado del cuadro y el espectador exterior. La blancura del papel que ilumina el rostro impassible y atento del hombre, capta la mirada de sus ojos semiabiertos y también la nuestra. Casi se pueden leer las frases caligráficas, las letras dialogan con los detalles del paisaje a través de la ventana tras la cabeza del santo, metáfora de la relación entre la carta-documento con la vida real y cotidiana. El reborde de la ventana y las líneas de clavos de su contra de madera nos dirigen otra vez hasta las pupilas negras del lector. El santo lee en la carta la vida exterior, que nosotros vemos por la ventana; el tiempo se enrosca. Sentimos ante esta escena toda la experiencia física de una empática concentración en el acto de la lectura (figura 3).

La misma inquietud motiva al pintor francés George de la Tour cuando aprovecha el retrato de otro santo, San Jerónimo (1627-29), para también explorar



Figura 3. Rogier van der Weyden, «San Ivo», 1450.

y representar el acto de leer o de mirar. En las varias versiones¹ que conocemos, las composiciones están igualmente saturadas hasta el borde del marco, de manera que acerca la escena para implicar mejor al espectador. Las cartas abiertas, con todas sus dobleces sobresalientes, se presentan sostenidas por unas manos en suspensión, podrían ser las nuestras. La claridad del papel concentra las miradas del santo y del espectador, pero a diferencia de Rogier van der Weyden, no podemos ver las pupilas de sus ojos, pintados con los párpados bajados. La sugestión de la mirada del lector está reforzada, en una de las versiones por un binóculo sostenido en el espacio de su mirada, y en otra por la llama de una vela escondida tras la carta; ambos elementos posibilitan la lectura y sirven para dirigir nuestra mirada, junto a la del santo, hacia el objeto simbólico. Gracias a la luz de la vela el papel se vuelve translúcido, dejando entrever la escritura por transparencia, inversa e ilegible, excitando aún más nuestra curiosidad. La densidad dramática propia del pintor moviliza el pensamiento del espectador, por medio de la sugestión de su mirada activa (figura 4).

Hemos comprobado con estos ejemplos cómo los pintores aprovechan la descripción de un acto de atención visual, como la lectura de una carta, para ampliar

¹ Se conocen varios cuadros con este tema, algunas copias de pinturas perdidas.

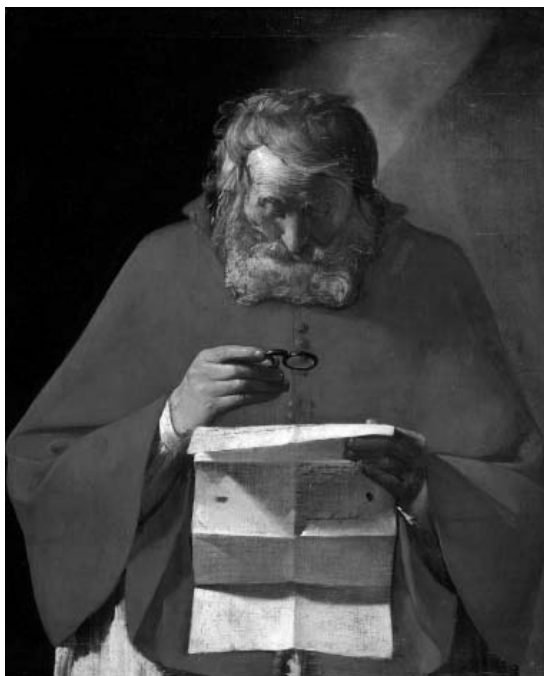


Figura 4. George de la Tour, «San Jeronimo», 1627-29.

su reflexión hacia el acto de mirar en sí, dentro y fuera del cuadro. Se trata de un aspecto ampliamente explorado en las pinturas de género por los pintores holandeses del siglo XVI y XVII. En sus escenas cotidianas de interiores, se ingenian con múltiples recursos y subterfugios a atrapar nuestra mirada y hacer presentes hasta las cosas ausentes. Por medio de la representación de cuadros en la pared, mapas o espejos, nos aportan informaciones o nos sugieren acontecimientos fuera de nuestra visión, al igual que las puertas, cortinas o ventanas abiertas hacia espacios apenas sugeridos. La carta por su parte actúa de manera más simbólica, alude también a eventos exteriores a la escena, que pueden ser revelados a través de otros elementos del cuadro. Por ejemplo, un mapa de un lejano puerto informa acerca del paradero del remitente, o un cuadro con un angelote sosteniendo un as de corazón nos hace intuir el carácter amoroso del mensaje.

Jan Vermeer al igual que sus contemporáneos utiliza estos recursos con gran simplicidad formal. Utiliza las posibilidades que le ofrece el género epistolar para investigar los meandros de la mirada, en su condición fragmentaria intrínseca, multiplicando los enfoques y los puntos de vista. Vermeer sitúa a menudo las escenas detrás de una puerta abierta o de una cortina, posicionando al espectador en situación de *voyeur*.

En el cuadro de *La carta de amor* (1667) del Rijksmuseum de Amsterdam, Vermeer sitúa a los personajes tras una puerta abierta. En la oscuridad del primer



Figura 5. Jan Vermeer, «Mujer leyendo una carta», 1657.

plano, el indiscreto espectador se ve sorprendido espiando a las dos protagonistas en su intimidad. Su curiosidad está atraída por el contraluz de la carta aún bien cerrada, sostenida por la destinataria cuya mirada hacia su sirviente nos informa de su expectativa, contagiosa. Somos testigos seguramente de alguna correspondencia secreta y amorosa. Nuestra distancia impuesta por el paso de la puerta, entorpecido por unos zapatos y una escoba, nos confirma lo inasible del contenido de la carta.

Mientras Gabriel Metsu nos hace compartir nuestra indiscreción con algún otro personaje de la escena, por ejemplo con un caballero espiando por detrás a una mujer ensimismada escribiendo una carta, Vermeer por su parte nos compromete con sus propios ojos (8. pp. 263-85). Con ello cuestiona el acto de mirar y de re-presentar, así como la participación por parte del espectador en la re-creación del cuadro.

En *Mujer leyendo una carta* (1657) de Dresde, Vermeer esconde al espectador esta vez detrás de una cortina y conduce su mirada hacia el rostro, iluminado por la luz de una ventana abierta, de una joven absorta en la lectura de una carta estirada entre sus manos. En seguida nuestra visión rebota del papel blanco hasta el reflejo de la chica en el cristal de la ventana, con sus ojos agachados sobre la carta. Vermeer quiere enfatizar la mirada de la protagonista con estos dos puntos de vista, a la vez que completa nuestra visión de la joven, tal como lo harán más adelante los pintores cubistas desplegando las facetas de un mismo objeto, a menudo elementos cotidianos como libros, periódicos o cartas (figura 5).

La composición más sencilla de *La lectora de azul* (1664) no es menos eficiente; Vermeer consigue implicarnos discretamente en la escena. Nos emociona esta mujer embarazada concentrada en la lectura de su carta. La carta nos habla de la ausencia del futuro padre, sin duda viajando por uno de los lejanos países re-



Figura 6. Jan Vermeer,
«La lectora de azul», 1664.



Figura 7. Rembrandt,
«Betsabé en el baño», 1654.

presentados en el mapa colgado sobre la pared. *Nosotros no lo vemos, pero la lectora, ella, sí, lo ve, lo oye. Está aquí. Nosotros solamente oímos el silencio, [...] Las sillas están vacías. La mujer está llena, llena de su espera* (9). Percibimos su aliento en su boca entreabierta, compartimos su espera. La carta colma por un momento la ausencia y la soledad, es una metonimia que hace presente el remitente al destinatario (figura 6).

Observamos ahora un cuadro de Rembrandt en el que representa el momento posterior a la lectura de una carta: *Betsabé en el baño* (1654), en el cual una mujer desnuda, sorprendida en una escena doméstica de aseo personal, sostiene esta vez una carta sin mirarla. Sus ojos perdidos nos sugieren pensamientos vinculados con la lectura de la carta. La composición envolvente nos lleva otra vez directamente hacia el contraluz sinuoso de la carta casi en el centro del cuadro, portadora de un mensaje que sin duda nosotros conocemos —la invitación del rey David, episodio del Antiguo Testamento—, y que deja pensativa y preocupada a la protagonista. Rembrandt articula la experiencia física de la carta entre los dedos de Betsabé con su mirada evasiva. Consigue representar la percepción de la interiorización del mensaje escrito y sugerir los sentimientos de Betsabé; el contenido de la carta es objeto de su meditación y por extensión de la nuestra (8. pp. 263-85) (figura 7).

Holbein, Rembrandt, Vermeer, van der Weyden, de la Tour..., consiguen compartir con nosotros estos momentos sencillos de la existencia. Estimulan nuestra mirada y nuestra curiosidad, gracias a nuestra experimentación íntima, perceptiva y emocional, del tema epistolar. Desde la proximidad de un género anclado en la cotidianidad de la vida, estos artistas buscan una comunicación directa, para indagar mejor en el hecho mismo de la praxis artística, en el juego del arte, el del artista con el espectador.



3. DE LO COTIDIANO

No es casualidad si la representación del entorno epistolar cobra especial protagonismo en los países nórdicos de Flandes y Holanda, desde su representación con los primitivos flamencos, hasta su inserción como tema de predilección en las denominadas *pinturas de género*. El interés por temas cotidianos, y particularmente por el tema epistolar, depende de diferentes circunstancias sociológicas e históricas.

Los nuevos sistemas de producción y los cambios hacia una economía mercantil llevan a una mejora de la vida cotidiana para una mayor población. Las artes acompañan esta evolución fomentando la exaltación de los sentidos en la vida terrenal. Al mismo tiempo la nueva ideología reformista, al eliminar la iconografía religiosa, da lugar a la aparición de nuevos géneros, como la representación de naturalezas muertas o de interiores, referenciando la vida cotidiana y privada. Esta producción viene a satisfacer una nueva clientela burguesa, ávida de ostentar su nueva posición social, además de su acceso a los placeres de la cultura, hasta ahora reservados a una minoría ilustrada. Este arte de lo cotidiano entra en numerosos interiores privados, facilitando la comunicación de los artistas con un mayor público. La democratización del arte viene acompañada del desarrollo de nuevos sistemas de comercialización a través de marchantes y mercados.

La producción artística se ve en parte desligada de encargos y mecenas, sujeta ahora a las singularidades y deseos de sus nuevos clientes. Los pintores aprovechan temas del entorno cercano y cotidiano, como la actividad epistolar, con la que la burguesía instruida puede fácilmente identificarse, pues va unida al ámbito de su actividad comercial y a su necesidad de comunicar con parientes en los distantes puertos y las colonias. El entorno epistolar permite reunir en una sola imagen espacios interiores y domésticos con alegorías de exteriores lejanos.

Los preceptos religiosos reformistas aprovechan también estos entornos de comunicación privada para insertar alusiones moralistas. Frente a las grandes *kermesses* heroicas de las pinturas conmemorativas e histórica, o los desbordamientos barrocos de ciertas pinturas de la contrarreforma católica, los géneros domésticos, referentes de una vida real, cotidiana y modesta, aparecen más accesibles a todos.

A finales del siglo XIX frente al frío arte oficial académico, los artistas vuelven al entorno cotidiano para investigar nuevas formas de representación más cerca de la «realidad». La vanguardias del siglo XX florecen preocupadas por acercar el arte al ámbito de la vida misma; sus experiencias con vocación, ya no sólo de introducir lo cotidiano en el arte, sino de disolver el arte en lo cotidiano, definen ciertas tendencias del arte de hoy, resistentes al dominio del arte espectáculo fomentado por el mercado y las instituciones. La realización artística se vuelve inseparable del tiempo vital y de la experiencia individual, en un ir y venir entre lo particular y lo universal, entre lo privado y lo público. Cualquiera de nuestras pequeñas miserias, cualquier objeto banal o mínima acción, pueden dar lugar a nuevas percepciones, basculando en el juego de la ficción, en el que cada uno puede reconocerse.

4. EL ARTE POSTAL, EN LA OTRA CARA DEL ARTE

John Dewey, en 1934, insta a los artistas a *restaurar la continuidad entre esas formas refinadas e intensas de la experiencia que son las obras de arte, con los actos y los eventos de todos los días* (10. p. 21). Los escritos del filósofo motiva más adelante las actitudes radicales de *no-arte* de Allan Kaprow, que añade: *La existencia precede a la obra y la experiencia creativa forma parte de la vida* (11. p. 15).

Las ideas de los constructivistas, los dadaístas, los futuristas, seguidas por las experiencias de los neodadas americanos provenientes del Black Mountain College, de los nuevos realistas europeos, los situacionistas, Fluxus..., de casar el arte con la vida, estimularon en efecto una serie de mutaciones en los fundamentos de los procesos creativos, desvinculándolos de la hegemonía de la estética visual y de la pintura retiniana. Vincular «el arte con la vida» significa para estos artistas reinventar otra cara al arte, *L'autre face de l'art*, tal como lo formula Pierre Restany (12), un *arte nuevo* que pretende restituir la experiencia estética dentro de una experiencia vital, real, cotidiana y social.

El lenguaje no es fin sino medio para una noción renovada del arte. Los artistas investigan, en todos los campos de la creación, espacios de actuación alternativos, limítrofes entre los ámbitos privados y públicos. Al margen de los circuitos comerciales y oficiales del arte, con obras inseparables de su cotidianeidad y de su biografía, los creadores se apropian de los medios cotidianos de comunicación del mismo entorno social, como los medios de difusión editorial o el servicio de correos.

4.1. DE MOTIVO A OBJETO

Volvamos un momento a la representación de *naturalezas muertas*, al principio del siglo xx, por los pintores cubistas que, al igual que sus antecedentes holandeses, pretenden explorar desde un tema cercano y cotidiano los ámbitos de la mirada. A la vez que quieren presentar sus temas abarcando su multiplicidad de puntos de vista, utilizan el collage de verdaderos papeles impresos con el fin de retar la propia realidad. Sobre los *guéridons* de Georges Braque o Picasso aparecen cartas multi-desplegadas y postales reales.

Poco después, Marcel Duchamp junto a los futuristas sacan el objeto epistolar del cuadro y lo envían por correo. Coincidiendo con sus primeros *ready-mades*, Duchamp envía en 1916 una composición con cuatro tarjetas de invitación pegadas ente sí, a sus vecinos y mecenas los Arensberg, en Estados Unidos. Se considera esta pieza como inicio del *mail art* (figura 8). Pronto Duchamp intercambia también tarjetas por correo con sus amigos surrealistas y futuristas, los cuales establecen un marco teórico al nuevo *arte postale*.

Insertos en la ideología utópica arte-vida moderna, los futuristas italianos se proponen una reforma radical del espacio existencial y social. El hecho postal es uno de los campos en los que se manifiestan con mayor fuerza inventiva, con una producción intensa por parte de Marinetti, Balla, Canguillo, Pannaggi,... (13). Sus tarjetas postales sirven tanto para la promoción de sus pinturas y de sus ideas como



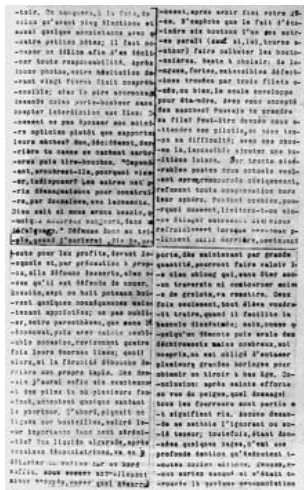


Figura 8. Marcel Duchamp, 1916.



Figura 9. Pannaggi, 1926.

para la experimentación formal, en una interacción entre texto e imagen. A veces las tarjetas nacen en función de la personalidad del destinatario o de la naturaleza del mensaje. Los artistas Dadá y los surrealistas utilizan igualmente el soporte epistolar como terreno de integración del acto creativo en el ámbito cotidiano. Experimentan nuevas técnicas que dirijan la obra hacia una cierta poética de la existencia, a través del automatismo, el sueño o el juego; poesía automática, jeroglíficos, cadáveres exquisitos, llegan a ser a veces juegos epistolares, poemas visuales...

Los futuristas, por su parte, exploran nuevos recursos gráficos —nuevas formas de tipografía— y utilizan el collage de elementos recuperados —impresos variados, tickets de metro, envoltorios de papel, gasas—, que actúan como testimonios de acontecimientos vividos (figura 9). Los collages añaden al objeto epistolar unas cualidades perceptivas táctiles; antes que objetos visuales, las tarjetas son regalos para la mano. El objeto transita de mano en mano desde su confección manual, pasando por las diferentes manos anónimas del servicio postal, hasta su extracción del buzón de correos por parte del privilegiado destinatario, que antes mismo de mirar el objeto puede percibir su forma y su textura. Pensamos en el niño Walter Benjamin, cuando introducía en su *infancia en Berlín* su mano en lo profundo de un cajón y se recreaba dejándola jugar hacia la *revelación emocionante* (14).

El arte postal es a la vez vehículo y soporte de la obra. Se presenta como una actividad artística, alternativa y discreta, que transita en el ritmo diario del correo. Nace y llega en la vida misma, en la cotidianeidad y la intimidad del artista, así como en la del receptor. Y es desde esta familiaridad, desde la banalidad de los materiales y sus texturas conocidas, que los artistas postales interpelan a sus destinatarios, con sus tarjetas hechas especialmente para ellos. Está claro que los remitentes buscan transmitir y compartir experiencias físicas y vitales.

La manipulación de la tarjeta es necesaria para poder apreciar sus dos caras; ambas tienen el mismo valor para los artistas postales. Esta aceptación de la integridad de la obra recalca el carácter objetual del arte postal. Numerosos artistas exploran estas características táctiles y objetuales, pero siempre, o casi, dentro de los parámetros de forma y tamaño preestablecidos por el entorno postal. El artista se alimenta del mismo ámbito postal, se apropia de su definición formal, de los materiales y añadidos propios del correo. En general el arte postal guarda la forma de las pequeñas tarjetas o de los sobres corrientes; los materiales más utilizados son el papel y el cartón, alguna vez la madera u otros objetos reciclados del espacio doméstico. A menudo los artistas reutilizan objetos postales, como verdaderas tarjetas postales, cartas ya escritas, sobres, etc. El crítico y amigo Alberto González-Alegre habla de «*ready mail*» (figura 12).

Los sellos, las estampillas y mínimas etiquetas postales participan del lenguaje formal y forman parte integrante de la obra final. Es en su definición formal y funcional que el objeto encuentra su sentido y su belleza. La belleza, decía Bruno Munari radicalizando las teorías de la Bauhaus, no depende tanto de equilibrio o armonía —valores y terminología propios de la historia tradicional y «anticuada» del arte—, sino *del mérito de su forma lógica y de la exactitud en la solución de sus componentes*. En este discurso de coherencia, «*lo bello*» es la consecuencia de lo «justo» (15. pp. 29-30).

Los contenidos son los contenidos, la estampilla es la estampilla, la dirección postal es la dirección postal. La pregunta dice ¿es ésta una forma de arte? Ésa es la forma del arte, dice Ray Johnson (16).

Los artistas sacan el objeto epistolar del cuadro y enviándolo por correo lo han convertido en objeto de arte. El objeto epistolar pasa de referente a sujeto, pero esta vez, a la diferencia de los *ready-mades*, el objeto no está desviado de su función. Junto a su nuevo carácter artístico, el arte postal guarda su vocación epistolar.

4.2. VOCACION EPISTOLAR Y ACTITUD

Los medios de comunicación son prolongaciones de las facultades humanas y la elección de un medio privilegia ciertos sentidos de la percepción, recalca Mac Luhan; fondo y forma de los medios funcionan en conjunto, su combinación condiciona el mensaje. La vocación epistolar intrínseca define las propiedades formales y discursivas del arte postal.

Las tarjetas creadas por los artistas postales guardan las calidades de su función ritual de comunicación: mensaje de recuerdo de un remitente a un destinatario. El objeto-postal en sí, incluso sin mensaje textual, sigue cumpliendo esta función, guarda siempre las características íntimas y secretas de las cartas dobladas y enfundadas en sobres. *El medio es el mensaje*, dice Mac Luhan (17). Ese carácter comunicativo, privado e incluso íntimo, sustenta la obra postal. Es con esta idea tautológica del lenguaje y del arte que algunos artistas conceptuales, desde Marcel Duchamp, Yves Klein, Ben, Joseph Kosuth, On Kawara, Joseph Beuys, Jürgen O. Olbrich..., se acercaron a experiencias de *Mail Art*.



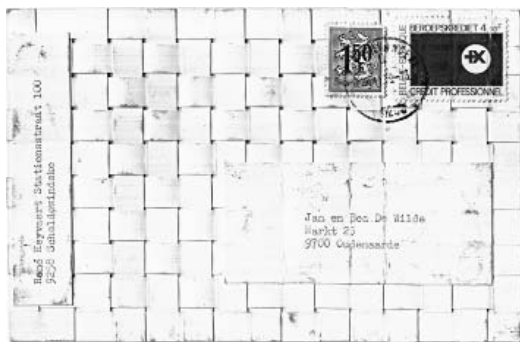


Figura 10. René Heyvaert, 1979.



Figura 11. OnKawara, «I am still alive», 1970.

Puede que la motivación de algunos artistas se comprenda también desde una imperiosa necesidad de comunicación, debida a un estado de gran soledad y extrema melancolía, como en el caso del artista belga René Heyvaert. Sus muy sobrias tarjetas blancas, en su silencio gritan: «Pienso en ti», «Piensa en mí», «Estoy vivo», «Aquí estoy con lo que hago» «Esto soy yo», *quiero hacer algo que sea mi retrato. una cosa en la cual me reconozca mejor que ante un espejo, mejor que la imagen que tengo de mí-mismo o que los otros tienen de mí* (18. p. 314) (figura 10).

Hablar de sí-mismo y «dar signos de vida» son funciones recurrentes de la actividad epistolar. *I'm still alive* diría el artista japonés On Kawara, en su serie de telegramas, enviados todos los días durante 1969. También el artista utilizará el soporte de la tarjeta postal para enviar con igual sistemática mensajes como *I am not going to commit suicide – don't worry*», *I am going to sleep – forget it*», o *I got up at*», pretexto para definir un sistema espacio-temporal neutro e insignificante, en una idea de apropiación conceptual de lo vivido más ordinario (figura 11).

No es casualidad si René Heyvaert envía una de sus primeras tarjetas de arte postal² (19) —verdadera tarjeta postal, reproducción de una pintura de Renoir, intervenida, marcada por unos pliegues cruzados, con la simple anotación de «Documenta 5», la fecha y su nombre— desde esta Documenta de Kassel dirigida en 1972 por Harald Szeemann, comisario pocos años antes de la histórica exposición *When Attitudes Become Form*, Berna 1969. Las actitudes se constituyen en ocasiones en verdaderos sustentos de algunos proyectos de Mail Art. Los artistas Fluxus parafrasean la fórmula de Szeemann con su *Mail Art is as much attitude as art form*, considerando el arte postal como un arte vivo de la misma naturaleza que la performance (20. p. 21). Artistas como On Kawara unen el envío de arte postal

² Ver catalogación de su obra postal (una de las muchas facetas de una obra amplia y multiforme, desde su vocación de arquitecto) en la tesis doctoral de la autora de este artículo.



Figura 12. René Heyvaert, 1982.



Figura 13. René Heyvaert, 1982.

con prácticas de viaje convertidas en actividad artística. El artista suizo H.R. Fricker escribe en 1984, *After Dadaism, Fluxism, Mailism, comes Tourism*.

Las experiencias postales se intensifican a partir de los años 60 y 70, con los nuevos realistas, Zero, los situacionistas, Fluxus..., y numerosos artistas de manera individual. Algunos se complacen también en provocar ese secular y tradicional medio administrativo. Aunque saben que tienen que prestarse a unos condicionamientos formales, se divierten en tratar de implicar o de poner a prueba la institución. Ben Vautrier pone dos direcciones diferentes en ambos lados de sus postales y escribe en ellas *The postman's choice (El cartero elije)*. El belga Antoine Laval por su parte envía sus tarjetas a destinatarios inventados para que le sean devueltas, transformadas, procesadas. Dieter Roth envía postales con una gruesa capa de pintura que se va resquebrajando por el camino dejando ver la ilustración original, lo obra vive con el medio. René Heyvaert desafía el sistema con sus frágiles tarjetas recortadas de papel o madera, verdaderas filigranas, o con sus objetos cotidianos incongruentes en el entorno postal —por ejemplo un cuchillo pegado sobre un pequeño círculo de madera que me envía sin sobre, en 1982, a mi domicilio en Santiago de Compostela— (figuras 13 y 14).

En 1962, Ray Jonson, que había compartido anteriormente con los artistas del Black Mountain College una visión del arte unida a la experiencia vital, funda la *New York Correspondance School of Art*, cuyo nombre es un guiño a la *Abstract Expressionist School of Art* y a los cursos de arte por correspondencia para aficionados. Ray Jonson organiza proyectos de artistas «invisibles» que utilizan el medio postal

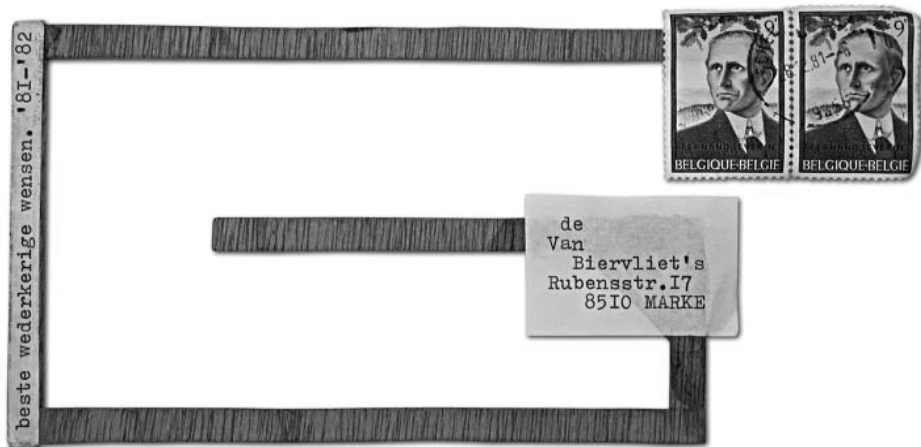


Figura 14. René Heyvaert, 1981.

más allá de una concepción privada e individual propiamente epistolar, confiere al Mail Art un sentido social, colectivo y público.

Poco a poco se multiplican redes y cadenas en América y Europa. Clemente Padín o Paulo Bruscky promocionan en América Latina proyectos colectivos de arte postal combinando poesía visual con activismo político. Robert Filliou y George Brecht junto con otros integrantes de Fluxus lanzan, desde el sur de Francia, en 1973, el concepto de la *Eternal Network*, red supra-fronteriza e infinita que se define como un modelo utópico de comunicación en expansión continua, pudiendo utilizar todas las formas y medios expresivos. El mailartista belga Guy Bleus toma igualmente partido a favor de la movilidad de los artistas a través de los diferentes medios, y apunta que no es el sistema de correos, ni el fax o el e-mail, lo que constituye el mensaje del Mail Art, sino la comunicación en sí por encima del medio (21. p. 89). Las listas de direcciones de los participantes alimentan infinitos circuitos que se entrecruzan y se retroalimenta. Estas experiencias colectivas anticipan y prefiguran las redes actuales de Net Art.

Los artistas postales teorizan sobre los valores del Mail Art, cuestionan el lugar del arte en la sociedad, así como otros conceptos tradicionales del arte como el carácter de perennidad —un mensaje postal se presenta en sí como efímero—, el valor mercantil —obras donadas— o el de autoría compartida. Se define el arte postal en tanto que soporte universal no mediatizado y no selectivo, para una comunicación artística fuera de los espacios tradicionales del arte. Se habla de «no-arte» en el sentido de su desintegración a través de su integración en la vida misma. Con ello se pretende escapar de las tutelas inquisitivas de las instituciones culturales y del proselitismo medio-burgués de las galerías de arte y su utilización degradadora de la creación con fines mercantilistas.

La organización de las primeras exposiciones de arte postal parece transgredir estos principios, y hoy algunas de estas obras, ¡las de los artistas más reconocidos!, han sido recuperadas por el sistema, cuelgan en los museos y se encuentran en ventas públicas.

Aunque con motivaciones muy diferentes, podemos observar entre estos artistas transgresores del siglo pasado y los conformistas pintores de género del siglo XVII un deseo común de expansión y democratización del arte, revalorizando el entorno de la vida cotidiana. Ante la demanda burguesa creciente, los pintores holandeses multiplican sus pequeños cuadros, variaciones y copias pintadas, para difundirlos a través de los mercados de toda Europa. Al mismo tiempo, se desarrolla la reproducción y la difusión de imágenes por medio de las técnicas de grabado, origen de los *mass media* actuales. Los talleres colectivos de los grandes maestros, y las copias grabadas de sus mejores cuadros, con la participación de varios intervinientes en los procesos artesanales empleados, cuestionan el concepto de autoría.

4.3. AUTORÍA COMPARTIDA

El arte postal, desde su fabricación, su paso y procesamiento por la institución postal, hasta su recepción por parte del espectador, evidencia una participación y autoría colectiva. Los futuristas ya habían teorizado acerca de la participación del sistema de correos en el proceso de acabado de las obras postales, con todos sus intermediarios y su colectiva complicidad. El funcionario de la oficina local sella, estampa, fecha el objeto postal; la obra es entonces validada, legitimada en un reconocimiento administrativo y público. Pannaggi califica los añadidos postales como documentos fiscales que entran en la composición estética para asumir su propia función, símbolos de la institución oficial, autenticación de la obra en el seno de un medio ligado a la vida real. Pannaggi se considera como un *provocador* de la obra de arte (13). La autoría se ve compartida con la burocracia postal anónima, pero también con los destinatarios, quienes al recibir la obra y experimentarla, la completan y la recrean. La recepción es proceso y agregación. Ray Jonson aprovecha esta idea lanzando proyectos colectivos como: «*Please add to and return*», o sea «por favor añade algo y devuelve la obra transformada», permitiendo la participación en la obra de una cadena de destinatarios-remitentes-autores, esta participación encadenada sustenta numerosos proyectos actuales de net art (figura 15).

Sobre el objeto postal queda presente la colectiva autoría autor-receptor, con la anotación conjunta de los datos del artista-remitente y del destinatario re-creador —o de los varios destinatarios—, junto con los signos de validación de la institución postal. Es interesante comprobar cómo los propietarios receptores de arte postal tienen un sentimiento de propiedad muy fuerte sobre estos objetos, tienen conciencia del envío personalizado por parte del remitente-artista y de su responsabilidad con la recepción del obsequio.

Este carácter de obsequio tiene un valor de acto generoso y desprendido, el objeto postal cambia de mano por decisión de su creador sin que se pida en principio



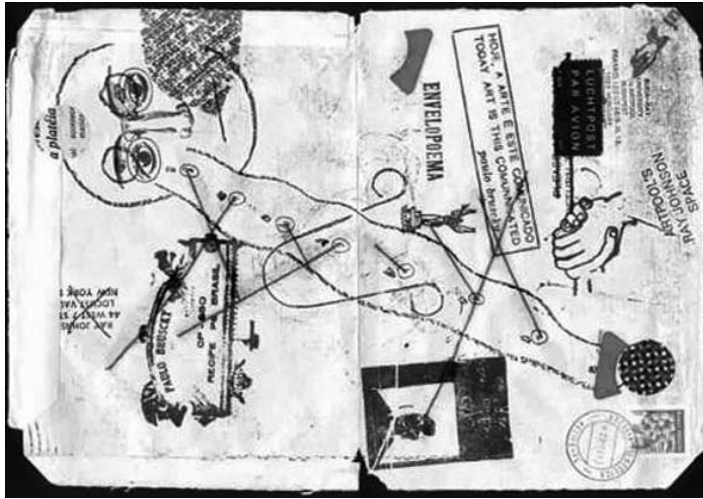


Figura 15. Brusky a Ray Johnson. «Please add to and return».

nada a cambio. Pero el acto de «don» conlleva también su connotación de *potlatch*³, en el sentido que crea al receptor un cierto compromiso de devolver algo. Aunque el envío postal no pide explícitamente nada a cambio por parte del destinatario, se espera alguna respuesta o por lo menos alguna reacción. El arte postal interpela, provoca, desafía al receptor y lo compromete en el acto creativo. Guy Debord teoriza acerca del valor de *potlach* de la recepción artística en su revista del mismo nombre (22). Ya a principios del siglo xx, Kurt Schwitters afirma que con el arte postal no se trata solamente de producir formas, sino de compartir un evento, o sea, de vivir el arte, y que más que el producto final prima el proceso de creación, la transividad de un acto estético y ético.

El arte postal actúa desde el medio postal con sus elementos y su simbología; con su calidad de «ready mail» provoca la recepción ética del espectador y su complicidad para presuponer su valor artístico (figura 15). Desde el bautismo artístico del *objet trouvé* por parte de los surrealistas, los dadás o Marcel Duchamp, de la *música del camión que pasa* de John Cage, de la acción del *salto al vacío* de Yves Klein, del *fluir de la vida* de Fluxus, la apropiación de la vida se inscribe en una idea de «obra abierta» con la implícita adhesión del *regardeur* espectador (23). La eficacia del arte postal, y del net art, reside en su transividad inmediata, en su capacidad de llegar de forma directa y segura al espectador.

³ El *potlatch* es el término dado por unos indios de América a su costumbre basada sobre la práctica del don y la obligación de devolver algo de mayor valor. Guy Debord teoriza acerca del valor de *potlach* en la recepción artística, en su revista *Potlach*, núm. 30.

DISCUSIÓN FINAL

Con el traspaso paulatino del intercambio epistolar al espacio telemático de internet, las acciones colectivas de arte postal o «mail art», tal como mencionamos anteriormente, se vieron ampliadas, desde principios de los años 90, con intervenciones en las nuevas vías del correo electrónico, de las listas de difusión o los foros sociales. Es en estas redes de comunicación directa e inmediata que empieza a desarrollarse y definirse el net art, cuyas experiencias tomarán poco a poco lugares autónomos en la Web a través de plataformas específicas accesibles a todos, desde nuestro rutinario ámbito privado y cotidiano, al margen del entorno cultural institucional o mercantil.

En este sentido, la actividad epistolar, en su nuevo ámbito de transmisión pero con sus propios códigos naturales, motiva las primeras intervenciones artísticas por Internet, como por ejemplo el envío en 1996 de «La lettre» por el artista francés Antoine Moreau —carta que sigue navegando aún hoy por las listas de correo electrónico—. Este proyecto, desde el ritual de la comunicación a distancia, provoca y fideliza al receptor con «obras-textos» en forma de cartas informativas encadenadas (24. pp. 157-59). Otros ejemplos reflexionan acerca del carácter privado e íntimo de los intercambios epistolares, para lanzar proyectos inspirados en confesiones secretas, animando a los participantes, protegidos por el anonimato virtual («Persistent Data Confidante» de Paul Vanousse o «The Temple of Confessions» de Guillermo Gómez-Peña, ambos de 1997). Estos proyectos ponen en evidencia la dicotomía privado-público propia del espacio de internet, pero también del arte postal y de las tradicionales pinturas de género.

Las primeras intervenciones de inspiración textual, y pronto hiper-textual, se verán rápidamente ampliadas con estructuras complejas interactivas que pueden enlazar tanto imágenes, textos o sonidos. El Net Art, al igual que el Arte Postal, explora sus propios recursos procesuales y mediáticos, uniendo la herramienta creativa con su soporte, que a su vez sirve de plataforma de difusión y de re-activación de la obra. Pero el net art va más allá en la disipación de condicionamientos físicos, temporales y espaciales.

La pérdida del carácter objetual, físico, de la obra postal, se ve compensada por la empatía perceptiva del espectador frente a su ordenador, de alguna manera al igual que frente a un cuadro pintado. En ambos casos el pintor o el net-artista utilizan recursos para motivar e implicar la recepción sensible y activa de la obra; con la sugestión de nuestra experiencia perceptiva y vital, provocan nuestros sentidos y nuestra interpretación.

Tal como observamos al inicio de este texto, los diferentes elementos alegóricos de las pinturas de género guían la mirada y la experimentación de la obra, transportando al espectador hacia espacios y pensamientos exteriores al cuadro —a través de ventanas, mapas, cortinas, cartas, etc.—. Las composiciones de los cuadros de género, con su fragmentación y entramado simbólico, actúan como imágenes «complejas» y «reflexivas», al igual que las imágenes numéricas, organizadas por capas y distintos niveles de significado, orientando al espectador en una recepción por «montaje» (25).



En el net art, las técnicas informáticas posibilitan múltiples campos de interacción, de ámbito hipertextual o rizomático, ofreciendo abanicos de «posibles», que necesitan la actuación de un receptor para concretarlos. El espectador se siente más que nunca implicado en la elaboración de la obra, en una idea de autoría compartida con el creador.

Hemos comprobado, a lo largo de nuestras reflexiones, cómo posturas creativas, aparentemente tan diferenciadas ante la comunicación epistolar —desde su representación pictórica hasta la apropiación de sus elementos y espacios mediáticos—, se encuentran finalmente en la vocación intrínseca a toda comunicación, la de posibilitar la transitividad del mensaje y garantizar su recepción. Es con el deseo de llegar con eficacia al espectador, a cualquier espectador fuera de los ámbitos elitistas, que los artistas buscan recursos aprovechando las características propias del objeto epistolar —formales, físicas, funcionales, simbólicas y emocionales— con el fin de provocar una experimentación perceptiva íntima y vital, con la implicación del receptor cada vez más activo. Con ello cuestionan las prácticas y los ámbitos de la creación, y es desde la cercanía del tema, desde su banalidad, desde el misterio de sus silencios, que los artistas nos interpelan, nos sorprenden, nos seducen, nos implican, haciendo posible la recepción de la obra y su re-creación.

El espectador no puede escapar al propósito del artista, debe entrar como un *voyeur* en los cuadros de Vermeer para espiar la carta blanca que tanto lo atrae, debe recoger y experimentar la tarjeta de arte postal que le llega directamente a su casa, o, sumergido en su ordenador o en cualquier dispositivo electrónico móvil, participará de las obras. Ante la carta pintada, recreada o sugerida, el destinatario, absorto en su soledad y su silencio epistolar, comparte el lenguaje del artista y participa de su ficción. En su experimentación íntima, recrea las obras y las hace posibles.

René Heyvaert escribe al dorso de varias de sus tarjetas de arte postal enviadas entre 1980 y 1981:

une œuvre d'Art n'est pas un produit fini. Elle doit toujours
être recréée par le spectateur (artiste).
elle n'existe donc pas vraiment.

(una obra de Arte no es un producto acabado.
debe estar siempre recreada por el espectador (artista)
por tanto no existe realmente.)

Recibido: 15-06-2011. Aceptado: 28-02-2012

BIBLIOGRAFÍA

- (1) BOSCH, Eulalia, en *Te mando este rojo cadmio*, Actar. Barcelona, 2000.
- (2) BERGER, John, *El sentido de la vista*, Alianza editorial, 1985, p. 26.
- (3) Pardo, José Luis, *La intimidación*, Pre-textos, Valencia, 1996.
- (4) BERENSON, Bernard, *Estética e historia en las artes visuales*, Fondo de Cultura Económica, México, 1987, p. 65.

- (5) ACKERMAN, Diane, *Una Historia natural de los sentidos*, Anagrama, Barcelona, 2000, p. 103.
- (6) BAUDRILLARD, Jean, *De la seducción*, Cátedra, Madrid, 1987, p. 64.
- (7) PEREC, Georges, *Esto no es un muro*, en el libro-catálogo *Pere(t)c, tentativa de inventario*, Fundación Luis Seoane, La Coruña, 2011.
- (8) ALPERS, Svetlana, *El arte de describir. El arte holandés en el siglo XVII*. Herman Blume, 1987, pp. 263-285.
- (9) PONTALIS, Jean-Baptiste, *Une si longue attente*, Vermeer, Télérama Hors série, Paris, 1996.
- (10) DEWEY, John, *L'art comme expérience*, Farrango, París, 2005, p. 21.
- (11) KAPROW, Allan, *L'art et la vie confondus*, Centre George Pompidou, Col. Supplémentaires, Paris, 1996, p. 15.
- (12) RESTANY, Pierre, *L'autre face de l'art*, Galinée París, 1979. París, 1995.
- (13) LISTA, Giovanni, *El arte postal futurista*, Centro Insular de Cultura, Las Palmas de Gran Canaria, 1991.
- (14) BENJAMIN, Walter, *Infancia en Berlín hacia 1900*, Alfaguara, Madrid, 1982.
- (15) MUNARI, Bruno, *El arte como oficio*, 1ª ed. 1968, Labor, 1994, pp. 29-30
- (16) GUTIÉRREZ MARX, Graciela, *Artec correo = artistas invisibles en la red postal*, <http://www.artexero.com.ar>.
- (17) MAC LUHAN, Marshall y POWERS, B.R., *La aldea global*, Gedisa, Barcelona, 1996.
- (18) HEYVAERT, René, Texto sin fecha, publicado en el libro *René Heyvaert*, Ludion - Cera Foundation, Bélgica, 2006, p. 314.
- (19) HEYVAERT, Anne, *El arte postal de René Heyvaert: una concepción mínima y cotidiana del arte*, Tesis doctoral, Universidad de Vigo, 2010.
- (20) HELD Jr., John, en *Mail Art. La Red Eterna*, LUPI y Merz Mail, Sestao, 2011, p. 21.
- (21) BLEUS, Guy, *Un informe sobre el arte postal*, en *Mail Art. La Red Eterna, op. cit.*, p. 89.
- (22) DEBORD, Guy, *Le rôle du Potlatch autrefois et maintenant*, *Potlach*, núm. 30, 1959.
- (23) ECO, Umberto, *Obra abierta*, Ariel, Barcelona, 1990.
- (24) FOURMENTRAUX, Jean-Paul, *Art et internet, les nouvelles figures de la création*, CNRS éditions, Paris, 2005, pp. 157-59.
- (25) CATALÁ, Josep M., *La imagen compleja. Fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual*, Universitat Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions, Bellaterra, 2005.

