

PRODUCCIONES EXCISAS **VACCEAS**

Antecedentes y pervivencias



Carlos Sanz Mínguez
Juan Francisco Blanco García
(editores)

PRODUCCIONES EXCISAS VACCEAS
Antecedentes y pervivencias

Vacceia Monografias, 7

Carlos Sanz Mínguez
Juan Francisco Blanco García
editores

PRODUCCIONES EXCISAS VACCEAS
Antecedentes y pervivencias

Valladolid, 2019

© De la presente edición: Centro de Estudios Vacceos Federico Wattenberg de la Universidad de Valladolid
© Carlos Sanz Mínguez y Juan Francisco Blanco García, editores
© De los textos: los autores respectivos

Edita: Centro de Estudios Vacceos Federico Wattenberg de la Universidad de Valladolid

Maquetación y diseño: Eva Laguna Escudero - Centro de Estudios Vacceos Federico Wattenberg de la Universidad de Valladolid

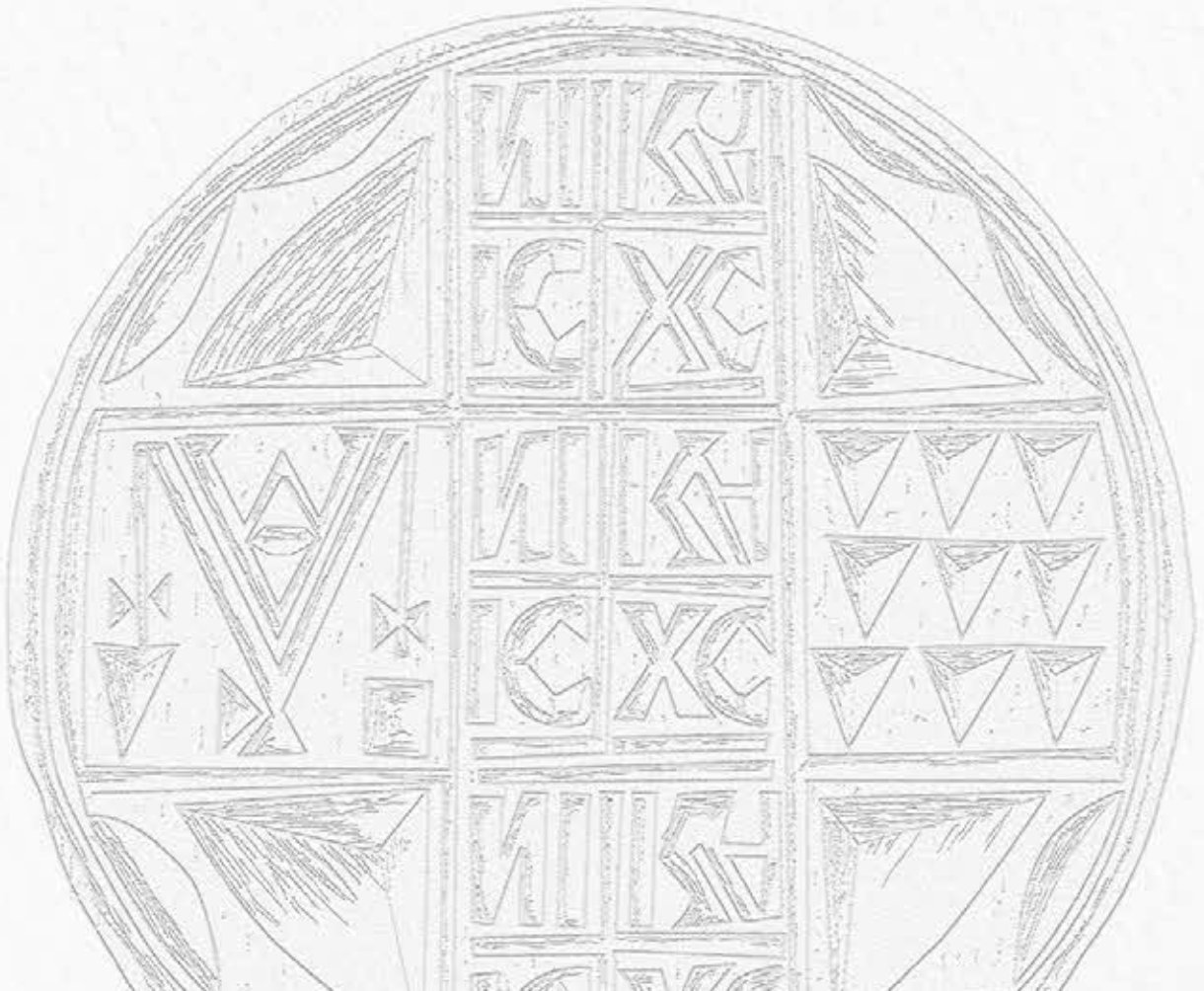
Impresión: Gráficas Benlis. Valladolid

Impresión en España - Printed in Spain

ISBN: 978-84-09-16388-5

Depósito Legal: DL VA 979-2019

ARTE PASTORIL



EL ARTE POPULAR ANTE UN NUEVO MILENIO

Elvira Vega Herrero

Resumen: Dentro del recurrente intento por delimitar el terreno de lo artístico encontramos ciertas diferencias entre arte culto y arte popular. Pese a que en la mayoría de los casos diferenciamos a cuál de las dos categorías pertenece una obra, existen otras más ambiguas o que, pese a ser fruto de la tradición, hemos convertido en cultas por su importancia. Además, con la llegada de la modernidad, asistimos a la aparición del arte de masas como fenómeno que, si bien no procede del folclore, está dirigido a un pueblo que se uniformiza bajo la homogeneidad de la masa, provocando así nuevas discusiones en el terreno de la reflexión estética. Este artículo pretende analizar las características esenciales de lo que consideramos arte tradicional y exponer la cuestión del arte de masas como nueva forma de arte popular adaptada a nuestro tiempo, en el cual las diferentes identidades culturales dejan paso a la uniformidad y el pueblo termina por convertirse en masa

Palabras clave: Arte popular, arte culto, industria cultural, arte de masas, estética popular, cultura pop, folclore, arte popular actual.

Danto asegura que gracias a obras como la *Brillo Box* de Andy Warhol los objetos cotidianos excedieron su utilidad dando lugar a una transustanciación de su significado, una especie de proceso eucarístico que provocó una indescernibilidad perceptiva entre el utensilio de uso común

Abstract: Within the recurring attempt to delimit the artistic field we find certain differences between high art and low art. Although in most cases we differentiate which of the two categories a work belongs to, there are others more ambiguous or that, despite being the result of tradition, we have transformed them into high for its importance. In addition, with the arrival of modernity, we witness the birth of mass art as a phenomenon that, although it does not come from folklore, is aimed at a populace that becomes uniform under the homogeneity of the mass, thus causing new discussions in the field of aesthetic thoughts. This article aims to analyze the essential characteristics of what we consider traditional art and expose the question of mass art as a new form of low art adapted to our time, in which different cultural identities give way to uniformity and the people end up becoming mass.

Keywords: Low art, high art, culture industry, mass art, popular aesthetic, pop culture, folk, actual popular art.

y la obra de arte. Otros autores como Dickie (discípulo de Danto) consideraron la teoría por la que la institución artística del momento es la única autorizada a determinar qué es (y qué no es) arte como la respuesta más válida a este respecto. Estos teóricos fueron precedidos por otros

como Hegel y Hume que, pese a que su reflexión no estuvo motivada por la controversia permanente para lograr una definición consensuada de arte contemporáneo (término poco acertado ya que cualquier manifestación artística es contemporánea de su época), fueron quienes reflexionaron acerca de las condiciones necesarias y suficientes para considerar una obra de arte. Podría reconocerse que a lo largo del siglo XX se ha mantenido una constante y extensa reflexión estética sobre aquello que todas las obras de arte comparten y solo ellas poseen.

Esto no excluye, por supuesto, al arte popular. Porque, a pesar de que su factura y origen no es contemporáneo y de que muchas de sus características están bien definidas, su ámbito, personalidad y alcance extienden su presencia en manifestaciones trascendentes a su entorno primigenio. De la misma forma cualquier otra manifestación artística quedaría delimitada por singularidades comunes que diferencian al conjunto de sus obras. Además, determinadas corrientes artísticas se dan en un contexto de confrontación con otras. Por ejemplo, entre el arte popular y el arte culto, enfrentadas habitualmente por una tendencia contumaz a considerar una como arte pobre y otra como arte rico e, incluso, a encuadrar aquello que consideramos verdaderamente arte dentro del arte culto y aquello que creemos que no lo es dentro del popular.

Autores como Cohen consideran que cada forma de arte satisface unas determinadas necesidades y que estas, al ser diferentes para el arte culto y para el arte popular, no son comparables. Pero ¿podemos decir que existen diferencias sustanciales entre el arte culto y el arte popular o simplemente son los expertos quienes marcan el límite? Novitz, que —por su parte— sostiene que las diferencias entre uno y otro se deben a la convención y no a propiedades estéticas concretas, parece postular que la teoría institucional de Dickie (a la que aludíamos anteriormente) también es aplicable en la delimitación de las categorías artísticas¹.

Lo cierto es que, pese a la discutible pertinencia de dicha confrontación, existen diferencias históricas entre el arte culto y el arte popular, es decir, existen ciertos patrones (especialmente dentro del arte popular) que permiten establecer disparidad entre uno y otro. Sin embargo podríamos encontrar dificultades en obras concretas

que bien pudieran pertenecer a cualquiera de ellos. Estos ejemplos parecen distar de un modo similar de los paradigmas de ambas clasificaciones, lo cual los coloca en una postura indefinida en el debate estético. Nadie duda de que las óperas de Wagner pertenecen al arte culto, ni de que las rabeladas han de encuadrarse en el entorno del arte popular (en tanto que cada uno de ellos son paradigmas de su categoría), pero existen otros casos en que la etiqueta no resulta tan fácil de colocar.

Denis Dutton establece en su obra *El instinto del arte* una lista de doce puntos que, a su juicio, conforma las características individualmente necesarias y conjuntamente suficientes que solo poseen las obras de arte. El problema que filósofos como Danto han encontrado en esta retahíla de propiedades es que dota de especial importancia a una de entre todas, transformándola en más imprescindible que el resto. No obstante, la propuesta de este autor puede resultar clarificadora como primera incursión en un intento definitorio de las características del arte popular.

De las doce cualidades expresadas por Dutton² resultan de especial relevancia a este respecto cuatro de ellas. La primera, titulada *Habilidad y virtuosismo* establece que las obras de arte que merezcan ser llamadas como tal deben gozar de una cierta calidad en su ejecución. Aplicando esta necesidad al arte popular (el cual también usa como ejemplo el propio Dutton: «Cuando casi todos los miembros de una cultura adquieren una habilidad, como los cantos o los bailes comunitarios en algunas tribus, sigue habiendo unos individuos que destacan en virtud de su talento especial para esta actividad»³) puede verse que efectivamente, aquellos ejemplos que cuentan con mayor habilidad técnica han perdurado en el tiempo como mejores ejemplos de este. Aunque bien es cierto que esta característica no es exclusiva del arte popular ya que, como afirma Dutton, en cualquier corriente artística aquellos modelos mejor realizados tienden a ser canónicos debido al placer sensorial que produce lo correctamente ejecutado. Respecto del placer estético, Kant expresa en la *Crítica del juicio*: «La satisfacción en lo agradable está unida con el interés. Agradable es aquello que place a los sentidos en la sensación»⁴, mientras que «[...] cuando digo que un objeto es bello y muestro tener

gusto, me refiero a lo que de esa representación haga yo en mí mismo y no aquello en que dependo de la existencia del objeto. Cada cual debe confesar que el juicio sobre belleza en el que se mezcla el menor interés es muy parcial y no es un juicio puro de gusto»⁵. Esto podría denotar una diferencia entre el arte culto y el popular; el placer del primero en lo bello y del segundo en lo agradable. El interés, con lo cual, está presente en el arte popular ya que este place en la sensación, pero el juicio estético elevado, puro (y por tanto desinteresado) pertenece únicamente al arte considerado culto.

Dutton denomina a la segunda propiedad que nos atañe *Estilo* y refleja en ella la necesidad de un proceder enmarcado dentro de un patrón propio. Señala: «Los objetos y las actuaciones en todas las formas artísticas se realizan siguiendo unos estilos reconocibles, según unas normas relativas a la forma, la composición y la expresión. El estilo ofrece un trasfondo estable, predecible y “normal” según el cual los artistas pueden crear elementos de novedad y una sorpresa expresiva»⁶. En el arte culto (por ejemplo, aquel adscrito a la corriente academicista) perviven una serie de pautas estilísticas propias que congregan sus obras bajo un patrón más o menos general. No obstante, en el arte popular el patrón que rige un grupo de artefactos es mucho menos cuestionado. Es decir, por ejemplo, la decoración de objetos cotidianos cuenta con las pautas propias de un lugar, pero estas (pese a una evolución estilística conforme aumenta la pericia) no innovan tanto como las piezas consideradas de arte culto. En definitiva, el estilo estable y reconocible, del que habla Dutton como una característica esencial del arte, se encuentra presente en el arte popular también como uno de sus patrones fundamentales.

El tercer punto desarrollado por Dutton y nombrado *Las tradiciones y las instituciones del arte* se refiere a la fama que puede llegar a obtener una obra artística dentro de la tradición en la que se engloba. Esto puede darse tanto dentro del arte culto como del popular. Por lo general, las obras de arte culto basan su notoriedad en conocimientos de la historia del arte —es decir, en su trasfondo teórico—, mientras que en el arte popular el público capaz de apreciarlo no necesita una amplia competencia sobre el tema. En resumen: podría decirse

que los ejemplos canónicos de arte culto cuentan con un público generalmente erudito (aunque una obra que se considere culta puede producir deleite en personas sin conocimiento sobre el tema como ocurre con la composición *Para Elisa* de Beethoven capaz de agradar incluso a quienes carezca de estudios musicales), mientras que el público del arte popular es general y no especializado.

La última de las características resaltables a este respecto es la denominada por Dutton como *Experiencia imaginativa*, la cual es, además, considerada por este autor como más determinante, casi definitoria, y por ello cuna de la mayoría de sus críticas. Dice Dutton, como definición de esta experiencia: «Intentar comprender cómo era la vida en la antigua Roma es un acto de la imaginación, pero también lo es acordarme de que me he dejado las llaves del coche en la cocina. Sin embargo, la experiencia del arte viene dada por el modo en que desvincula la imaginación de su propósito práctico, liberándola, tal como enseñó Kant, de las limitaciones de la lógica y de la comprensión racional»⁷. Esta condición queda resuelta en manifestaciones indudables del arte popular como las danzas regionales y tribales o los cuentos educativos de la transmisión oral, con lo cual es también una característica de este arte, aunque no exclusiva.

Gracias al análisis de la obra de Dutton pueden encontrarse ciertas pinceladas propias del arte popular que no presentan (o al menos no de forma tan evidente) el arte culto como un público no especializado o una tradición estilística poco renovada a lo largo del tiempo, además de otras características presentes en ambos, como el deleite estético en la correcta ejecución o la presencia de una experiencia imaginativa. Pero estas no son las únicas peculiaridades que presenta el arte popular, del mismo modo que otras de las citadas por Dutton no pueden encontrarse más que en el arte culto. Con lo cual habrá que seguir indagando hasta encontrar un conjunto definitorio suficiente (conscientes de la dificultad para encontrar el grupo perfecto).

El anonimato es un rasgo presente —y no exclusivo— en la mayor parte de las manifestaciones artísticas populares. Existen excepciones, en este caso normalmente ligadas a una pericia suprema y reconocida por la comunidad. Es decir, aquellos artistas tradicionales que han

sobrevivido al paso del tiempo han resultado ser algunos de los mejores en sus artes respectivas. De tal forma que podría considerarse la incógnita autoría como uno de los rasgos generalmente distintivos del arte popular. La carente importancia del autor está implícita en dicho anonimato y es quizá una particularidad mucho más distintiva del arte popular. Por lo general los artistas populares no cuentan con un aura en torno a su figura, como sí poseen autores claramente cultos. No es la figura del autor lo que importa. Lo realmente importante es el uso y la conservación de una disciplina de ejecución transmitida generación a generación que permite diferenciar detalles estilísticos y decorativos propios de una zona y un tiempo concretos.

Entonces ¿qué papel tiene la autoría en el arte tradicional? Este tipo de anonimato, sumado a la ruralidad presente en la mayoría de obras populares, forjan un autor colectivo a quien atribuir cualquier manifestación artística folclórica y popular: el pueblo, autor y público beneficiario de su obra. Además, decir que el receptor del arte popular es el pueblo deja entrever la distinción (antes mencionada) entre un público preparado para la alta cultura y un pueblo mayoritariamente privado de preparación académica que consume un arte útil, placentero y carente de reflexión necesaria.

Esta característica permite, sobre todo desde la aparición del arte contemporáneo, excluir ciertas obras que pueden cumplir otras anteriores pero cuentan con un autor y con un emisor concreto, aunque vayan dirigidas a un público genérico. Este es el caso de creaciones similares a la mitología desarrollada con los héroes del cómic o, ampliando el espectro del ejemplo a extremos poco convencionales, la cartelería soviética. Existen, a su vez, casos en los que esta característica pudiera ser especialmente clarificadora como, por ejemplo, el patrón decorativo diseñado por Louis Vuitton para sus complementos. Si se analizan paralelamente este diseño y la ornamentación tallada en un objeto cotidiano a través de las cualidades resaltadas como únicamente (o especialmente) populares puede verse que ambas cumplen todas menos esta última: ambos ejemplos permiten un público no especializado del mismo modo que cuentan con una tradición estilística poco o nada renovada, además de provocar un

agrado sensorial. Pero mientras que los útiles pastoriles son de origen anónimo y se consideran únicamente propios de una zona (del mismo modo que existen rasgos característicos de un autor como Rembrandt o El Greco, el arte popular cuenta con particularidades propias que permiten diferenciar algo realizado en Castilla de algo hecho en Andalucía), es decir, son creadas por un pueblo, el patrón diseñado por Louis Vuitton es mundialmente conocido como propio de este autor: la obra no puede ser desligada del ego de su artista.

Esto no quiere decir que la autoría comunitaria sea la única característica relevante distintiva del arte popular, pero de entre todas las resaltadas es quizá la exclusivamente propia de este.

El arte popular frente al arte de masas

Además de una crisis en los patrones establecidos, durante el siglo XX apareció una nueva forma de arte entendida como “arte de masas”, que nace como producto de la “industria cultural”⁸. Este se considera (por lo general) equivalente al concepto de “cultura de masas”. De hecho, fue este segundo término el abocetado por Adorno y Horkheimer. No obstante, decidieron cambiarlo. «En nuestros borradores hablábamos de “cultura de masas”. Pero sustituimos esta expresión por “industria cultural” para evitar la interpretación que agrada a los abogados de la causa: que se trata de una cultura que asciende espontáneamente desde las masas, de la figura actual del arte popular. La industria cultural es completamente diferente de esto, pues reúne cosas conocidas y les da una cualidad nueva»⁹. Puede parecer que el arte de masas es el nuevo arte popular que ha evolucionado gracias a la tecnología, la sociedad de consumo y la globalización, pero lo cierto es que, pese a compartir características, no puede decirse que sean formas totalmente equivalentes. Adorno estudió a lo largo de toda su obra las nefastas consecuencias que traía consigo la incipiente industria cultural, cuyo público no se parece al consumidor de arte popular.

Para analizar las diferencias entre uno y otro es necesario comenzar por la obra de Walter Benjamin, quien vislumbró, cuando apenas el cine y la fotografía acaba-

ban de nacer, el efecto de una nueva forma de reproducción artística, a saber, la reproductibilidad técnica¹⁰. Benjamin alertó de la avanzada intromisión del sistema de producción capitalista en la forma de entender el arte y la cultura. No solo el capitalismo fue quien transformó nuestra idea de cultura. Para Benjamin los totalitarismos de principios del siglo pasado también fueron un factor clave para la masificación de los mensajes. Dice: «Pero en el mismo instante en que el criterio de la autenticidad falla en el seno de la producción artística, toda función social del arte resulta transformada por entero. Y, en lugar de fundamentarse en el ritual, pasa a fundamentarse en otra praxis, a saber: la política»¹¹. Desde la aparición de la industria cultural los rasgos distintivos propios de cada folclore han quedado unificados bajo un mensaje que, lejos de ser universal por unas características presentes en cualquier cultura, basan su uniformidad en haber sido cortadas todas bajo un mismo patrón. Ya no es la cultura la que refleja el pensar de un pueblo sino cualquier pueblo el que cae bajo las garras de una misma cultura deslocalizada y genérica.

No obstante, hay quienes consideran la cultura generada en nuestro tiempo como el epítome del arte y la reflexión humana. Es cierto que la introspección y revisión de los patrones artísticos que ha provocado la expresividad artística contemporánea puede verse como el culmen de la historia del arte¹². Pero esta reflexión propia del arte culto y de la alta cultura dista enormemente de la cultura de masas o de la industria cultural. Esta última se adapta al sistema económico capitalista produciendo en masa para la masa. El problema está en que vivimos en un tiempo sin paradigmas y sin patrones artísticos universales. Un nuevo arte vanguardista cuyo *leitmotiv* general es la ruptura con lo establecido anteriormente, una industria cultural inabarcable y consumida como si fuera un producto cualquiera por una población cada vez más uniforme, y una necesidad teórica de establecer nuevos conceptos y cánones que permitan diferenciar el arte de lo que no lo es hace que nos encontremos ante un relativismo infranqueable y por tanto ante una incapacidad de avanzar conjuntamente hacia un mismo lado en el terreno del arte¹³.

Entonces ¿es el arte de masas la nueva forma de arte popular? En el acto comunicativo artístico (como en

cualquier otro) existen un emisor, un receptor y un canal por donde transmitir el mensaje. Existen diferencias entre un arte y otro en cada fase de este proceso. Primeramente puede verse que el emisor propio de la industria cultural no es, como sí ocurre en el arte popular, el pueblo. El arte producido en masa continúa siendo para el pueblo pero no proviene de este. No retorna al pueblo de donde surgió sino que es lanzado al mundo con el fin de homogeneizarlo. En el arte popular, como ya quedó señalado anteriormente, es el pueblo quien anónimamente expone manifestaciones artísticas útiles y agradables a sí mismo. Es en el arte de masas donde la propia industria genera un arte de consumo que lanza a la masa a expensas de que esta lo engulla pidiendo más.

Otra diferencia entre ambos tipos de arte se encuentra en el canal de transmisión. En el arte popular la forma de transferencia más común era la conocida como “de padres a hijos”, es decir, un traspaso generacional de los objetos, los cánticos o los bailes gracias a las liturgias, los ritos, la imitación y las herencias. Evidentemente, la reproducción (manual e industrial) ha formado parte del arte popular, de este modo la cantidad de ejemplares de una obra aumentaba y esta era mucho más fácil de conservar. El problema, expuesto por Benjamin, llega con el proceso de reproducción técnica, en el cual las obras son despojadas de su aura. No solo las obras de arte cultas cuentan con el prestigio que aporta un aura. Las manifestaciones de arte popular también poseen dicho renombre, sobre todo allí donde son propias, ya que gozan del carácter irrepetible de la autenticidad. En definitiva, mientras la reproducción normal propia del arte popular permite la existencia de un aura en sus obras —que pese a ser reproducciones siguen siendo auténticas, originales—, la reproductibilidad técnica nacida junto con la industria cultural provoca una destrucción, tanto del aura como de la autenticidad. Dice Benjamin: «La autenticidad de una cosa es la suma de cuanto desde lo que es su origen nos resulta en ella transmisible, desde su duración de material a lo que históricamente testimonia»¹⁴. Ningún arte de masas, por popular que quiera ser, podrá adquirir el aura que este posee, «hasta a la más perfecta reproducción le falta algo: el aquí y el ahora de la obra de arte, su existencia siempre irrepetible en el lugar mismo en que se encuentra»¹⁵.

Siguiendo con los elementos básicos del proceso de transmisión de un mensaje llegamos a este mismo. El mensaje propio del arte popular se caracteriza (frente al del arte culto) por no requerir de una elevada preparación cultural en sus destinatarios. Este arte nace de la tradición de un pueblo, generalmente poco instruido; no tendría sentido que necesitase exquisitez cultural por parte de aquellos a quien va dirigido porque su mensaje no solo se dirige a ellos sino que proviene de ellos. Todo pueblo genera una cultura y una tradición que, tarde o temprano, se materializará en una manifestación artística propia e identitaria. Por su parte, el arte de masas cuenta con un mensaje no elevado que no nace de la necesidad sino de un intento por parte de la industria de crear un patrón que sea válido en cualquier cultura. Si esto no fuera así no tendría sentido que alguien en España se sintiera representado por una fiesta de graduación al más puro estilo americano, o que Santa Claus cuente con tanto éxito en lugares de tradición católica y no anglosajona, pese a las grandes diferencias etnográficas. Pareciera que la industria cultural mina poco a poco el carácter identitario de cada región del mundo en aras de una cultura de masas totalitaria, de una imposición mercantilista de la cultura que se ha de consumir. Son célebres las palabras que escribe Kant en su obra *¿Qué es la ilustración?*: «La ilustración es la liberación del hombre de su culpable incapacidad. La incapacidad significa la imposibilidad de servirse de su inteligencia sin la guía de otro. Esta incapacidad es culpable porque su causa no reside en la falta de inteligencia sino de decisión y valor para servirse por sí mismo de ella sin la tutela de otro. ¡*Sapere aude!* ¡Ten el valor de servirte de tu propia razón!: he aquí el lema de la ilustración»¹⁶. En el arte de masas esta incapacidad para pensar por uno mismo no procede (como en el arte popular) de una falta de elitismo (que al mismo tiempo permite que el arte popular sea accesible y no excluyente) sino de un intento por parte de la industria —que juega el papel de emisor dentro de este arte— de que aquellos que reciben su mensaje no quieran pensar por sí mismos. Pese a que hoy en día cualquier persona tiene un acceso a la cultura muy superior al que haya habido en cualquier otra época gracias a la tecnología, parece que, como dijo Kant, tenemos miedo de pensar por nosotros mismos y

preferimos consumir aquello que la industria determina que es lo que nos interesa (a todos lo mismo) que atrevernos a decidir por nuestra cuenta. En definitiva, el tipo de mensaje transmitido en el arte popular no se parece en absoluto al mensaje creado por la industria para consumo de la masa.

El último de los componentes del proceso de difusión del mensaje artístico es el receptor. Tampoco este es igual en el arte popular y en el arte de masas, aunque se encuentra en ellos una diferencia quizá más pequeña que en los elementos expuestos anteriormente. Parece que ambos receptores son el pueblo, tanto un arte como otro son creados para la recepción del pueblo amplio y no de una élite erudita. La diferencia es que mientras el arte popular está creado para el *pueblo*, el arte de masas está creado (como su propio nombre indica) para la *masa*. Pero ¿qué diferencia al pueblo de la masa? Esencialmente la semejanza entre uno y otro es que el pueblo tiene una identidad común, es en sí mismo, mientras que la masa es creada por la industria cultural y aglutina todas las identidades posibles. Las diferentes comunidades cuentan con un trasfondo cultural que se va creando a sí mismo e incorporando a su folclore y que queda reflejado en el arte popular propio de dicha comunidad. Por su parte, la industria cultural crea ese trasfondo, que no es propio de ninguna comunidad concreta sino que nace para ser globalizado, impersonalizado.

Si existen diferencias entre el arte popular y el arte de masas ¿por qué nos planteamos que el arte de masas pueda ser el nuevo arte popular? Quizá la respuesta a esta pregunta, más que metafísica o institucional sea etimológica. El término *popular* cuenta con dos acepciones (entre otras) interesantes a este respecto. Una de ellas entiende lo popular como propio del folclore de un pueblo y la otra como aquello que es famoso, conocido y aceptado por la mayoría de la gente. La primera definición propuesta ajusta perfectamente con el propósito del arte popular (que es del pueblo para el pueblo), mientras encontramos mayor similitud con el arte de masas en la segunda acepción que, lejos de provenir del pueblo y retornar a este, goza de una fama entre la multitud. Este problema quedaría quizá solventado calificando al arte popular como folclórico, tradicional o étnico, para sortear

así cualquier posible malinterpretación de estos términos (que también se refieren a aquello que es propio de un pueblo, que lo caracteriza) con la masificación y la fama industrial propia de la cultura de masas. Algo parecido pasa en el terreno musical con el *pop* (el cual no guarda ninguna relación con el *Arte pop*, pese a su nombre, y es una manifestación vanguardista de arte culto con una reflexión estética muy lejana a cualquier arte folclórico) que, lejos de parecerse a cualquier cántico popular, forma parte del arte de masas y el *pop* que le da nombre se refiere a la implantación y no a la tradición.

En definitiva, el arte de masas (pese a su éxito) ha sido considerado por teóricos del arte como vulgar y carente de valor, pero el arte popular nace del espíritu popular, de un instinto por reflejar la cultura propia y de distinguirla de otras. No son comparables uno y otro ya que, pese a que la forma pueda confundirse, cuentan con un discurso diferente.

La estética del arte popular como recurso estilístico

Las manifestaciones artísticas populares cuentan con una serie de características estéticas concretas que fundamentan el bagaje cultural que conllevan. Existe por un lado el grupo de los objetos tradicionales que está formado por elementos como trajes regionales, instrumentos musicales o utensilios propios de ajuar como cajas, menaje, complementos, pequeñas tallas, etc. Además de estos objetos físicos encontramos otros componentes inmateriales como cánticos, bailes o relatos. La utilidad es un elemento clave para este arte, nace de ella. Cualquier objeto (material o no) propio del arte tradicional posee una base útil que le da sentido a su existencia. Pero a estos objetos se les añade una ornamentación propia de la zona en que se realiza, normalmente de motivos naturales o geométricos que permiten (gracias a su lenta transformación) datar y localizar los objetos encontrados. Como cada zona cuenta con unas características propias podemos diferenciar un mismo artefacto realizado en una demarcación o en otra. Al ser la utilidad el trasfondo de las piezas populares encontramos un mismo objeto decorado de manera diferente por unos y otros. De esta forma,

los trajes regionales no son únicamente propios de una zona sino que cada lugar y época cuentan con una determinada vestimenta característica que se diferencia en su decoración de las demás, permitiendo así una datación y un estudio de la evolución ornamental. En los elementos no materiales ocurre de forma similar: las canciones populares, por ejemplo, no son únicamente propias de una zona, sino que cada comunidad posee las suyas. “Estética popular” es un concepto variable que no cuenta con las mismas características en unos lugares y en otros; en unas épocas y en otras. No existen similitudes entre la estética popular japonesa y la estética popular castellana más allá de su carácter tradicional y folclórico (atributos que ni siquiera son estéticos).

Aunque existen diferencias notables entre arte culto y arte popular, resulta paradójica la inmensa cantidad de piezas cultas que emplean recursos o fundamentos estéticos propios del arte popular; un intento por evocar en el destinatario sensaciones poseedoras de la pátina de la tradición. Cuando Picasso empleó en *Las señoritas de Aviñón* la estética corporal de las pinturas tribales y además decidió representar a dos de las prostitutas mediante máscaras africanas, estaba incorporando la estética del arte popular subsahariano a su obra culta sumando a la reflexión de su discurso estético el uso de elementos tradicionales propios de un arte popular ajeno a su entorno y cultura que completaban el significado de su creación.

El proceso mimético tradicional japonés influyó de forma similar en pintores impresionistas como Gauguin, Cézanne o Van Gogh. El reflejo de la luz en los detalles naturales que mostraba Hokusai u otros artistas tradicionales fue un elemento que, pese a sus raíces populares, se adaptaba perfectamente a la iconografía impresionista, cuyo mensaje no habría sido el mismo sin el empleo de una estética popular evocadora.

En las vanguardias actuales existen igualmente autores que emplean la estética popular como recurso de estilo. Mounir Fatmi, artista marroquí que en su obra *Maximum Sensation* decora tablas de *skate* con tapices típicos de las mezquitas islámicas, también incorpora a su iconografía el carácter visual de la estética popular. Incluso existen quienes van más allá y usando los propios objetos tradicionales reivindican la calidad artística que

estos poseen. Tal es el caso del artista chino Ai Weiwei, quien consigue conmover al público destrozando su propio trasfondo cultural, sus elementos populares definitivos (como por ejemplo en *Coca-Cola vase*, donde puede verse el logotipo de la marca Coca-Cola delineado sobre una vasija de la dinastía Han). De esta forma, cuando Weiwei remueve el interior de cada persona que ve cómo el trasfondo cultural de una civilización queda despojado de su valía, está alertando sobre la atrocidad que supone el constante desprecio a los cimientos culturales de cada sociedad que se produce hoy en día. Es más, reivindica que el arte popular es el verdadero cimiento del arte y la cultura de cada civilización. El artista excede el simple uso de una estética popular y emplea el propio arte tradicional como medio de reflexión.

En este breve muestrario de ejemplos puede verse cómo existen manifestaciones de arte culto que reivindican el valor estético y artístico que posee el arte popular. Estos artistas entienden que es en el arte tradicional donde se encuentran las raíces de cada civilización, su historia y su sello personal. Además, el arte popular que se ha producido a lo largo de la historia construye los cimientos de cualquier arte culto, conforma una red heterogénea que entreteje unas culturas y otras creando poco a poco nuevo arte popular que combina diversas corrientes y costumbres.

Arte popular hoy

Cabe preguntarse si el arte popular es algo anclado en el pasado, algo propio de otro tiempo o si, por el contrario, también es posible en la actualidad. La aparición del arte de masas (hace aproximadamente cien años) generó una reinterpretación de aquello que podía ser arte. Esta nueva forma artística es cercana al concepto de arte popular pero, como hemos visto anteriormente, existen diferencias sustanciales entre ambos. Aun así ¿podría existir algún elemento del arte de masas que componga el arte popular de nuestro tiempo?

La distancia temporal es una condición importante a la hora de analizar un tipo o una corriente de arte. Concebir un periodo (artístico o histórico) desde la lejanía

sabiendo cómo y por qué empezó y terminó permite analizar los patrones comunes a todas las obras realizadas en él, para afrontar así una caracterización. Actualmente no contamos con la posibilidad de analizar de esta forma el arte de vanguardia. Además, esta falta de reposo temporal incrementa la dificultad para estipular los paradigmas y pautas en el arte popular. No somos capaces de adivinar qué obras contemporáneas sobrevivirán al paso del tiempo y perdurarán en la memoria colectiva pertenecientes a un tipo de arte o a otro. Es posible que ciertas características que presenta el arte de masas se conciban —una vez pasado el tiempo suficiente— como aquellas que componen el arte popular de nuestro siglo.

¿Es el arte de popular algo únicamente propio de la ruralidad o en una sociedad cosmopolita y globalizada sigue siendo posible un arte propio de la tradición y el folclore de un pueblo? Tratemos de averiguar si “el pueblo” es un término únicamente rural que no tiene lugar en la vida posmoderna que habita en las ciudades y si “la masa” es irreconciliable con este. La forma de vida actual dista enormemente de aquella en la que el arte folclórico definía la identidad de una zona haciendo que esta fuera única frente a las demás. Las relaciones sociales entre personas cuentan con un espectro más amplio gracias a fenómenos como las redes sociales. Estos vínculos interculturales permiten forjar nuevas culturas, nuevas tradiciones que abarcan a grupos humanos mucho más amplios que los delimitados por el arte popular de una sociedad anterior. Quizá “la masa” sea el nuevo pueblo que genera una cultura propia. Cuando Adorno y Benjamin hablaron de las ominosas consecuencias que provocaba el (en su tiempo incipiente) arte de masas, acusaban a la industria de doblegar a una masa uniforme bajo su propósito. Pero puede que hoy en día exista también un arte hecho por la masa para la masa, aunque no seamos capaces de verlo por la falta de reposo y distanciamiento temporal. Puede que, pese a que ahora consideremos que no son lo mismo, existen diferencias infranqueables y el arte de masas sea el resultado de una evolución del arte popular; una reformulación adaptada a los fenómenos actuales que permite al pueblo (o a la masa) seguir sintiéndose identificado con un arte propio.

Finalmente ¿es el arte popular inherente al hombre? ¿Necesitan todas las sociedades una tradición, un folclore que los identifique? Lo cierto es que hasta hoy todas las comunidades humanas que han surgido se han esforzado por construir un sedimento identitario, único que fomenta la unión entre sus miembros. Parece que la identidad popular es un rasgo constitutivo del carácter humano, que encuentra en su arte la forma de sobrevivir al paso del tiempo.

Notas

- 1 A este respecto resulta clarificador el artículo Castro, S. J. (2002). Reivindicación estética del arte popular. *Revista de Filosofía (Madrid)*, 27(2), 431 - 451. <https://doi.org/>
- 2 Que pueden encontrarse en el capítulo tercero “¿Qué es el arte?” de la obra citada anteriormente *El instinto del arte*.
- 3 Dutton, D. (2014) El instinto del arte: belleza, placer y evolución humana [2010]. *Paidós Ibérica (Barcelona)*, p. 80.
- 4 Kant, I. (2017). *Crítica del Juicio* [1790]. *Austral (Barcelona)*, p. 130.
- 5 *Ibid.*, p. 129
- 6 Dutton, D. (2014) El instinto del arte: belleza, placer y evolución humana [2010]. *Paidós Ibérica (Barcelona)*, p. 81
- 7 *Ibid.*, p. 89
- 8 Theodor Adorno junto con Max Horkheimer acuñaron el término “industria cultural” [*Kulturindustrie*] en la obra conjunta *Dialéctica de la ilustración* (1947).
- 9 Cita extraída del artículo “La crítica de Adorno a la cultura de masas” de Mateu Cabot (2011) haciendo referencia a la obra de Adorno “Sobre el carácter fetichista de la música y la regresión de la escucha”.
- 10 Término esencial en la obra de Benjamin que da nombre a una de sus obras más estudiadas: *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*.
- 11 Benjamin, W. (2008). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica [1935]. *Abada Editores (Madrid)*, p. 18
- 12 Danto habla del periodo moderno del arte (a partir de la *Brillo Box*) como el momento del fin del arte, aquel en que la imposibilidad de una distinción sensorial (que no tenga en cuenta ninguna teoría artística) entre el objeto cotidiano y el objeto artístico provoca un colapso infranqueable de los conceptos establecidos.
- 13 Respecto de la posibilidad de una opinión común en el arte dice Hume en *Sobre la norma del gusto*: «La gran variedad de gustos, así como de opi-

niones, que prevalece en el mundo, es demasiado obvia como para que haya quedado alguien sin observarla. (...) Los sentimientos de los hombres con respecto a la belleza o a la deformidad de cualquier tipo difieren a menudo incluso cuando su discurso general es el mismo. (...) Todas las voces se unen para aplaudir la elegancia, la adecuación, la simplicidad y el ingenio (...) Pero cuando los críticos pasan a considerar casos particulares, esta aparente unanimidad se desvanece, y se encontrará que han asignado significados muy diferentes a sus expresiones». Hume, D. (1989). *Sobre la norma del gusto* [1757]. *Ediciones Península (Barcelona)*, p. 23 y 24.

14 Benjamin, W. (2008). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica [1935]. *Abada Editores (Madrid)*, p. 14

15 *Ibid.*, p. 13

16 Kant, I. (2009) ¿Qué es la ilustración? [1784]. Leído en *Foro de educación, FahrenHouse (Salamanca)*, p. 249.

ÍNDICE



Índice

PRESENTACIÓN	5
PRECEDENTES	
La excisión en la Edad del Bronce y la primera Edad del Hierro	11
Javier Abarquero Moras	
EXCISIÓN VACCEA	
Excisión “a bisel” y producciones singulares de la segunda Edad del Hierro en territorio vacceo	33
Carlos Sanz Mínguez	
EXCISIÓN FUERA DEL TERRITORIO VACCEO	
La cerámica con decoración excisa a bisel en el entorno cultural de los vacceos	85
Juan Francisco Blanco García	
Producciones cerámicas con decoración excisa en el Alto Ebro	101
Fernando Romero Carnicero y Roberto De Pablo Martínez	
ARTE PASTORIL	
El arte popular ante un nuevo milenio	141
Elvira Vega Herrero	
Algunas aportaciones sobre la decoración excisa en el mundo pastoril peninsular	151
Consolación González Casarrubios	
Ruecas, paisajes y sirenas de la colección de arte pastoril de José Ramón Cid en Ciudad Rodrigo (Salamanca)	169
Eugenio Cid Cebrián	

VACCEA

Monografías



Universidad de Valladolid



CENTRO DE ESTUDIOS VACCEOS

TEMPOS *Vega Sicilia*

Carlos Sanz Mínguez

PRODUCCIONES EXCISAS VACCEAS.