

COPIA Y ORIGINALIDAD.

La Gioconda y Duchamp, Warhol y Rauschenberg

Charo Crego

En uno de esos cafés parisinos de Saint Germain, que en la primavera de 1937 nos imaginamos abarrotados de intelectuales franceses y exiliados procedentes de Alemania, se produjo un encuentro que podría ser el inicio de una novela. Walter Benjamin, que desde 1933 vivía exiliado en París, fue presentado a Marcel Duchamp, un artista francés que pasaba parte de su vida en Nueva York y que tras algún escándalo en los años de esplendor del cubismo había abandonado la pintura, para dedicarse a jugar al ajedrez y hacer alguna exigua contribución en revistas y exposiciones surrealistas.

Un encuentro¹ como poco irónico, pues Benjamin había escrito el año anterior su famoso artículo *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, en el que analizaba las consecuencias de los nuevos medios de reproducción, como la fotografía y el cine, en la obra de arte, mientras que Duchamp era probablemente el artista que de una forma más radical y coherente iba a poner esos medios de reproducción técnicos al servicio de la producción artística. El encuentro no se limitó sólo

¹ Cf. F. Naumann, *Marcel Duchamp. L'Art à l'ère de la reproduction mécanisée*, Fonds Mercator, Bruxelles, 1999, p. 18

a un saludo, Duchamp le mostró una reproducción de su *Desnudo bajando una escalera*, esa obra que había suscitado la furia de los *Independientes* en 1912 y que al año siguiente había sido la estrella más rutilante, al menos en cuanto a escándalo se refiere, en la exposición del *Armory Show* en Nueva York. Benjamin escribe en sus diarios que era de una belleza que te cortaba la respiración. Lo más interesante del caso es que esa reproducción probablemente era una plantilla coloreada a mano que después iba a ser reproducida mecánicamente en una edición limitada y firmada.

Si algo caracteriza a todos los movimientos de vanguardia del primer tercio del siglo XX es su vocación de *originalidad*². En efecto, una de las primeras condiciones que asumieron los artistas de vanguardia fue la originalidad: tenían que romper con la tradición y partir única y exclusivamente de la creatividad del artista. Y, sin embargo, la originalidad³ no había sido moneda corriente en la estética clásica. De hecho se fue abriendo camino a lo largo de los siglos entre las diferentes categorías estéticas, primero con timidez, después arrolladoramente. Hasta el siglo XVIII ocupó un lugar secundario e incluso marginal, pero en la segunda mitad de ese siglo se alzó triunfadora en toda Europa, tanto en Inglaterra como en Francia y Alemania. Para ello, sus valedores tuvieron que atacar los fundamentos mismos del arte. No hay que olvidar que las artes plásticas eran deudoras de la noción de mimesis. No sólo el mito fundacional de la pintura de Plinio arrancaba de una mimesis originaria, sino que, además, gracias a la base filosófica que Platón y Aristóteles aportaron a la mimesis, ésta se impuso en el pensamiento estético. Con el nacimiento de la sensibilidad moderna la noción de *genio*, una de cuyas características era la originalidad, adquirió un protagonismo tan incuestionable que arrasó con toda la resistencia del academicismo.

² Véase R. Krauss, *L'originalité de l'avant-garde et autres mythes modernistes*, Macula, París, 1993.

³ Para la noción de originalidad, véase R. Mortier, *L'originalité*, Droz, Ginebra, 1982.

Charo Crego, doctora en Filosofía por la Universidad Autónoma de Madrid, es autora de *El espejo del orden. El arte y la estética del grupo holandés «De Stijl»* (1997).

Frente a este triunfo de la originalidad, parece paradójico que justamente el siglo XIX viviera la explosión de los museos de copias y del museo de cera de Madame Tussaud. Pero, el primero en el registro culto y el segundo en el popular, iban a cumplir la misma función: constituirían el fondo obscuro sobre el que tendría que alzarse la obra original. Esto explica que Charles Blanc, un amante incondicional de la originalidad de Delacroix, dedicara todos sus esfuerzos como director de Bellas Artes de Francia y el presupuesto de tres años que tenía asignado a crear un monumental Museo de Copias.

Evidentemente estas copias tenían una función esencialmente formativa para el futuro artista, pues tenían que servir de tierra nutritiva en la que pudiera germinar y crecer la originalidad. Las copias habían tenido de siempre una función de formación, pero lo más interesante del caso ahora es que en vez de marginalizarse hasta desaparecer, adquirieron en esos museos un mayor relumbramiento, como si la originalidad necesitase apoyarse en ellas. Por otra parte, el concepto de originalidad arrastraba en su misma órbita otros conceptos que iban a consolidarse hasta prácticamente definir el quehacer artístico moderno. La noción de espontaneidad, de instante creativo, de inspiración y de gesto artístico parecen sustituir los principios de aprendizaje, preparación, repetición y reproducción, que antes habían acompañado al artista.

Las vanguardias de principios del siglo XX asumieron plenamente esta constelación de conceptos que el siglo anterior había ido definiendo y que los impresionistas habían encarnado en su propia producción artística. No hay nada que parezca definir mejor al impresionismo que la noción de instante. Sin embargo, es de sobra conocido que, por ejemplo, en el caso particular de Monet, el maestro por excelencia del instante, aunque sus obras intentaran captarlo, ellas mismas eran el resultado de un proceso lento y repetitivo que se prolongaba durante días y semanas, en las que el artista iba superponiendo las diferentes capas y retoques en su estudio hasta llegar al resultado final.

Los movimientos de vanguardia posteriores al impresionismo prosiguieron, e incluso ahondaron, el mito de una creación original en la que, según se pretendía, el artista tenía que desaprender lo aprendido y dar alas a su creatividad. De esta forma comenzó un proceso de depuración imparables: primero el tema, a continuación la figuración y la perspectiva, para después purgar la composición, depurar el color, eliminar el volumen hasta que sólo quedase la superficie muda de la tela. Tras esta depuración extrema, los artistas, empezando por Mondrian y Malevich, pero seguidos de muchos otros, encontraron, como Krauss ha

señalado, una solución que casi parecía perfecta, pues se ajustaba plenamente a esa aspiración de pureza: la red.

El ejemplo de la red es por su carácter extremo paradigmático. En efecto, la red, consistente en el elemental cruce de dos líneas que ordenaba la composición, prometía el silencio arreferencial y el estado máximo de pureza. Ahora bien, incluso en sus aplicaciones más rigurosas constituía necesariamente una repetición, aunque sólo fuera la duplicación de la misma superficie del cuadro. Por eso, incluso en las obras más elementales ese grado cero, se revelaba menos «cero» y más complejo de lo que en primera instancia parecía. La originalidad de las vanguardias era, en el fondo, sólo una cara, la cara positiva que convivía con la otra cara, la de la repetición, como la de lo auténtico y lo nuevo convivía con la de lo falso y la copia. Aunque estos términos negativos desaparecieron de la esfera explícita del discurso artístico y estético, siguieron perviviendo, a pesar de que las vanguardias intentaron reprimirlos, o mejor dicho, suprimirlos.

La vanguardia terminaría siendo la institucionalización del genio. Cuando tras las primeras depuraciones, en sus obras sólo quedó el silencio, el genio se refugió en la idea, para pasar después al gesto y después a la acción o, incluso, al cuerpo del artista. Su voracidad era tan ilimitada que incluso la copia y la reproducción volverían a surgir de la sombra en la que habían permanecido. El genio las reclamaba. Con el postmodernismo la copia ya no sólo iba a ser un medio de reproducción, sino, paradójicamente, una forma de expresión de esa originalidad ahora devaluada.

Probablemente el ensañamiento con el que las primeras vanguardias trataron estas formas de producción, como la repetición, la copia o la reproducción, que durante siglos habían encontrado acomodo en el arte, está directamente relacionado con el auge del que entonces gozaban las nuevas formas de reproducción técnica. Frente a la fotografía y el cine, la pintura intentaba ofrecerse como una pura presencia, que no ocultaba ningún precedente, ya fuera el negativo fotográfico o la toma cinematográfica. En su famoso artículo, Benjamin había analizado la influencia de este auge en la pintura, formulando su célebre diagnóstico: con la reproducción, el cine y la recepción masiva de la obra de arte, ésta había perdido su aura, su autenticidad, su necesaria lejanía. Al final de este texto Benjamin dedicaba unas consideraciones al papel que el dadaísmo había desempeñado en esta transformación que vivía el arte. En primer lugar, señalaba, el dadaísmo había intentado con sus medios propios y de una forma prematura producir los efectos que des-

pués produciría el cine en el público; en segundo lugar, el dadaísmo no había abundado en el valor mercantil de las obras, como el cine, sino en la inutilidad de su contemplación y para ello había llegado hasta la degradación extrema de su material; en tercer y último lugar, los dadaístas habían conseguido «una destrucción sin miramientos del aura de sus creaciones. Con los medios de producción imprimen en ellas el estigma de las reproducciones»⁴.

Es evidente que a la aguda penetración de Benjamin no se le podía pasar desapercibido el carácter destructivo y radical del dadaísmo. Los dadaístas habían aunado todos sus esfuerzos para destruir ese carácter cultural y contemplativo del que hablaba Benjamin y que ellos consideraban propio de la recepción burguesa de la obra de arte. Con sus medios de producción, sus collages, en los que la pintura y el dibujo se mezclaba con fotografías, billetes, cartas, etc., intentaron romper, como Benjamin se da cuenta, con el carácter único de la obra, con su aura. La obra ya no se presentaba como un objeto de culto ante el que se requería una actitud contemplativa, sino que era una bofetada en el rostro del espectador que exigía una respuesta: o la retirada escandalizada o la sonrisa cómplice.

Los dadaístas no sólo no evitaron la reproducción y su estigma, como dice Benjamin, sino que la cultivaron, pues percibieron que era la puerta hacia nuevos territorios. Probablemente, entre los movimientos vanguardistas, el dadaísmo fue el que con más frecuencia utilizó la fotografía. De hecho, entre sus miembros se contaban algunos buenos fotógrafos. Pero lo más importante es que la integraron en su obra, se la apropiaron, como se apropiaban de cualquier objeto que caía en sus manos. La obra de arte siempre había sido susceptible de reproducción, como el mismo Benjamin señalaba al principio de su artículo, pero esa reproducción se había hecho utilizando o bien medios técnicos distintos de los del original: la fundición, la xilografía, la litografía, la fotografía, etc., o bien utilizando los mismos medios que la obra, esto es, la copia. De siempre los mejores pintores habían hecho copias de sus propios cuadros o de sus maestros⁵.

Ahora lo importante no es que hicieran copias o reprodujeran sus obras, sino que tomaban fotografías u objetos de cualquier tipo y los

⁴ W. Benjamin, «La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica», en *Discursos interrumpidos I*, Taurus, Madrid, 1973, p. 50.

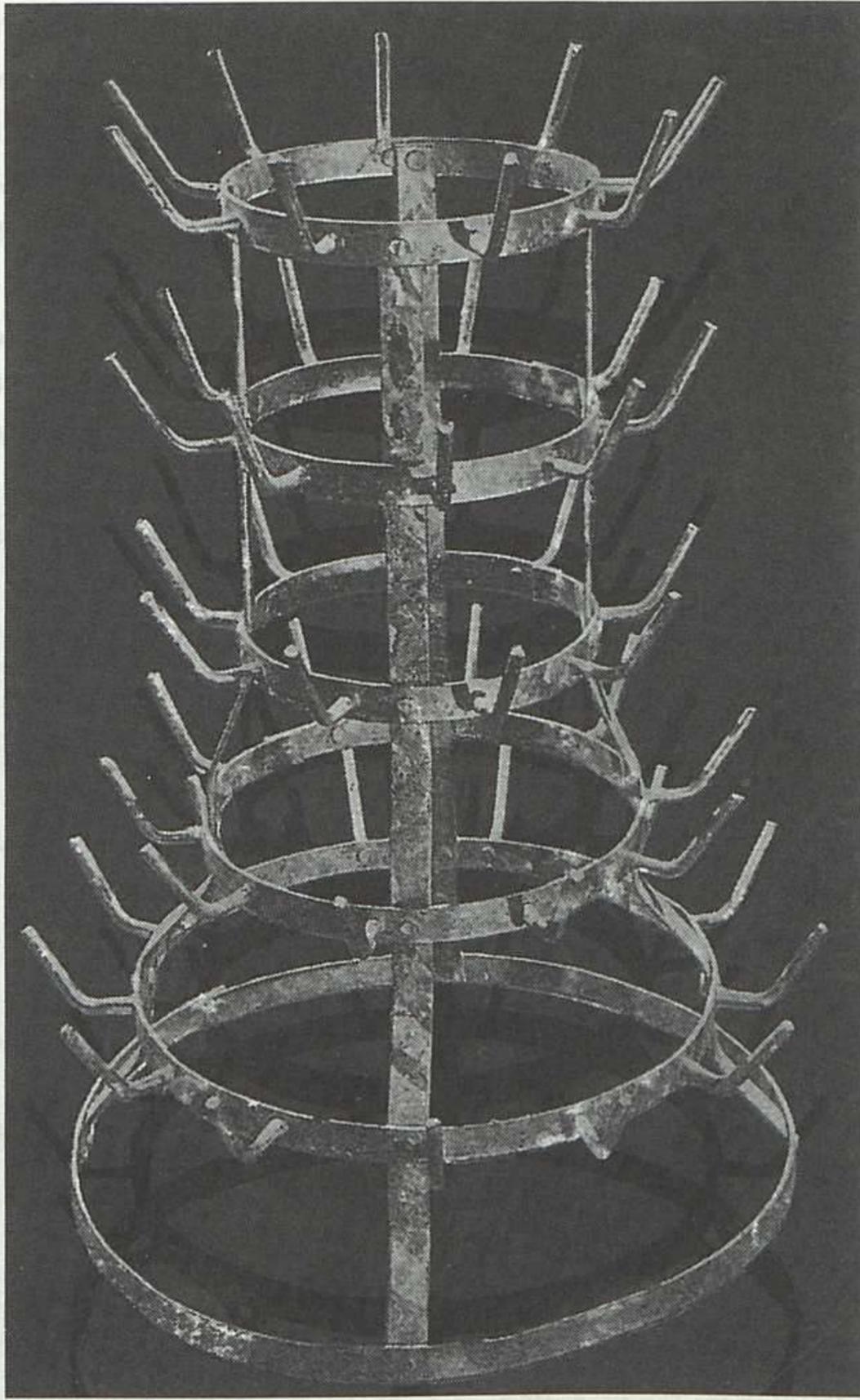
⁵ Cf. H. Schwartz, *The Culture of the copy*, Zone Books, Nueva York, 1996. En esta obra se ofrece un estudio detallado de la copia en todos sus aspectos. Con respecto a la copia pictórica y sus distinciones, pp. 47 y ss.

presentaban como una obra de arte, despreciando el original y los atributos de unicidad y autenticidad de la obra. Así se iniciaba uno de los caminos que no cesaría de desarrollarse durante todo el siglo, desde el dadaísmo al pop, al arte conceptual o al arte del objeto hasta llegar al postmodernismo o, a lo que se ha dado en llamar, arte apropiacionista, en el que ya no sólo no se rechaza el concepto de copia o de reproducción, sino que las nociones de autenticidad y originalidad parecen haber perdido todo sentido. Ese es el caso de artistas, como Sherrie Levine, que fotografían fotografías o que trabajan y manipulan negativos de otros o Richard Prince que, como escribe Celant, ya no busca su emancipación «en el original, sino en la copia de la copia, en la reproducción de la reproducción»⁶.

Marcel Duchamp y la ironía

Probablemente fue Marcel Duchamp el que dio el primer impulso a esta tendencia. De hecho, una de las constantes de su obra es el uso de la reproducción y su empeño en borrar cualquier distinción entre «original» y «copia». Desde 1905, cuando reimprime las placas de cobre de su abuelo con estampas del *Viejo Ruán*, Duchamp utiliza la estrategia de apropiación y reproducción que ya no dejará de utilizar a lo largo de su vida artística. Pero probablemente fue en 1912 cuando, tras el rechazo del *Desnudo* por los Independientes, empezó a elaborar esta estrategia de forma consciente. La reproducción de su obra escrita comienza en 1914, año de su primera *Boîte*. En ella reúne dieciseis notas manuscritas relacionadas con su obra el *Gran Vidrio*, en el que comenzaría a trabajar un año después. De su *Boîte 1914* imprimió cinco juegos que repartió entre amigos, excepto uno que se reservó para él. Esta fue su primera reproducción mecánica de una obra escrita, que proseguiría en los años treinta con su *Boîte Verte* de la que haría una tirada de 300 ejemplares y en la que incluiría notas facsímiles referentes también al *Gran Vidrio*. La finalidad de esta *Caja*, con su contenido de notas, que en su gran mayoría habían sido escritas en París entre 1912 y 1915, era acompañar a la obra plástica, el *Gran Vidrio*, cuya recepción no tenía que ser visual o retiniana, sino fundamentalmente cerebral.

⁶ G. Celant, *Inexpresionisme. L'Art au-delà de l'ère post-moderne*, Adam Biro, París, 1989, p. 28.



Marcel Duchamp, *Botellero*, ready-made, 1914.

J. A. Ramírez, *Duchamp. El arte en la mente*, Anaya, Sevilla, 1993, p. 29.
 M. Duchamp, *Essai de déconstruction*, Paris, 1997, p. 29.
 M. Duchamp, *Duchamp de A à Z*, L'Éditions de la Réunion, Paris, 1975, p. 105.

Pero si en su obra escrita esta estrategia de reproducción y apropiación no aportaba nada esencialmente nuevo, excepto cierto juego fetichista, pues paradójicamente en estas reproducciones Duchamp prestaba una atención extrema a que la copia facsímil mostrara el mayor parecido físico posible con el original, en su obra plástica esta estrategia abriría un campo nuevo de una extensión y profundidad que aún está por explorar. Tras su fracaso en la exposición de los *Independientes*, Duchamp se alejó de la pintura, sobre todo de la pintura como oficio, para no caer en la repetición, ese destino fatal de todo pintor, por eso se buscó un empleo como bibliotecario que le permitía subsistir y dedicarse en su tiempo libre a ciertas investigaciones que entonces le preocupaban. Frente a la repetición, es decir, a esa manera o estilo que los pintores asumían y repetían hasta conseguir el reconocimiento, Duchamp apostó por la reproducción, la duplicación literal o la apropiación. En 1913, justo cuando empieza a trabajar en la Biblioteca Sainte-Geneviève, hace su primer ready-made, *La rueda de bicicleta*, también fue por entonces cuando en una de sus notas se preguntaba *¿se pueden hacer obras que no sean arte?*⁷. El ready-made era una respuesta, ambigua, por supuesto, a esta pregunta.

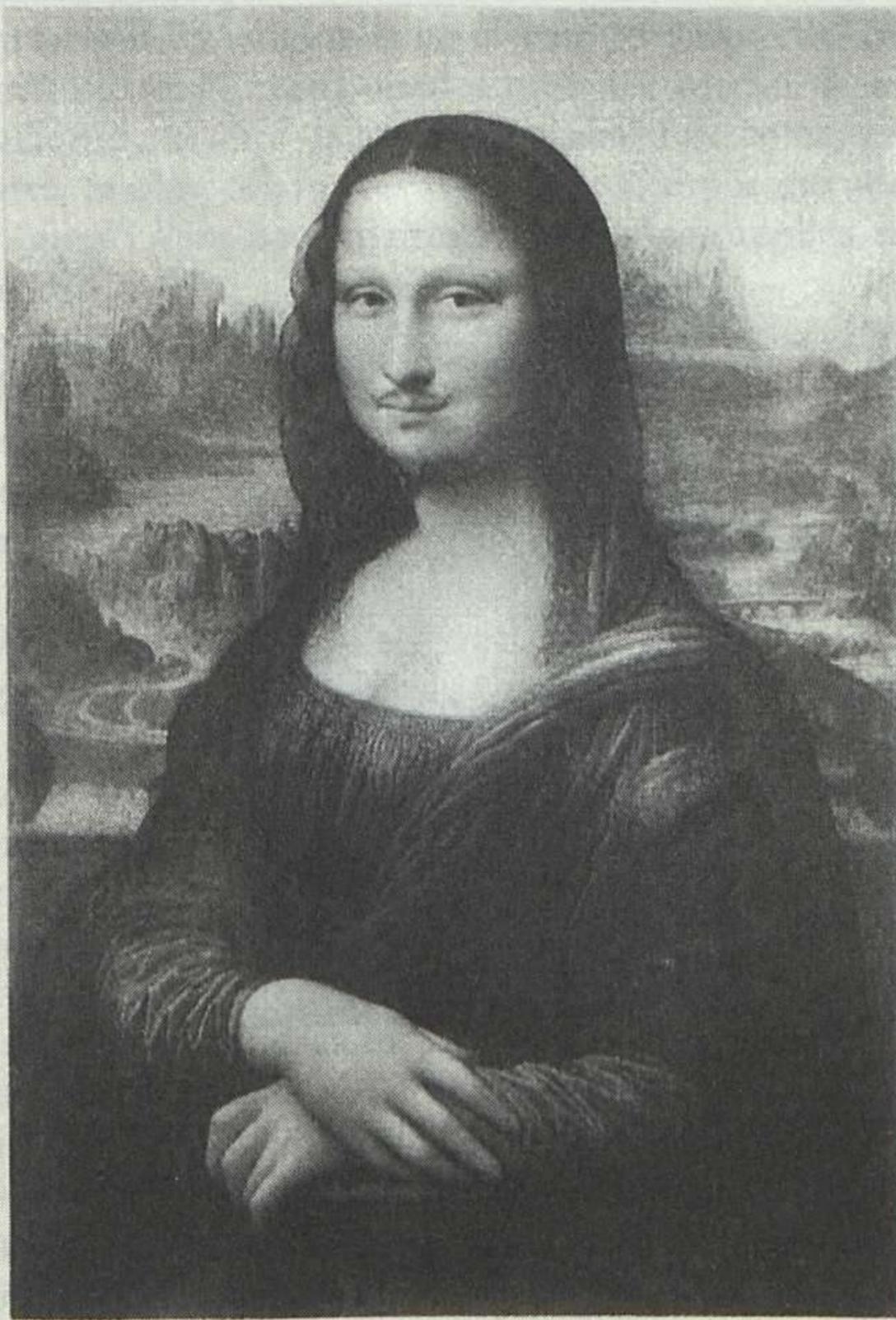
El ready-made consistía básicamente en un objeto manufacturado, un objeto en serie, que el artista se apropiaba, rectificándolo a veces, y que acompañaba de una inscripción y de una firma. «La elección del ready-made se basaba siempre en la indiferencia visual y al mismo tiempo en la falta total de gusto, ya fuera bueno o malo»⁸. La respuesta a esa pregunta no podría encontrarse, por tanto, en el aspecto visual del objeto, aunque esa indiferencia estética fuera, algunas veces, dudosa⁹, sino en la operación mental que el ready-made exigía. El ready-made poseía varios significados: el significado propio del objeto, el que adquiría en su descontextualización, el que se le añadía en la frase escrita, el que aportaban las modificaciones o rectificaciones que sufría y, por último, el que generaba su manipulación.

El ready-made no sólo planteaba de una manera irónica la cuestión de la definición del arte, ni sólo liberaba al artista de la esclavitud de la mano, de la servidumbre de las emociones, sino que además, apoyándose en la reproducción y la copia, mostraba la vacuidad de esa imperiosa necesidad de originalidad con la que había bregado el arte

⁷ M. Duchamp, *Duchamp du signe*, Flammarion, París, 1975, p. 105.

⁸ M. Duchamp, *Entretiens avec Pierre Cabanne*, Somogy, París, 1995, p. 59.

⁹ J. A. Ramírez, *Duchamp. El amor y la muerte, incluso*, Siruela, Madrid, 1993, p. 29.



Marcel Duchamp, *LH00Q*, ready-made rectificado, 1919.

¹ M. Duchamp, *Duchamp de 1917 à 1921*, Paris, 1973, p. 132.

² C. en Neumann, op. cit., p. 203.

³ C. Tomkins, *Duchamp's Art*, London, 1983, p. 100.



André
L.H.O.O.Q.

marcel Duchamp

M. Duchamp, *Duchamp du signe*, Flammarion, 1972, p. 107.
M. Duchamp, *Essais avec Pierre Cabrita Santos*, Paris, 1995, p. 29.
J. A. Ramírez, *Duchamp*, Madrid, 1993, p. 29.

en la época moderna. En 1961, escribía: «otro aspecto del ready-made es que no tiene nada de único... La réplica de un ready-made transmite el mismo mensaje; de hecho, casi todos los ready-mades que existen hoy no son los originales en el sentido propio del término»¹⁰ y en 1964, añadió «Los ready-mades eran un medio de eliminar la monetarización de la obra de arte, que acababa de comenzar. En arte, y sólo en arte, la obra original es vendida y sólo por eso adquiere una especie de "aura". Pero con mis ready-mades una réplica cumplirá la misma función»¹¹.

Para complicar aún más la cuestión del original y la copia, algunos de sus ready-mades eran simples reproducciones, como el caso de *Pharmacie*, consistente en la reproducción de un paisaje con dos manchas de color o el más famoso de *LHOOQ*, que consistía en una simple reproducción barata de *La Gioconda* a la que añadió bigotes y barbilla y la inscripción «LHOOQ». Este ready-made «rectificado», ejecutado en París en 1919, es decir, en pleno apogeo dada, ha sido interpretado, en primer lugar, en clave dadaísta: sería un gesto puramente iconoclasta con el que Duchamp querría reírse de una de las obras más sacralizadas y museificadas; como él mismo decía: «*La Gioconda* era algo tan conocido y admirado universalmente que utilizarla para el escándalo era muy tentador»¹².

Pero, además, Leonardo, del que se conmemoraba el 400 aniversario de la muerte, gozaba entonces de una gran vitalidad: era aclamado por D'Annunzio, reivindicado por Valéry y estudiado por Freud. Muchos han puesto en relación a Duchamp con Leonardo por el interés que ambos compartieron por las matemáticas, la perspectiva, los fenómenos ópticos y de rotación, así como por su concepción del arte como «una cosa mentale». Por otra parte, también puede haber en este ready-made un oculto homenaje a Apollinaire, quien a causa del robo de *La Gioconda* del Louvre en 1911 había sufrido una semana de cárcel. Por último no hay que olvidar que esta transformación jocosa de *La Gioconda* en hombre se produjo poco después de la publicación del artículo de Freud «Recuerdo de infancia de Leonardo da Vinci» en el que se abordaba la posible homosexualidad de Leonardo y poco antes del nacimiento del heterónimo femenino del mismo Duchamp, Rose Sélavy, de quien se ha dicho que era Duchamp mismo convertido en

¹⁰ M. Duchamp, *Duchamp du signe*, Flammarion, París, 1975, p. 192.

¹¹ Cit. en Neumann, *op. cit.*, p. 293.

¹² C. Tomkins, *Duchamp*, Anagrama, Barcelona, 1999, p. 249.

ready-made¹³. También fue la interpretación en clave freudiana lo que llevó a Dalí a aplaudir la transformación duchampiana: «Dadá busca la zona erógena anal de *La Gioconda*; y, sin dejar de aceptar “la agitación térmica»” de la Madre como obra de arte, se rebela contra su idealización masculinizándola. Dadá pinta los bigotes del padre sobre *La Gioconda...*»¹⁴.

LHOOQ participa plenamente de esa confusión de sexos que a Duchamp le hacía tan feliz: «lo curioso del bigote y la perilla es que, cuando la miras, la *Mona Lisa* se convierte en un hombre. No es una mujer disfrazada de hombre; es un hombre de verdad»¹⁵. También en esta confusión de los sexos incide la interpretación de Jean Clair, quien además rechaza explícitamente que *LHOOQ* tenga algo que ver con la provocación dadaísta, «por el contrario –escribe– introduce una reflexión... sobre la precariedad, inestabilidad y finalmente reversibilidad de los caracteres sexuales secundarios, y en consecuencia sobre la barrera “infrafiná” de los dos géneros que constituyen la especie»¹⁶. Este campo fue, según Jean Clair, otros de los puntos de contacto que mantuvo Duchamp con Leonardo, quien también se había interesado por el hermafroditismo y la transexualidad. Además, señala el error en la escritura de *Mona Lisa* que, a su parecer, no pudo pasar desapercibido a Duchamp. En efecto, lo que en italiano era «Monna Lisa» (Monna diminutivo de Madonna) se ha transcrito en las demás lenguas europeas como «Mona Lisa». Lo divertido del caso es que «Mona» en el dialecto popular del norte de Italia hace referencia al órgano genital femenino y «Lisa» significa raspada, limada, así que al ponerla bigote y perilla, Duchamp le devolvía sus cualidades naturales en forma masculina y abría un proceso que sólo terminaría con *Étant donné...*

En esta misma clave se sitúa también la interpretación de Juan Antonio Ramírez, quien incluye este ready-made en la órbita del *Gran Vidrio*. La inscripción «LHOOQ» se debería leer fonéticamente, como señalaba Duchamp: «leyendo simplemente las letras en francés o en cualquier otra lengua se puede llegar a cosas sopredentes»¹⁷. En francés

¹³ Véase J. Seigel, *The Private World of Marcel Duchamp*, University of California Press, Berkeley, pp. 139-147.

¹⁴ S. Dalí, *¿Por qué se ataca a La Gioconda?*, Ediciones Siruela, Madrid, 1994, p. 249. Edición original 1963.

¹⁵ Entrevista de 1961 con Crehan, citada en Tomkins, *op. cit.*, p. 249.

¹⁶ J. Clair, *Sur Marcel Duchamp et la fin de l'art*, Gallimard, París, 2000, p. 41.

¹⁷ Duchamp, *Entretiens...*, p. 78.

su lectura fonética da una frase de un humor típicamente dadaísta con cierta connotación erótica: «elle a chaud au cul» (tiene el culo caliente), pero en inglés sería «Look» (mira), con lo que esta obra se situaría en la problemática de la pintura y su espectador. Ramírez cree que podría interpretarse «como otro “molde málico” con sus dos “testigos oculistas” (los ojos), dirigidos hacia esa *mariée* cuya posición es exactamente la de la espectadora ideal»¹⁸. En este juego de miradas, *La Gioconda* de atributos masculinos sería un hombre que, como en las leyendas de las historietas, dice: «ella tiene el culo caliente», refiriéndose a la espectadora, que está frente a él.

La reproducción de *La Gioconda*, con sus múltiples significados e interpretaciones, resurge reiteradamente en la obra de Duchamp. Poco después de su realización, en marzo de 1920, Picabia la publica en la portada de su revista *391* con la inscripción «Cuadro dada por Marcel Duchamp». Ahora bien, este no era el ready-made de Duchamp, sino la versión que Picabia hizo para la ocasión y en la que olvidó pintar la perilla. En febrero de 1930, invitado por Aragon a participar en una exposición sobre «collages», Duchamp envía una nueva versión de *LHOOQ*, esta vez en formato grande de cartel, y junto a esta versión envía también el original, como si «el artista quisiera aprovechar esta ocasión para poner en cuestión abiertamente el valor de un original en relación con su réplica-problema especialmente interesante en este caso, si se piensa que... original y réplica eran ambos inicialmente reproducciones»¹⁹. En 1953 en la exposición Dada de Nueva York sigue la misma estrategia junto a *La Gioconda* original, presenta una de sus réplicas. Así nos tendía una trampa de la que era difícil escapar, era una relación «en abîme», una reproducción de la reproducción de la reproducción, en la cual iba a encontrar tierra fértil su teoría de lo «*infrafino*», esa teoría que definiría en 1937 sobre las diferencias mínimas, a veces prácticamente imperceptibles, existentes entre cosas casi idénticas.

El tema del original y la copia y de lo «*infrafino*» no podían estar más presentes en la mente de Duchamp en estos momentos en los que trabajaba en su *Boîte en valise* o museo portátil haciendo las plantillas de sus obras, que después reproduciría en 300 ejemplares, entre las que también iba a figurar *LHOOQ*. En 1941, cuando acaba sus primeras *Boîte en valise*, Duchamp utiliza el bigote y la barbilla de su *Gioconda* para ilustrar un poema que Hugnet le había dedicado. En este caso, la

¹⁸ Ramírez, *op. cit.*, pp. 46-51.

¹⁹ Naumann, *op. cit.*, p. 109.

ironía de Duchamp llega al retruécano, pues no se va a servir de la reproducción como tal, sino de los atributos añadidos a *La Gioconda* –los bigotes y la barbilla– y de su ausencia –¿Adónde ha ido a parar *La Gioconda*?

Aún va a volver a aparecer en su obra. En 1960 pinta los bigotes y la barbilla en una reproducción de *La Gioconda* que Max Ernst y Dorothea Tanning habían comprado en un comercio de lance. En septiembre de 1964 hace 38 reproducciones de *LHOOQ* para ilustrar el libro de Pierre Massot *Marcel Duchamp, propos et souvenirs*. Por último, en 1965, utiliza *La Gioconda* para ilustrar las invitaciones para la inauguración de su monumental exposición de Nueva York *Not Seen and/or Less Seen of/by Marcel Duchamp/Rose Selavy, 1904-1963*. En este caso, *La Gioconda*, en formato de naipes pegado a la invitación, carece tanto de bigotes como de perilla, encima de la inscripción «LHOOQ» figura el término «afeitada»²⁰. Así parecía cerrarse el círculo iniciado en 1919: finalmente, a *La Gioconda* se le restituía su aspecto de mujer, aunque ya nadie podría olvidar las trasmutaciones a las que fue sometida por Duchamp.

En esta historia del ready-made *LHOOQ* que hemos esbozado, Duchamp aplica con maestría su estrategia de apropiación y reproducción. En primer lugar, se apropia de la obra de Leonardo, la rectifica añadiéndole barbilla y bigotes, la manipula sugiriendo una interpretación o una vía de interpretaciones al inscribir bajo ella unas letras, la corrige eliminando la rectificación al afeitarla y termina reproduciéndola de múltiples maneras hasta crear una total confusión entre el original y las copias. Duchamp ha acabado con la noción de obra original y con su aura, aunque no por ello ha eliminado la distancia entre ella y el espectador. Su apropiación ha sido irónica. Exige del espectador una operación intelectual. Sus ready-mades no son objetos de culto (al menos no *eran* objetos de culto), pero tampoco objetos de consumo, su valor no reside en ellos mismos, sino en el mensaje que transmiten, son, como él buscaba, objetos que «deben interesar también a la materia gris, a nuestro apetito de comprensión»²¹. Probablemente, por eso,

²⁰ Tanto Seigel como Ramírez (*op. cit.*) ponen en relación el afeitado de la Gioconda con la obra póstuma de Duchamp *Étant donnés*, en la que aparecía un maniquí con el sexo depilado. De esta manera *LHOOQ* estaría plenamente integrada, primero, en el *Gran Vidrio* y, después, en *Étant donnés*.

²¹ Entrevista con J. J. Sweeney de 1955 reproducida en *Duchamp du signe*, Flammarion, París, 1975, p. 183.

quiso limitar su número. «Duchamp exalta el gesto, sin caer nunca... en la gesticulación»²². También limitó el número de ejemplares en la edición que hizo de algunos de sus ready-mades el marchante milanés Schwarz, aunque en este caso parece que se trataba más de preservar el valor mercantil de las obras que del desgaste del gesto, de ese gesto en el que ahora se había refugiado la originalidad como en su último reducto.

Andy Warhol, la cantidad y el cinismo

Frente al comedimiento de Duchamp, Warhol, su más genuino heredero, se convierte en un vehemente defensor de la cantidad. «Pienso que la cantidad es en todo la mejor medida»²³, escribía en 1975 y ya antes, cuando en 1963 hizo una serigrafía de *La Gioconda*, la tituló «*Treinta son mejor que una*». Warhol no teme la multiplicación de la obra, sino que la cultiva consciente y radicalmente. En su producción prácticamente no hay ninguna obra que no haya sido reproducida, copiada, seriada, etc. Para continuar con la obra que nos interesa, *La Gioconda* fue serigrafiada varias veces en 1963, y en 1978 y en 1980 vuelve a aparecer en nuevas series serigrafiadas. Los medios de reproducción técnica no sólo liberaban al artista de la esclavitud de la mano, sino que además le permitían producir en serie. Por eso, la reproducción de su *Gioconda* con su título *Treinta son mejor que una* parece resumir a la perfección toda la obra de Warhol. Por una parte, toma *La Gioconda*, se apropia de ella y la utiliza como un icono del mundo del arte con un valor prácticamente universal, como tomaría otros iconos del mundo de las estrellas de cine o de la política; por otra parte, la multiplica y en su título exalta el valor de esa multiplicación.

Con sus reproducciones Warhol pretendía, como Duchamp, desacralizar y desmitificar *La Gioconda*: esa obra única de uno de los mayores genios del arte occidental que, gracias a las técnicas de reproducción, ahora pasaba de ser *una* a ser *muchas*. Pero, además, con la utilización de *La Gioconda* no se puede olvidar que Warhol hacía una referencia a los artistas que la habían utilizado antes que él y, sobre todo, a Duchamp y a Rauschenberg. Por lo que respecta al primero, hay que señalar que en los años sesenta vivió sus años de mayor influen-

²² O. Paz, *Apariencia desnuda. La obra de Marcel Duchamp*, Alianza, Madrid, p. 28.

²³ A. Warhol, *Mi filosofía de A a B*, Tusquets, Barcelona, 1981, p. 159.

cia en Estados Unidos y en Europa: se había convertido en el padre de los neodadas americanos, de los artistas pop y de los nuevos realistas franceses. Duchamp era el «maître à penser» de la pintura.

De entre todos los pintores americanos, Warhol parecía el más cercano a él. De hecho tenían muchas cosas en común, la primera y la más importante: la indiferencia ante el objeto visual y estético y la equivalencia de todo. Esta indiferencia impulsó en Duchamp la reivindicación de la idea, pues como él mismo explicaba refiriéndose a Warhol: «Si Vd. coge una lata de sopa Campbell y la repite cincuenta veces, no es la imagen retiniana lo que le interesa, lo que le interesa es la idea que le ha hecho poner cincuenta latas de sopa en la misma tela»²⁴. Mientras que en Warhol la «publicidad, repetición y comercialización llevada al máximo... pueden considerarse por separado como la otra cara de la indiferencia de Duchamp»²⁵. *Treinta son mejor que una* no sólo ilustraba a la perfección la obra de Warhol, sino que además parecía contener un homenaje oculto a Duchamp.

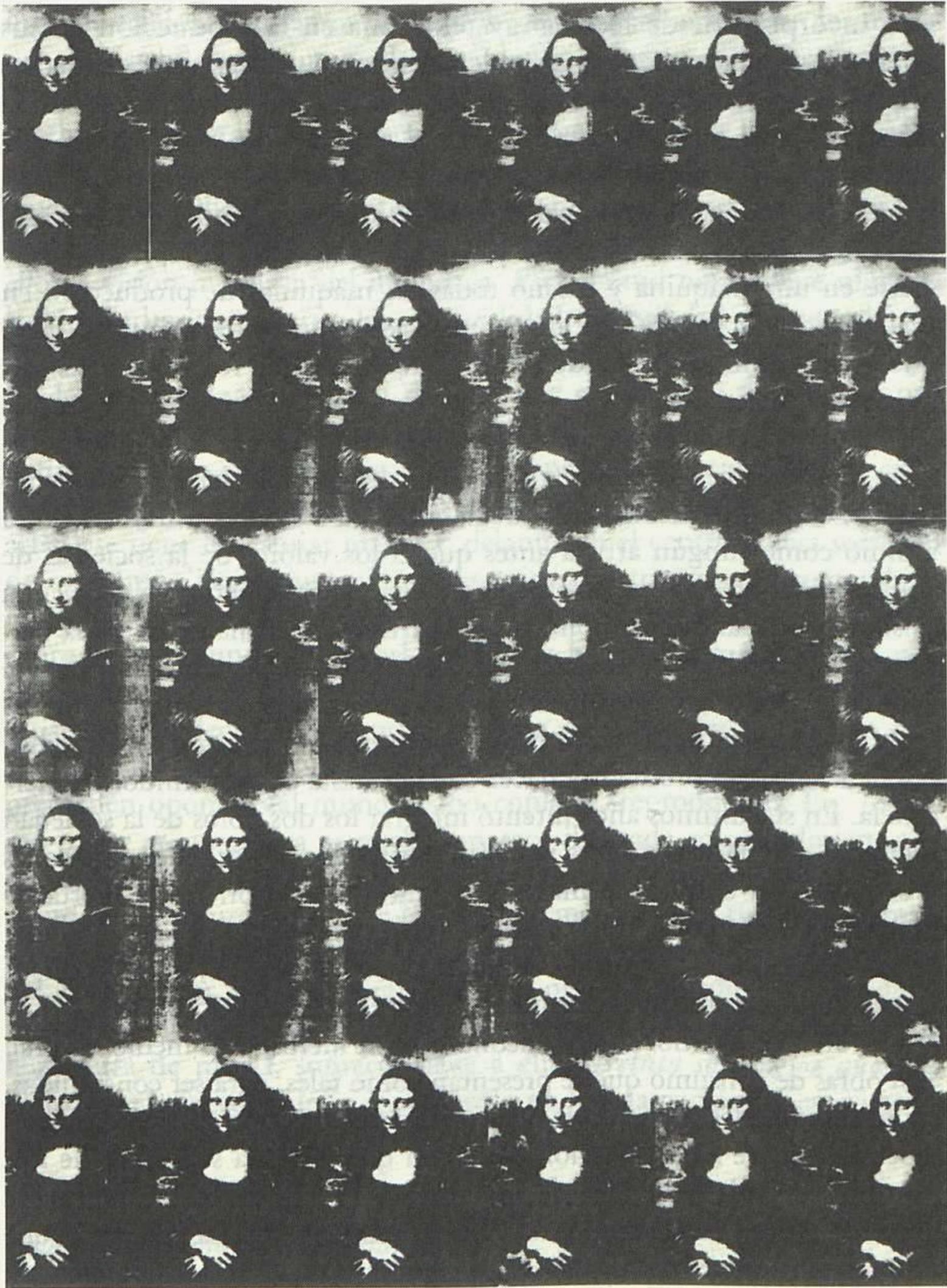
Igual que *LHOOQ* remitía al mundo privado de Duchamp y, en especial, al *Gran Vidrio*, *Treinta son mejor que una* y las otras serigrafías de *La Gioconda* remitían también al mundo de Warhol y a su interés por el retrato, género que él conseguiría hacer revivir. El retrato de *La Gioconda* no podía faltar entre esas series de retratos de famosos: era el icono del retrato en la pintura clásica, la imagen por antonomasia de lo que tenía que ser un retrato. Pero, además, planteaba por su enigma una cuestión que subyace en cualquier retrato: el problema de la identidad. Un problema que, como hemos visto, está presente en el ready-made de Duchamp, al plantear la confusión de sexos y su relación con Rose Sélavy, y que, como muestra Estrella de Diego²⁶, en ningún momento dejó de obsesionar a Warhol.

Pero, la apropiación de *La Gioconda* de Warhol era mucho más fría que la de Duchamp. Warhol no necesitaba manipular la imagen, ponerle bigotes y barbilla para después afeitárselos, sólo la multiplicaba, la reproducía en serie y, en lugar de escribir una inscripción malsonante, ponía un título asertivo y neutro: *Treinta son mejor que una*. Su apropiación consistía, en primer lugar, en una multiplicación, en su presentación en una serie de imágenes repetitivas. En estas presentaciones Warhol llegaba a una eliminación radical del «toque» personal. No

²⁴ Naumann, *op. cit.*, p. 240.

²⁵ C. Tomkins, *op. cit.*, p. 509.

²⁶ Véase E. de Diego, *Tristísimo Warhol*, Siruela, Madrid, 1999.



A. Warhol, *Treinta son mejor que una*, 1963.

sólo incorporó desde fecha muy temprana en la producción de sus obras a otras personas, sino que además intentó utilizar siempre medios impersonales y mecánicos: la serigrafía con sus diferentes variedades, la fotografía y el cine, alejándose así del dramatismo y del gesto que habían caracterizado al expresionismo abstracto. De esta manera Warhol se convirtió en el principal albacea de la originalidad y de la autoría en la historia del arte. El artista ya no crea, sino que se repite. Se convierte en una máquina y «como todas las máquinas de producción en una fábrica, “a factory”». El artista no ejecuta un trabajo único... sino que existe como un “repetidor”, un “autómata”, que responde a las exigencias del mercado»²⁷.

La apropiación de *La Gioconda* de Warhol no era sólo multiplicación, sino también descontextualización del mundo del arte e integración en el mundo del mercado, de la publicidad y del consumo. Warhol asumió como ningún artista antes que él los valores de la sociedad de consumo. El arte ya no se situaba en una esfera superior ni tenía una misión espiritual que cumplir, el arte participaba plenamente de la cultura de masas. Era un producto de consumo como cualquier otro que apelaba al deseo del consumidor y a su satisfacción inmediata. Por eso tenía que valerse tanto de la producción en serie como de los medios publicitarios para producir y hacer circular hasta el consumidor su mercancía. En sus últimos años intentó integrar los dos polos de la sociedad moderna que hasta entonces parecían antitéticos: los grandes almacenes y el museo, la cultura de masas y la cultura superior. En la oferta de Navidades de 1986 de unos grandes almacenes se ofrecía la posibilidad de ser retratado por el primer artista pop, Andy Warhol, al estilo de los retratos que se exhiben en los museos, por el precio de 35.000\$²⁸.

La obra de Warhol parece encontrar en el mercado su medio natural. Son obras de consumo que se presentan como tales, para ser consumidas, sin profundidades ni mensajes ocultos. Como él mismo decía, «si quieres saber algo sobre Andy Warhol, basta con que mires la superficie de mis pinturas, de mis películas, de mí mismo. Eso es todo. No hay nada detrás»²⁹. Ahora bien, abunda tan insistentemente en esa superficie que no podemos evitar buscar más allá, preguntarnos por su significación, su

²⁷ G. Celant, *Andy Warhol. A factory*, The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Nueva York, 1999, sin paginación.

²⁸ B. Buchloh, «Andy Warhol's One-Dimensional Art: 1956-1966», en *Andy Warhol. A Retrospective*, The Museum of Modern Art, Nueva York, 1989, p. 39

²⁹ Ídem, p. 39.

intencionalidad. Podríamos limitarnos a interpretar su obra en los términos de kitsch³⁰, pero, aunque lo roza, aunque juega manifiestamente con el kitsch, no se reduce a él. Su obra no se agota en la simple cadena de producción, circulación, consumo y destrucción. Exige distancia, reflexión en el espectador, como reflexión hay también en su producción. «El aspecto más radical y más interesante del proceso “acreativo” de Warhol consiste en conservar una posición reflexiva sobre lo real, sin adoptar, por ello, la visión moralista del que juzga. Esta actitud no confiere ninguna legitimidad crítica al arte. En su irrealidad e inutilidad el arte refleja la dimensión irreal e insignificante de la sociedad contemporánea»³¹.

La estrategia de Warhol no consiste en situarse más allá o por encima de ese mundo. La función crítica del arte parecía haber entrado definitivamente en crisis, como también parecía haber entrado en crisis esa noción de mundo objetivo. Warhol es consciente de que ahora el artista se tiene que situar más acá, delante, en el centro de esa sociedad de consumo. Tiene que utilizar sus mismas estrategias, crear también imágenes quiméricas e ilusorias, que dejen patente el carácter insignificante de ese mundo. El papel del artista ha quedado reducido a esta perspectiva cínica. Desde ella, dejándose absorber por la sociedad, el artista puede decir algo, aunque lo tiene que decir en ese mismo lenguaje de imágenes fortuitas, insignificantes, irreales, imágenes que no pretenden oponerse al mundo, sino copiarlo, reproducirlo. En *Treinta son mejor que una* esta estrategia aparece ilustrada magistralmente. La reproducción en serie de *La Gioconda* supone el sometimiento de un icono de la cultura superior a las leyes de mercado. Su título, la afirmación de que la multiplicidad es mejor que la unidad, es la confirmación del valor de esas leyes. El aura de la obra original no sólo se ha perdido, sino que se le niega cualquier valor y se niega con las mismas armas de la cultura de masas, sometiéndose a ella. *Treinta son mejor que una* constituye la victoria de la copia y sólo en la aclamación de esa victoria se hallan los últimos restos de originalidad.

Robert Rauschenberg y la nostalgia

Aunque sea brevemente, me gustaría apuntar algunas ideas sobre Robert Rauschenberg y su particular apropiación de *La Gioconda*.

³⁰ Véase V. Bozal, *Necesidad de la ironía*, Visor, Madrid, 1999.

³¹ G. Celant, *op. cit.*, sin paginación.

Junto con Warhol, Rauschenberg y Johns fueron los artistas americanos que más influencia sufrieron de Duchamp. Las relaciones entre Rauschenberg y Duchamp empezaron en fecha temprana. En 1953 el americano visitó la exposición Dada en la galería Sidney Janis de Nueva York en la que Duchamp había participado de forma activa. En 1958, Rauschenberg y Johns viajaron a Filadelfia para conocer las obras de Duchamp de la colección Arensberg. Pocos meses después ambos pintores conocieron personalmente a Duchamp con el que entablaron una cordial amistad gracias a sus repetidos encuentros en los circuitos artísticos de Nueva York. Pronto la crítica puso en relación la obra de Duchamp con la de Rauschenberg y Johns, a los que empezaron a denominar «neodadas». Destacaron, sobre todo, la influencia del ready-made duchampiano en las «combine-paintings» de Rauschenberg, en las que la técnica del collage a lo Schwitters se ensambla con el arte del objeto que Duchamp había iniciado. De hecho, el primero en reconocer esta deuda fue el propio Rauschenberg, el cual, al escribir en 1959 sobre Duchamp que «su reconocimiento de la inexistencia de arte en el arte y del carácter artístico de cualquier cosa... es su contribución más importante»³², ya apuntaba al papel estelar del ready-made duchampiano en su producción.

En la obra de Rauschenberg, en sus collages, en su «combine-paintings», cerámicas, trabajos fotográficos, etc., aparecen repetidas veces reproducciones de *La Gioconda*. En 1952, en uno de sus primeros collages, figura por primera vez *La Gioconda* en una posición central. En 1958 vuelve a aparecer repetidamente en una de esas obras en las que combinaba técnicas de collage, con frottage, gouache, acuarela. Posteriormente en 1982 también la utiliza en un grabado y en una cerámica y en 1991 en un trabajo fotográfico.

En su análisis de la obra de Rauschenberg, Rosalind Krauss³³ ha puesto en entredicho la influencia de Schwitters en los collage de Rauschenberg. En estas obras el acento no estaría puesto, según ella, tanto en la unión de objetos dispares ni en el resultado de esa combinación, sino en las relaciones entre los objetos, en su carácter sintáctico y discursivo. La obra de Rauschenberg se desarrollaría más en el tiempo y en la «duración», que en el espacio y el instante. De hecho, apela a la memoria y a la reflexión. En esta producción, las imágenes ya no se

³² R. Rauschenberg en el cat. *Sixteen Americans*, 1959, cit. en Naumann, *op. cit.*, p. 296.

³³ R. Krauss, *op. cit.*, pp. 289-306.



Robert Rauschenberg, *Currency*, 1958.

basan en la *proyección* bidimensional de un objeto tridimensional que adquiere unas dimensiones y una jerarquía determinadas en la tela, sino en la *transferencia de* esas imágenes, las cuales pasan del mundo a la superficie de la pintura sin perder su densidad material. Las fotos, sellos, papeles, telas, objetos, etc., son las imágenes y el material de la pintura. Funcionan a la vez como imágenes y como fotos, sellos, papeles, telas, objetos, etc., y se sitúan en la pintura como si tuvieran la misma densidad, igual que en la memoria el recuerdo de una pintura, de una melodía o de una persona pueden ser igual de vívidos.

Pero la memoria no siempre es ese espacio neutro en el que están almacenados nuestros recuerdos. Cuando los recuerdos son dolorosos, su memoria es rechazada, relegada a zonas oscuras de nuestra mente; cuando son recuerdos positivos de algo que ya no puede volver o que está demasiado lejos para hacerse presente, la memoria se convierte en nostalgia. La nostalgia oculta cierta ambigüedad, una ambigüedad que ya aparece recogida en la misma etimología de la palabra, pues por una parte está compuesta de *nostos* (regreso) y por otra de *algia* (dolor). La nostalgia es recuerdo de la pérdida, pero recuerdo que contiene aún algo del resplandor de lo que se tuvo.

Muchas de las obras de Rauschenberg se sitúan en este espacio de la memoria en el que reina la nostalgia. Sus «combine paintings», esos collages o pinturas combinadas de los años cincuenta, que dejan percibir a través de capas de pintura translúcidas imágenes u objetos, como si los viéramos a través de un espejo que ha perdido en parte el azogue o en la lejanía y confusión del sueño, suscitan ese sentimiento de añoranza. Lo más interesante es que Rauschenberg provoca en el espectador estos sentimientos sólo y exclusivamente desde la obra, poniendo a su servicio todos los medios expresivos a su alcance: texturas, combinación de objetos y de técnicas, colores, composición, etc., junto con cierto dramatismo propio del expresionismo abstracto de sus mayores de la escuela de Nueva York con los que Rauschenberg mantenía aún una clara deuda.

En *Currency*³⁴, una obra de 1958 con utilización de técnicas de impresión, acuarela, gouache y lápiz, figura repetida una ilustración de *La Gioconda*. En este caso la repetición no tiene nada que ver con la de las series de Warhol en las que simplemente se reproducía la imagen mecánicamente. Aquí las ilustraciones parecen sometidas a la arbitrariedad y el desgaste del tiempo, casi nunca aparecen por entero, la mayoría

³⁴ R. Rauschenberg en el cat. *Robert Rauschenberg, 1925-1992*, cat. en Nauman, op. cit.

³⁴ Reproducida en Cat, *Robert Rauschenberg. Retrospective*, Guggenheim Museum Publications, Nueva York, 1998, p. 126.

de las veces sólo queda el rostro de *La Gioconda*, que una vez se muestra atravesado por líneas, mientras otras casi figura oculto tras una capa de pintura. Junto a *La Gioconda* aparecen otros elementos figurativos de más difícil determinación, también hay cifras y palabras y planos de colores, líneas, trazos, etc. Las reproducciones de *La Gioconda* ocupan un lugar central, aunque su visibilidad queda bastante enturbiada.

Lo que a primera vista destaca en esta imagen de *La Gioconda* es su referencia a la pintura clásica y figurativa. Ahora bien, este tipo de referencia aparece con tanta frecuencia en la producción de Rauschenberg que se ha convertido en una constante de su obra. Por citar sólo algunos ejemplos, se pueden indicar: *Rebus* de 1955 con el *Nacimiento de Venus* de Botticelli, *Small Rebus* de 1956 con el *Rapto de Europa* de Tiziano, *Crocus* de 1962 en donde figura una ilustración de *La Venus del espejo* de Velázquez o *Tracer* de 1963 con una reproducción de la *Venus* de Rubens. Parece tentador interpretar estas imágenes como si Rauschenberg nos estuviera mostrando, a través de la superficie de su pintura que refleja fielmente el modo de hacer pintura postexpresionista, momentos de un pasado distinto del arte. Como si Rauschenberg nos diera a contemplar esas obras con la nostalgia de quien ya sabe que tras el camino emprendido por las vanguardias la vuelta a esa época en que la pintura pretendía inocentemente reflejar el mundo es imposible. Y deja patente esta imposibilidad a través de la constitución de la obra, de la mezcla de materiales, de las diferentes técnicas y texturas, como también deja patente que esta visión del pasado sólo puede ser un atisbo, una imagen enturbiada, casi imperceptible, de ese tiempo remoto.

Con estos ejemplos que hemos estudiado y que podíamos haber multiplicado hemos pretendido mostrar que la copia y la originalidad no transcurren por caminos opuestos, ni siquiera por caminos paralelos, sino por rutas que se entrecruzan con tanta frecuencia que terminan creando una trama tupida de relaciones. Las vanguardias impusieron la originalidad, pero no dejaron de utilizar la copia y la reproducción, sobre todo cuando la pintura dejó de ser una actividad exclusivamente manual y recurrió al uso de medios mecánicos. La reproducción terminó acomodándose en la obra de vanguardia hasta llegar a ocupar un lugar clave. Permitía transmitir mensajes y sentimientos, como antes lo había hecho la pintura. Duchamp utilizó una reproducción de *La Gioconda* para hacernos un guiño irónico, Warhol la multiplicó con la frialdad del cinismo y Rauschenberg nos la mostró con la mesurada tristeza de la nostalgia. Tres formas distintas de abordar el problema, pero igualmente densas en el uso de la reproducción.