

# L'art modern: entre les exigències del passat i les possibilitats de la renovació

Josep Ametller\*

Deia Orson Welles, parlant del teatre, que era un magnífic anacronisme i potser podríem aplicar avui aquesta feliç expressió al món de l'art contemporani. No s'entén gaire, efectivament, quin és el paper que representa l'art modern en un món presidit per l'electrònica i, en general, per les tècniques modernes de la reproducció dels objectes artístics. Molt sovint la premsa i els mitjans de comunicació ens informen d'operacions comercials importantíssimes que tenen com a objecte una determinada obra d'art. Es paguen molts milions per un objecte artístic determinat i l'opinió pública sembla acceptar-ho amb tota naturalitat. Sembla ser que ningú es pregunta si existeix alguna diferència entre aquesta obra d'art que val milions de dòlars i la seva reproducció. Alguns diran, naturalment, que la reproducció d'un objecte artístic no assoleix mai la qualitat ni la perfecció de l'original. I aquesta afirmació ha estat certa, segurament, durant algun temps. Però avui ja no s'aguanta per enlloc. La ciència i la tecnologia moderna han aconseguit en el camp de la reproducció artística uns nivells de qualitat pràcticament insuperables. És molt difícil actualment distingir entre, per exemple, un concert de música enregistrada i la seva interpretació en viu per part dels mateixos intèrprets de l'enregistrament. Els moderns aparells d'alta fidelitat poden avui, perfectament, reproduir amb tota fidelitat la música produïda per una orquestra determinada. El mateix podem dir, naturalment, de tota la producció artística en matèria d'arts plàstiques. En tot cas, i acceptant per un moment que existeix algun tipus de diferència entre l'original i la reproducció, ningú no ens podrà negar que el problema de l'exagerada sobrevaloració de l'original d'una obra d'art en relació amb la seva reproducció tècnica té poc a veure amb la qüestió de la quali-

tat artística. Posats a acceptar, en nom del purisme tradicional, que la reproducció artística encara no iguala en qualitat l'obra original, és evident que ja no falta gaire perquè la ciència moderna sigui en condicions de donar-nos còpies d'obres d'art pràcticament perfectes.

\* Josep Ametller és periodista del Servei de Premsa de la Diputació i expert en temes culturals.



ARXIU

### La sobrevaloració de l'original artístic

Si el dia en què desaparegui la diferència entre l'original i la seva reproducció no és avui, serà demà. I el problema, pel que es veu, serà el mateix. El mercat de l'art continuarà sobrevalorant de manera fins i tot escandalosa una peça d'art original i considerarà la possessió d'una reproducció com un signe de mal gust. No se'ns acudeix cap argument mínimament racional per explicar aquesta situació paradoxal que es dona en el món de l'art i, concretament, en el cas d'alguns diguem-ne gèneres artístics tradicionals: la pintura i l'escultura. No cal dir que les arts que ja han nascut sota el signe de la reproducció —com és el cas del cinema— no plantegen en absolut aquest problema. Ja no se'ns acut pensar que la pel·lícula original pot ser més valuosa que les diferents còpies que d'ella se n'han tret. Des del primer moment varen acceptar, en el cas d'aquestes arts, que la reproducció no tenia res a veure amb la qualitat del producte. I mai ningú fora d'algun col·leccionista excèntric— s'ha plantejat la necessitat de trobar la còpia original.

El cas de les arts plàstiques ens presenta, doncs, un problema digne de consideració. Segueixen funcionant —en l'aspecte fonamental de la seva divulgació popular— d'una manera que està en total contradicció amb la societat en la qual vivim. La irracionalitat d'aquest fet es manifesta clarament si, per un moment, tenim la gosadia de comparar el funcionament comercial de les arts plàstiques amb el mateix funcionament en la resta de les arts. ¿Què pensariem d'un escriptor que pretengués vendre únicament i exclusivament els manuscrits de la seva obra? Això és, exactament, el que fan els nostres pintors i escultors. No negarem, com ja hem dit abans, que durant molts anys va existir una diferència fonamental entre la reproducció literària i la reproducció artística. En el primer cas es tractava de reproduir un contingut determinat i poc importava que aquest contingut es fes accessible a través d'una edició de luxe o d'una edició de butxaca. En el segon cas el que comptava era la forma, i no era possible —si més no en aquells moments— oferir a la majoria unes reproduccions dignes d'una



obra artística determinada. Aquesta circumstància explicaria una mica el formidable retard de les arts plàstiques en el seu procés d'adaptació a la societat moderna capaç, entre altres meravelles, de reproduir perfectament qualsevol obra d'art. Però aquesta circumstància avui ja no té cap efectivitat. Vivim plenament el temps, ja profetitzat per Walter Benjamin, de la reproducció tècnica de l'obra d'art. I aquest temps actual —lluny d'assumir la realitat— ha obligat l'home modern a un comportament que ens atrevirem a qualificar de patològic. Efectivament, qualsevol home culte dels anys vuitanta disposa d'una bona biblioteca artística. Pot perfectament estudiar a casa seva —ja sigui amb llibres, ja sigui mitjançant diapositives— allò més fonamental de la producció artística universal. I tanmateix aquest mateix home serà capaç de fer un viatge especial a París per veure una Gioconda que coneix de memòria fins als seus darrers detalls. O de gastar-se quantitats notables de diners per donar-se el gust de tenir a casa seva algunes obres d'art originals. Posats a comparar, aquest comportament seria el d'un imaginari cinèfil que, a l'hora de veure «El retorn de Jedi», pretengués assistir personalment a una nova filmació de la pel·lícula. Absolutament irracional.

### L'obra d'art com a mercaderia

Tenim, evidentment, una explicació de manual per aquest comportament anacrònic del mercat de l'art. No oblidem que vivim en un sistema capitalista i que, dintre d'aquests sistema, l'art és com qualsevulla altra mercaderia que cal vendre al millor preu possible. No seria la primera vegada que els que fan anar els fils del sistema sostreuen mercaderies al mercat per tal de mantenir els preus. Ara mateix sabem que les empreses diamantíferes es dediquen a emmagatzemar gran part de la producció mundial de diamants per mantenir els preus. Es veu que un diamant a bon preu ja no brillaria tant, o que una pedra d'aquesta categoria, en segons quins colls, traspalsaria el nostre sistema social.

Les explicacions de manual però —encara que siguin de manuals fins fa poc il·lustres— no ens ho acaben d'explicar tot. L'art modern, certament, és una mercaderia més dintre del sistema econòmic vigent. De cap manera es pot marginar de les lleis d'aquest mercat. I val a dir, encara que sigui de passada i per fer callar veus inoportunes, que els països de l'anomenat socialisme realment existent no semblen pas en condicions d'ensenyar-nos

res pel que fa a la producció i distribució social de l'art. És aquesta una de les grans decepcions que ens ofereixen cada dia aquests règims polítics que es tenen per revolucionaris i socialistes. El seu art és totalment tronat i sense cap valor estètic o —en el millor dels casos— és una imitació perfecta de les velles realitzacions burgeses. Només cal veure alguna coreografia del Bolshoi o del Kirov per arribar a aquesta conclusió. Tornem però a l'art que ens ocupa: l'art dels països occidentals i, per tant, capitalistes. Temps era temps, aquests països potser si que volien una societat rigidament jerarquitzada, una mica a l'antic règim. Però el senyor Ford ja fa molts anys que va proclamar i realitzar la nova norma del sistema. Cal que tothom tingui un Ford i, naturalment, els treballadors de l'empresa en primer lloc. Des d'aquell dia la societat capitalista s'ha democratitzat extraordinàriament en el camp del consum. Tot és a l'abast de tothom. Ja no existeixen objectes que, en principi, signifiquin alguna mena de discriminació social. El conservador i lúcid Sombart ho explica perfectament en el seu llibre «El burgès». Hi havia, en els primers



ARXIU

temps del capitalisme purità, un costum rigidament observat segons el qual no es podia de cap manera produir objectes d'inferior qualitat a l'òptima. Era una vergonya per qual-sevol burguès honorable fabricar o vendre objectes que no fossin de primera qualitat. Però va arribar el dia que el llest de torn va descobrir que es podia fabricar seda sense seda o pernil de York amb patates i gelatina, i aquell dia va néixer la moderna societat de consum. Una societat en què, com tots sabem, la comercialització dels productes determina la seva fabricació.

### La burgesia post-calvinista a la recerca d'una identitat

Convertit el senyor Ford en el gran inspirador del capitalisme modern i perduts els vells escrúpols calvinistes per part de les noves generacions burgeses, les classes dominants es varen trobar amb un problema que a més d'un li semblarà idiota: ¿De què serveix ésser ric en una societat en la qual la riquesa s'ha popularitzat a través del consum? ¿Quins són els signes d'identitat de la classe posseïdora? En els temps anomenats clàssics la dife-

rència entre les classes socials era clara i evident. Els rics menjaven i els pobres no. Els rics tenien cotxe i els pobres no. Però en la moderna societat de consum aquestes velles distincions han desaparegut en gran mesura. Com s'ha dit tantes vegades amb intencions molt diferents, el proletariat no creix sinó que va de baixa, no s'empobreix com havia previst Marx ans es converteix en accionista de la General Motors o de la Ford. Els rics, definitivament, es queden sense signes d'identitat. Per poc temps, és clar. Molt aviat els puritans burgesos americans descobreixen la nova manera de ser diferent –de ser ric, en una paraula–, en la nova societat capitalista. Descobreixen el luxe i descobreixen l'art. Que no rigui ningú si pensa que hem descobert el gelat. Tenim una certa tendència a creure que el passat és una simple maqueta del present i el futur una ampliació de la societat en què vivim. No tenim gaire en compte els canvis qualitius que tot sovint es produeixen a l'interior d'un sistema. Segurament el capitalisme ha superat les seves pròpies contradiccions i els reptes que li han vingut de fora per la senzilla raó que el capitalisme actual té molt poc en comú amb el de fa un segle.



Tornem a Sombart, encara que això esgarrifi algú. A Sombart i a Weblen. I a Max Weber, naturalment. El capitalisme anglosaxó té una arrel indiscutiblement puritana. De la mateixa manera que no es pot entendre el capitalisme japonès sense contemplar les seves arrels religioses, no podem analitzar el capitalisme americà sense considerar el paper que en la seva creació hi va tenir el calvinisme.

Els primers burgesos americans, com hem dit abans, no concebien molts dels costums que avui ens semblen essencials dintre del capitalisme. Hem esmentat la negativa radical d'aquella classe social a fabricar i vendre articles a baix preu i, conseqüentment, de baixa qualitat, cosa que —no cal dir-ho— és la base de la moderna societat de consum. No acceptaven tampoc una cosa que avui ens sembla intrínsecament burgesa com es la publicitat. A finals del segle passat, per exemple, les millors botigues de Nova York portaven la seva actitud antipublicitària a l'extrem de negar-se a posar retols mínimament espectaculars a les seves botigues. Per aquells burgesos portestants incitar al consum amb tècniques publicitàries o amb la fabricació de productes dolents era, senzillament, una immoralitat. No cal dir el que pensarien aquells bons burgesos de Nova York, Londres o Amsterdam del costum modern de fabricar productes amb una obsolescència deliberadament prematura. La burgesia, doncs, va aparèixer en el teatre de la història com una classe que es diferenciava de la decadent aristocràcia per la seva moralitat. Moral del treball, moral de l'estalvi, moral de l'austeritat i, fins i tot, moral familiar. Varen ser els burgesos els qui imposaren la conducta puritana davant dels diguem-ne escàndols de l'aristocràcia decadent. Això, si més no, és el que diuen autors tan solvents com Sombart, Weblen o Weber. I cal citar-los encara que només sigui per compensar una mica certa lectura massa simplificada i massa demagògica que hem fet de la història de la burgesia.

#### **La societat de consum i les classes socials**

Aquella burgesia moralista però va perdre un dia la fe i va infantar el modern capitalisme ja molt allunyat de les severes normes morals primitives. Aquell dia va néixer la publicitat —amb tota la seva agressivitat i el menyspreu de la independència de l'individu—, la mercaderia innecessària venuda més com a signe que com a objecte i, en general, el consumisme com a estructura ideològica d'una societat fonamentada en la possessió ritual d'objectes de dubtosa utilitat pràctica.

La societat de consum implica una certa dissolució de les classes socials, almenys en la forma en què s'estructuraven tradicionalment. I de la mateixa manera que dissol una certa estructura social, en construeix una altra. La nova classe dirigent, concretament, que ja no troba la seva identitat en un determinat pensament cívic religiós busca una nova identitat social a través del luxe. Weblen ens ho explica magistralment en la seva «Teoria de la Classe Ociosa». El luxe, en contra del que pensen els que no poden accedir-hi, no és un plaer individual. Ningú es compra un Rolls a causa de la seva perfecció tècnica ans pel prestigi social que comporta. El luxe és, senzillament, la diferència oferta en forma d'espectacle a un poble que cal que reconegui quina és la seva classe dirigent. Aquest luxe que varen retrobar els burgesos anglosaxons després de segles d'austeritat té, no cal dir-ho, moltes manifestacions. Hi ha un luxe, típicament de nou ric sense cultura, que es caracteritza pel mal gust i la voluntat d'ostentació. Una altra manifestació del luxe és la moda, el viure d'una manera que encara no poden aconseguir els altres i que, naturalment, serà automàticament abandonada el dia en què massa gent hi accedeixi. La moda —ja ho sabem— consisteix sempre en diferenciar-se de la majoria, en una fugida endavant, no tant pel plaer de la novetat com per la necessitat de no ser confós amb la majoria inferior. Per això, és sempre la classe alta la que fa la moda. I tenim, finalment, una darrera manifestació del luxe entès com a signe de status: l'art.



ARXIU

### L'art com a signe de status

Aquesta nova burgesia que necessita signes de diferenciació i de superioritat en una societat com és la que defineix el capitalisme modern, que esborra massa les diferències socials, ha trobat en l'art el signe de *status* per excel·lència. Certes formes de luxe són impensables en les modernes societats industrials. Només se les poden permetre els rics del Tercer Món i no perquè siguin més rics que els seus iguals occidentals. S'ho poden permetre a causa del fet que les seves societats respecten aquesta mena de luxe. Però el burgesos occidentals han d'anar en compte amb l'administració del seu luxe per tal de no caure en el ridícul, en el mal gust, en

la mofa popular i també en mans dels inspectors d'Hisenda. Cal, doncs, a aquesta classe social un signe de status que reuneixi les condicions habituals: que sigui inasequible a la immensa majoria, que sigui respectat i admirat per aquesta immensa majoria a la qual va destinat, i que representi, en alguna mesura, una superioritat intel·lectual, moral i estètica en relació als codis populars dominants.

No cal dir que l'art modern reuneix totes aquestes condicions i de quina manera. Això explica que en un moment en què aquest art ha perdut, en gran mesura, el seu sentit tingui socialment un prestigi i una cotització tan elevades i, al mateix temps, tan poc fonamentades.



### Les paradoxes de l'art d'avantguarda

Com a l'Antic Egipte, l'art modern utilitza avui dos llenguatges ben diferents. Tenim un llenguatge diguem-ne «demòtic», que utilitza tan l'art modern del cinema com l'antiquíssim de la literatura. I tenim, en segon lloc, un llenguatge «hieràtic» —el de les arts plàstiques fonamentalment— que és molt lluny de la sensibilitat i de la comprensió populars. No entrarem ara en l'anàlisi d'aquest art modern. El que ens interessa és comprendre una mica la raó per la qual una investigació estètica minoritària i d'avantguarda aconsegueix tan ràpidament un cert reconeixement popular i, molt concretament, la constitució d'un formidable mercat. La continuïtat de les arts plàstiques en el món del cinema, del vídeo, de la fotografia, dels hologrames, de la televisió i de tantes i tantes noves formes d'expressió artística que comporta la nova civilització electrònica exigeix un formidable esforç d'imaginació i renovació. ¿Quin sentit té pintar la rendició de Breda si podem filmar una pel·lícula sobre aquest fet? I si no pinten les rendicions de Breda de cada dia... ¿què pinten els pintors d'avui? Doncs, senzillament, pinten. S'han quedat sense objecte, sense realitat. Els han pres els nous medis de producció artística i ells s'han quedat amb dues possibilitats: Pintar la forma pura, que es com jugar un partit de futbol sense pilota, i alimentar un mercat que necessita objectes d'art a cor què vols.

Fan les dues coses, naturalment, i de manera perfecta. Els hauriem de felicitar i d'imitar. Normalment, els investigadors de nous camps de coneixement es moren de gana. I, fins a cert punt, és natural. La societat no comprèn la naturalesa del viatge intel·lectual i es nega conseqüentment a pagar els billets de l'avió.

Els nostres pintors i escultors han aconseguit justament el contrari. Precisament perquè no els entenen gens se'ls paga generosament fins al punt d'acceptar l'absurd que és avui el fet de no admetre que l'obra d'art es pot reproduir perfectament com qualsevol altre objecte. La raó d'aquest paradoxal funcionament del món de l'art rau, al nostre entendre, en la funció social que aquest art fa en el si d'una classe social determinada: la burgesa. I ho diem clarament, encara que avui no està de moda això d'esmentar les classes socials, per la sezilla raó que creiem que és precisament la gran burgesia la que ha adoptat filialment l'art modern i no cap altra classe social.

La molt realista classe mitjana no ho acaba de veure clar això de l'art abstracte. I a més hi ha els preus. Els treballadors per la seva banda són encara més exageradament realistes.

El sofisticat art modern és, doncs, patrimoni d'una classe social molt concreta que l'utilitza en gran mesura com a signe de status.

Aquesta és la seva sort i també n'és la desgràcia.



ARXIU