

Octavio Paz

Apariencia Desnuda

La obra de Marcel Duchamp

Alianza Editorial

De venta en todo el mundo salvo México y Argentina

Primera edición en «Alianza Forma»: 1989

Quinta reimpresión en «Alianza Forma»: 2008

Reservados todos los derechos. El contenido de esta obra está protegido por la Ley, que establece penas de prisión y/o multas, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujeren, plagiaren, distribuyeren o comunicaren públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la preceptiva autorización.

DR © 1973, Ediciones Era, S.A.

© Alianza Editorial, S. A., Madrid, 1989, 1991, 1994, 1998, 2003, 2008

Calle Juan Ignacio Luca de Tena, 15; 28027 Madrid; teléf. 91 393 88 88

www.alianzaeditorial.es

ISBN: 978-84-206-7081-2

Depósito legal: S. 354-2008

Impreso en Gráficas Varona S. A., Salamanca

Printed in Spain

SI QUIERE RECIBIR INFORMACIÓN PERIÓDICA SOBRE LAS NOVEDADES DE
ALIANZA EDITORIAL, ENVÍE UN CORREO ELECTRÓNICO A LA DIRECCIÓN:

alianzaeditorial@anaya.es

Los *ready-mades* son objetos anónimos que el gesto gratuito del artista, por el solo hecho de escogerlos, convierte en obras de arte. Al mismo tiempo, ese gesto disuelve la noción de “objeto de arte”. La contradicción es la esencia del acto; es el equivalente plástico del juego de palabras: éste destruye el significado, aquél la idea de valor. Los *ready-mades* no son anti-arte, como tantas creaciones modernas, sino *a-rtísticos*. Ni arte ni anti-arte sino algo que está entre ambos, indiferente, en una zona vacía. La abundancia de comentarios sobre su significación —algunos sin duda habrán hecho reír a Duchamp— revela que su interés no es plástico sino crítico o filosófico. Sería estúpido discutir acerca de su belleza o su fealdad, tanto porque están más allá de belleza y fealdad como porque no son obras sino signos de interrogación o de negación frente a las obras. El *ready-made* no postula un valor nuevo: es un dardo contra lo que llamamos valioso. Es crítica activa: un puntapié contra la obra de arte sentada en su pedestal de adjetivos. La acción crítica se despliega en dos mo-

⁵ “Conversation avec Marcel Duchamp”, capítulo del libro de Alain Jouffroy *Une révolution du regard*, París, 1964. Posteriormente, en 1967, ya escrito este ensayo, apareció otra colección de notas que completan y amplían las de la *Caja Verde*. La nueva colección tiene por título *A l'Infinifif*; se la conoce también como la *Caja Blanca*. No sería imposible que todavía existiesen, inéditas, más notas relacionadas con las especulaciones del Gran Vidrio.

mentos. El primero es de orden higiénico, un aseo intelectual, el *ready-made* es una crítica del gusto; el segundo es un ataque a la noción de obra de arte.

Para Duchamp el buen gusto no es menos nocivo que el malo. Todos sabemos que no hay diferencia esencial entre uno y otro —el mal gusto de ayer es el buen gusto de hoy— pero, ¿qué es el gusto? Lo que llamamos bonito, hermoso, feo, estupendo o maravilloso sin que sepamos a ciencia cierta su razón de ser: la factura, la fabricación, la manera, el olor —la marca de fábrica. Los primitivos no tienen gusto sino instinto y tradición, es decir: repiten casi instintivamente ciertos arquetipos. El gusto nace, probablemente, con las primeras ciudades, el Estado y la división de clases. En el Occidente moderno se inicia en el Renacimiento pero no tiene conciencia de sí mismo sino hasta el periodo barroco. En el siglo XVIII fue la nota de distinción de los cortesanos y más tarde, en el XIX, la marca de los advenedizos. Hoy, extinto el arte popular, tiende a propagarse entre las masas. Su nacimiento coincide con la desaparición del arte religioso y su crecimiento y supremacía se deben, más que nada, al mercado libre de objetos artísticos y a la revolución burguesa. (Un fenómeno semejante, aunque no idéntico, se advierte en ciertas épocas de la historia de China y Japón.) “Sobre gustos no hay nada escrito”, dice el proverbio español. En efecto, el gusto rehúye el examen y el juicio: es un asunto de catadores. Oscila entre el instinto y la moda, el estilo y la receta. Es una noción epidérmica del arte, en el sentido sensual y en el social: un cosquilleo y un signo de distinción. Por lo primero reduce el arte a la sensación; por lo segundo, introduce una jerarquía so-

cial fundada en una realidad tan misteriosa y arbitraria como la pureza de la sangre o el color de la piel. El proceso se acentúa en nuestros días: desde el impresionismo la pintura se ha convertido en materia, color, dibujo, textura, sensibilidad, sensualidad —la idea reducida al tubo de pintura y la contemplación a la sensación.⁶ El *ready-made* es una crítica del arte “retiniano” y manual: después de haberse probado a sí mismo que “dominaba el oficio”, Duchamp denuncia la superstición del oficio. El artista no es un hacedor; sus obras no son hechuras sino actos. En esta actitud hay un eco —¿inconsciente?— de la repugnancia de Rimbaud ante la pluma: *Quel siècle à mains!*

En su segundo momento el *ready-made* pasa de la higiene a la crítica del arte mismo. Al criticar la idea de factura Duchamp no pretende disociar forma y contenido. En arte lo único que cuenta es la forma. O más exactamente: las formas son las emisoras de significados. La forma proyecta sentido, es un aparato de significar. Ahora bien, las significaciones de la pintura “retiniana” son insignificantes: impresiones, sensaciones, secreciones, eyaculaciones. El *ready-made* enfrenta a esta insignificancia su neutralidad, su no-significación. Por tal razón no debe ser un objeto hermoso, agradable, repulsivo o siquiera interesante. Nada más difícil que encontrar un objeto realmente neutro: “cualquier cosa puede convertirse en algo muy hermoso si el gesto se repite con frecuencia; por eso el número de mis *ready-made* es muy limitado. . .” La repetición del acto

⁶ Según Duchamp todo el arte moderno es “retiniano” —del impresionismo, el *fauvismo* y el cubismo hasta el abstraccionismo y el arte óptico, con la excepción del surrealismo y de unos cuantos casos aislados como los de Seurat y Mondrian.

acarrea una degradación inmediata, una recaída en el gusto. (Algo que olvidan con frecuencia los imitadores.) Desalojado, fuera de su contexto original —la utilidad, la propaganda o el adorno— el *ready-made* pierde bruscamente todo significado y se transforma en un objeto vacío, en cosa en bruto. Sólo por un instante: todas las cosas manipuladas por el hombre tienen la fatal tendencia a emitir sentido. Apenas instalados en su nueva jerarquía, el clavo y la plancha sufren una invisible transformación y se vuelven objetos de contemplación, estudio o irritación. De ahí la necesidad de “rectificar” al *ready-made*: la inyección de ironía lo ayuda a preservar su anonimato y su neutralidad. Trabajo de Tántalo pues, desviadas del objeto, ¿cómo impedir que la significación y su cola, la admiración o la reprobación, no se dirijan hacia el autor? Si el objeto es anónimo, no lo es aquel que lo escogió. Y aún podría agregarse: el *ready-made* no es una obra sino un gesto que sólo puede realizar un artista y no cualquier artista sino, precisamente, Marcel Duchamp. No es extraño que el crítico y el público de entendidos encuentren el gesto “significativo”, aunque generalmente no acierten a saber qué significa. El tránsito de la adoración del objeto a la del autor del gesto es insensible e instantánea: el círculo se cierra. Pero es un círculo que nos encierra a nosotros: Duchamp lo ha saltado con agilidad y juega al ajedrez mientras yo escribo estas notas.

Una piedra es igual a otra piedra y un tirabuzón es igual a otro tirabuzón. La semejanza entre las piedras es natural e involuntaria; entre los objetos manufacturados es artificial y deliberada. La identidad de los tirabuzones es una consecuencia de su significado:

son objetos hechos para extraer corchos; la identidad entre las piedras carece, en sí misma, de significado. Tal es, por lo menos, la actitud moderna ante la naturaleza. No ha sido así siempre. Roger Caillois señala que algunos artistas chinos escogían piedras que les parecían fascinantes y las convertían en obras de arte por el solo hecho de grabar o pintar su nombre en ellas. Los japoneses también coleccionan piedras y, más ascéticos, prefieren que no sean demasiado hermosas, extrañas o insólitas: verdaderas piedras rodadas. Buscar piedras diferentes o iguales no son actos distintos: ambos afirman que la naturaleza es creadora. Escoger una piedra entre mil equivale a darle nombre. Guiado por el principio de analogía, el hombre nombra a la naturaleza; cada nombre es una metáfora: Montaña Hirsuta, Mar Rojo, Cañón del Infierno, Lugar de Águilas. El hombre —o la firma del artista— hace entrar al paraje —o a la piedra— en el mundo de los nombres; o sea: en la esfera de los significados. El acto de Duchamp arranca al objeto de su significado y hace del nombre un pellejo vacío: el portabotellas sin botellas. El chino afirma su identidad con la naturaleza; Duchamp, su diferencia irreductible. El acto del primero es una elevación, un elogio, el del segundo, una crítica. Para chinos, griegos, mayas o egipcios la naturaleza era una totalidad viviente, un ser creador. Por eso el arte, según Aristóteles, es imitación: el poeta imita el gesto creador de la naturaleza. El chino lleva hasta su última consecuencia esta idea: escoge una piedra y la firma. Inscribe su nombre en una creación y su firma es un reconocimiento; Duchamp escoge

un objeto manufacturado: inscribe su nombre en una negación y su gesto es un desafío.

La comparación entre el gesto del artista chino y el de Duchamp muestra la negatividad del objeto manufacturado. Para los antiguos la naturaleza era una diosa, y, aún más, un criadero de dioses —a su vez manifestaciones de la energía vital en sus tres tiempos: nacimiento, copulación y muerte. Los dioses nacen y su nacimiento es el del universo mismo; se enamoran (a veces de nuestras mujeres) y la tierra se puebla de semidioses, monstruos y gigantes; mueren y su muerte es el fin y la resurrección del tiempo. Los objetos no nacen: los fabricamos; carecen de sexo; tampoco mueren: se gastan, se vuelven inservibles. Su tumba es el basurero o el horno de refundición. La técnica es neutra y estéril. Ahora bien, la técnica es la naturaleza del hombre moderno: nuestro ambiente y nuestro horizonte. Ciertamente, toda obra humana es negación de la naturaleza; asimismo, es un puente entre ella y nosotros. La técnica cambia a la naturaleza de una manera más radical y decisiva: la desaloja. La famosa vuelta a la naturaleza es una prueba de que entre ella y nosotros se interpone el mundo de la técnica: no un puente sino una muralla. Heidegger dice que la técnica es nihilista porque es la expresión más perfecta y activa de la voluntad de poder. Desde esta perspectiva el *ready-made* es una doble negación: no sólo el gesto sino el objeto mismo es negativo. Aunque Duchamp no tiene la menor nostalgia por los paraísos o infiernos naturales, tampoco es un adorador de la técnica. La inyección de ironía niega a la técnica porque el objeto manufacturado se convierte en *ready-made*: una cosa inservible.

El *ready-made* es un arma de dos filos: si se transforma en obra de arte, malogra el gesto de profanación; si preserva su neutralidad, convierte al gesto mismo en obra. En esa trampa han caído la mayoría de los seguidores de Duchamp: no es fácil jugar con cuchillos. Otra condición: la práctica del *ready-made* exige un absoluto desinterés. Duchamp ha ganado sumas irrisorias con sus cuadros —la mayoría los ha regalado— y ha vivido siempre con modestia, sobre todo si se piensa en las fortunas que hoy acumula un pintor apenas goza de cierta reputación. Más difícil que despreciar al dinero es resistir a la tentación de hacer obras o de transformarse uno mismo en obra. Creo que, gracias a la ironía, Duchamp lo ha logrado: el *ready-made* ha sido su tonel de Diógenes. Porque, en suma, su gesto no es tanto una operación artística como un juego filosófico o, más bien, dialéctico: es una negación que, por el humor, se vuelve una afirmación. Colgada de la ironía, en perpetua oscilación, esta afirmación es provisional siempre. Contradicción que niega por igual toda significación al objeto y al gesto, es un acto puro —en el sentido moral y también en el de juego: limpieza de manos, rapidez y perfección en la ejecución. La pureza requiere que el gesto se realice de la manera menos parecida a una *selección*: “El gran problema era el acto de escoger. Tenía que elegir un objeto sin que éste me impresionase y sin la menor intervención, dentro de lo posible, de cualquier idea o propósito de delectación estética. Era necesario reducir mi gusto personal a cero. Es difícilísimo escoger un objeto que no nos interese absolutamente y no sólo el día que lo elegimos sino para siempre y que, en fin, no tenga la

posibilidad de volverse algo hermoso, bonito, agradable o feo. . .”

El acto de escoger tiene cierto parecido con una cita y, así, contiene un elemento de erotismo —un erotismo desesperado y sin ilusión alguna: “Decidir que en un momento venidero (tal día, tal hora, tal minuto) elijo un *ready-made*. Lo que cuenta entonces es la cronometría, el instante hueco. . . es una suerte de cita.” Yo diría: una cita con lo contrario a la sorpresa, un encuentro en el tiempo árido de la indiferencia. Juego dialéctico, el *ready-made* es también un ejercicio ascético, una vía purgativa. A diferencia de las prácticas de los místicos, su fin no es la unión con la divinidad ni la contemplación de la suma verdad: es una cita con nadie y su finalidad es la no-contemplación. El *ready-made* se instala en una zona nula del espíritu: “ese portabotellas ya sin botellas, convertido en una cosa que ni siquiera se mira, aunque se sabe que *existe* —que sólo miramos al *volver el rostro* y cuya existencia fue decidida por un gesto que hice un día. . .” Un nihilismo que gira sobre sí mismo y se refuta: entronizar una nadería y, una vez en su trono, negarla y negarse a sí mismo. No un acto artístico: la invención de un arte de liberación interior. En el *Gran Sutra de la Perfección de la Sabiduría*⁷ se dice que cada uno de nosotros ha de esforzarse por conquistar el estado bienaventurado del Bodisatva, a sabiendas de que Bodisatva es una no-entidad, un nombre vacío. Esto es lo que Duchamp llama *belleza de indiferencia*. O sea: libertad.

⁷ *The Large Sutra on Perfect Wisdom*, traducido por Edward Conze. Londres, 1961.

