



ABRIR CAPÍTULO III

CAPITULO IV

EL ESPECTADOR

"Los que mantenemos abiertos los ojos,
podemos leer volúmenes enteros en lo que
contemplamos a nuestro alrededor".

E.T.HALL

IV.1 EL RECEPTOR DE IMAGENES

En todo proceso artístico se establece una relación entre tres factores fundamentales: el artista, la obra y el espectador. El primero analiza, estudia y recapacita sobre la propia creación artística y sobre la posibilidad de transmitir sus conclusiones exteriormente; el segundo es el resultado del pensamiento transmutado a un medio físico; y el tercero, observa e interpreta; recibe el mensaje ofrecido.

La creación de una obra está totalmente vinculada a la facultad hacedora del artista, pero se puede decir que la obra no existe realmente hasta que no es "recibida" por quien la contempla.

La recepción de la obra depende tanto de la situación interna en que se encuentra el espectador, es decir, la actitud psicológica de éste, como de las situaciones externas a éste, que son las espaciales y las temporales. La obra y el espectador entablan una comunicación en base a la posición que la primera ocupa en el espacio y los movimientos físicos que el segundo se ve forzado a realizar para percibirla en las condiciones óptimas.

Todos los seres vivos nos comunicamos. La comunicación se realiza mediante un proceso de transmisión de información

entre un emisor y un receptor; es decir, nos comunicamos mediante señales. Estas señales son definidas como objetos significantes, o lo que es lo mismo, como cualquier cosa que pueda ser captada por los sentidos y que significa algo para alguien. Por la relación que mantienen con su significado, las señales son clasificadas en: indicios, cuando existe una relación natural; imágenes, cuando se conforma una relación de semejanza, y símbolos, o signos convencionales con los que existe una relación arbitraria.

Además, tenemos que al analizar el proceso comunicativo aparecen una serie de elementos que lo integran; entre ellos destacan: el emisor, en este caso la obra; el receptor, o espectador; el mensaje que se pretende transmitir -la imagen de la obra-; y el contenido del mensaje mismo. Por lo general recibimos todo tipo de mensajes a través de nuestro entorno; mensajes visuales, sonoros, táctiles, etc. Los recibimos a través del espacio físico (mensaje visual ordinario, sonoro, telegráfico...); o a través del espacio-tiempo (signos impresos, bandas magnéticas, discos, fotografías...), como ocurre en la mayor parte de las ocasiones. Puesto que el mensaje es de naturaleza espacio-temporal también podemos relacionarlo según las dimensiones espaciales. Por ejemplo, los mensajes que nos transmite una pintura, un grabado, una fotografía, se estructuran en dos dimensiones. Los mensajes de las artes plásticas del

volumen -escultura, arquitectura, cerámica,...- son mensajes utilitarios en tres dimensiones.

Al observar una obra de arte, el espectador recibe dos tipos de mensajes: uno semántico, expresable en símbolos, lógico, traducible, que determina las decisiones; y un mensaje estético que determina estados interiores, la mayor parte de las veces intraducibles. No hay mensaje que no conlleve una parte estética y otra semántica.

Por otro lado, el mensaje puede desempeñar funciones emotivas, poéticas, metalingüísticas o fáticas (52), unidas o separadamente, aunque todas las funciones parecen estar presentes en mayor o menor medida, en especial en los mensajes que transmitimos los seres humanos. Los sistemas más simples de comunicación son innatos y, en su mayoría, se limitan a transmitir mensajes afectivos (estados de ánimo, hambre, miedo, angustia, deseo de contacto sexual, etc.) y se transmiten mediante el lenguaje verbal (uso del lenguaje o idioma) y el lenguaje no verbal (vestido, exhibición de objetos, etc.). En realidad toda nuestra conducta es comunicativa y adquiere toda su relevancia dentro del marco de la sociedad.

Antiguamente, la recepción de las obras artísticas se realizaba "colectivamente". Así, cuando el espectador observaba

un relieve egipcio, un friso de un templo griego, un arco romano o una fachada de catedral gótica, todo se insertaba dentro de un contexto arquitectónico y urbano, y por tanto era observado por la colectividad. Hoy en día las obras de arte han perdido su relación con el contexto y son consideradas como objetos aislados. Este cambio comporta la alteración radical de las condiciones receptoras de la obra, que pasa de ser colectiva a individual. La recepción se ha convertido en un acto individual que requiere unas buenas condiciones de percepción en el espacio y en el tiempo.

Una obra de arte puede ser recibida de forma simultánea o bien sucesiva. La escultura, dependiendo de su tamaño, exige que el espectador realice desplazamientos sucesivos a su alrededor más o menos largos. La movilidad corporal y la distancia física son, pues, factores clave a tener en cuenta en la recepción de las obras.

La actitud adecuada o inadecuada del espectador ante la obra puede ser decisiva: se pueden detectar actitudes distraídas, ya sea por falta de interés, porque la obra no se identifica con sus ideas o con su estética, o porque sencillamente se tiene prisa y poco tiempo para contemplarla. Pero en la mayor parte de las ocasiones, la falta de receptividad es motivo de la falta de aprendizaje o educación artística que el espectador sencillamente acumula.

En cuanto a la lectura de una obra de arte, ésta es siempre difícil, aún estando preparados para ello, pues en ocasiones sólo se pueden ubicar dentro del contexto en que se han realizado sin que se capte el mensaje real que el artista intenta transmitir. Aún así, su propia plasticidad nos permite especular sobre su juego interpretativo, enriqueciendo su mensaje con nuevas lecturas.

Todos los seres vivos, también, para percibir algo, necesitan de unos estímulos. Se podría pensar que la estimulación es un proceso pasivo, y la percepción, activo. En realidad, autores como J.Gibson (53), en una obra fundamental acerca de los sentidos, ha ordenado los sistemas perceptivos de acuerdo con una jerarquía de complejidad. Este autor distingue diversos tipos de estímulos partiendo desde distintos procesos de percepción:

a) La percepción pasiva, que se impone a todos los órganos sensoriales (piel, nariz, boca, ojos, orejas) mediante estimulaciones que provienen del exterior.

b) La percepción pasiva indirecta, se produce cuando el estímulo no afecta directamente al individuo, es decir, cuando por ejemplo una persona es transportada en su vehículo, sin que sus músculos participen en el desplazamiento, si bien los ojos

son estimulados por el movimiento.

c) La percepción activa, o resultado de los movimientos corporales, toda vez que el individuo, por su actividad, trata de recibir otros mensajes.

d) La percepción activa y controlada, que constituye un estadio avanzado; además de la recepción y de la búsqueda de nuevas informaciones por medio de la percepción activa, el hombre reacciona merced a un acto motor. La contemplación, por ejemplo, de una obra de arte comportaría este tipo de percepción.

Para comprender las relaciones individuo-percepción del medio hay que distinguir estas cuatro etapas. Las informaciones recibidas pasivamente por los diferentes sentidos sólo constituyen una parte del proceso cognoscitivo; la información recibida activamente es la que completa la captación y asimilación lógica del entorno. Los sentidos no hacen más que transformar una energía en otra y es el cerebro el que tiene que reunir las informaciones para prever la fase activa. La recepción de la información y el proceso de exploración pasan de este modo por cada uno de los sentidos.

Podemos decir, para concluir, que nuestro entorno actúa como transmisor. Del transmisor al receptor (el hombre) unos

canales propagan los mensajes en el espacio físico y en el espacio-tiempo. Estos mensajes, naturales u organizados, con el desarrollo de la radio, el cine, la televisión, el vídeo, los discos, etc. -canales artificiales- han adquirido un lugar importante en la vida cotidiana. Los "media" están por todas partes; forman parte de nuestra existencia. Y el mundo de la imagen que de ellos se deriva, inunda nuestro universo perceptivo.

La escultura, imagen tridimensional de un fragmento de nuestro pensamiento, también forma parte de los media. La escultura se convierte en el canal mediante el cual el escultor propaga su mensaje en el entorno. La escultura, pues, genera entorno.

IV.2 ESPACIOS MENTALES

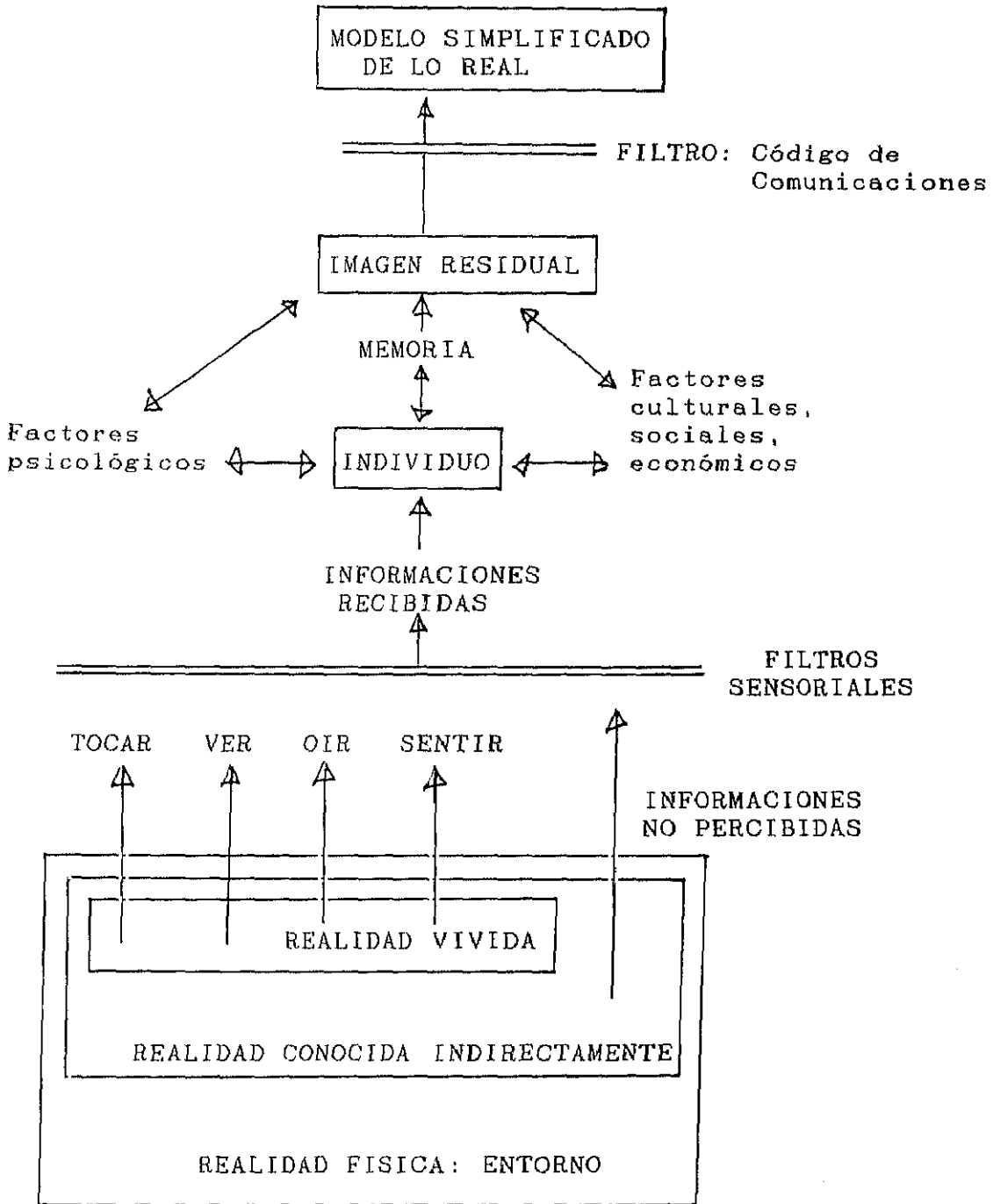
¿Qué son las imágenes mentales?. Según Arnheim y coincidiendo con la opinión más lógica al respecto, "las imágenes mentales son réplicas fieles de los objetos físicos que reemplazan" (54). En la filosofía griega, la escuela de Leucipo y Demócrito "atribuían la vista a ciertas imágenes, de la misma forma que el objeto, que fluían continuamente desde los objetos de visión al ojo". Estas "eidolas" o réplicas, tan físicas como los objetos desde los cuales se habían desprendido, permanecían en el alma como imágenes impresas en la memoria. Una persona dotada de memoria "eidética" podía, por ejemplo, confiar a su memoria un mapa de modo tal que podía leer en la imagen impresa en su cerebro el nombre de ríos o ciudades que desconocía o había olvidado. Otro ejemplo de la misma esencia surge cuando recordamos imágenes de nuestra niñez que reviven al sentir un perfume, un olor determinado o una imagen concreta, familiar en esa época. Investigadores actuales como Wilder Penfield aplicando impulsos eléctricos en sus experimentos sobre ciertas áreas del cerebro de sus pacientes y apoyándose en sus resultados, afirman que las imágenes "eidéticas" se comportan como la proyección de estímulos independientes, más bien que como los productos de una mente que discierne. Por tanto, pueden servir como material para el pensamiento, pero no como instrumento del pensamiento.

Es improbable con esto que la especie de "imagen mental" necesaria para generar pensamiento sea una réplica perfecta de alguna escena visible. Pero la memoria puede extraer las cosas de su contexto y mostrarlas aisladas. Por ejemplo, podemos imaginar una silla sin una de sus patas. Esta especie de diferencia cuantitativa entre la imagen impresa en la memoria y la real, es más fácil de concebir teóricamente. La mente puede "cortar" trozos de la imagen de la memoria dejando la imagen misma inalterada. También puede hacer collages, extrayendo imágenes parciales de su archivo memorístico y crear imágenes irreales, monstruosas o imposibles. Esto constituye el concepto más claro de la imaginación o la fantasía; un concepto que no le concede a la mente humana otra capacidad creativa que la de combinar trozos de realidad mecánicamente reproducidas pero lo suficientemente representativas para el enriquecimiento de la creatividad artística y para el desarrollo infinito de la fantasía humana.

Se podría decir que los conceptos se estructuran y adquieren forma; y el mensaje surge. De estas estructuras, o formas mentales, cuanto más estructurado está el mensaje, más inteligible es. Cuanto más redundante, más decrece su originalidad.

Este proceso mental de percepción puede tener su origen

en un esquema como éste, recogido de A.Metton (55):



A través de este esquema observamos varios tipos de estructuras: por un lado surge la estructura material, o realidad física, compuesta por objetos naturales ordenados en el espacio, que conforman "la realidad vivida" que mediante todo tipo de estímulos -físicos, sensoriales, etc.- aportan información al individuo. Por otro lado, aparece una estructura socio-cultural que comporta estímulos recibidos de la propia actuación del individuo y de sus semejantes dentro de su entorno social, cultural, ideológico, religioso y económico. Y una tercera estructura, psicológica, construída básicamente a través de informaciones no percibidas directamente, es decir, con información generada por la mente humana, basada en conclusiones producto de experiencias no obligatoriamente realizadas sino obtenidas por conclusiones lógicas. Todas estas estructuras, a su vez, conforman la memoria del individuo, motor indiscutible y generador de imágenes mentales.

Pero, como seres humanos que somos, atrapados por las redes del espacio y del tiempo, las propias imágenes mentales también son objetivo de esa trampa, aunque tal vez dependan más del espacio, de un espacio mental que intente escapar del factor tiempo. Como comenta J. de Chalendar (56), la "posibilidad de ejercer una u otra actividad al mismo tiempo que los demás, depende del espacio que nos está reservado a este efecto, y este

mismo espacio está en función del tiempo que consagramos a la propia actividad. La cronología depende, pues, estrechamente de la cronometría, y por tanto, de la imagen que tenemos del trabajo, del ocio, de la escuela y de un modo general de nuestras diferentes actividades".

Al recapacitar sobre este texto surge una pregunta; ¿no será que el propio espacio-tiempo sea realmente un espacio mental?. En el apartado II.4 clasificamos al espacio entre dos grupos generales, un espacio físico y un espacio psicológico o metafísico. ¿Es posible que el espacio físico, tan delimitado y esclarecido por tantos estudiosos, también sea un espacio mental?. Utilicemos otro concepto.

La forma que tiene el espacio afecta de manera significativa a las posibilidades de defensa que ofrece. Un área configurada irregularmente es difícil de proteger. Un área circular o cuadrada bien delimitada hace la defensa mucho más fácil, mientras que la existencia de fronteras irregulares o poco delimitadas al ser más difícil de defender, provocará conflictos territoriales con los vecinos. Toda la defensa de un territorio en general depende de la buena delimitación de sus fronteras con claras marcas visibles. Ahora bien, un espacio personal, el espacio de uso de un ser humano, es algo que se adquiere con la cultura. El efecto producido por una falta de espacio personal es

distinto según se trate de extraños o amigos -efecto burbuja-. Si nos encontramos tomando un café sentados en una mesa y se acerca un amigo, nuestro espacio personal se abre y "acepta" la visita del amigo. Si por el contrario se nos sienta al lado un desconocido sin pedir permiso, nos sentiremos violentados, al percibir que esa persona se ha introducido, ha violado, nuestro espacio personal propio.

La protección de este espacio personal depende del gesto, de la postura y de la adopción de una posición o colocación que transmita a los demás un mensaje de claro significado -el gesto referido a la actitud personal que adoptemos ante la agresión; la postura, al ademán de la persona, a su forma de estar con sus objetos personales repartidos por doquier; y la posición, al emplazamiento físico de las personas-. Uniendo este contenido con las líneas anteriores, observamos que el espacio físico inicial, al ser usado por el hombre, se convierte en un espacio personal, y por tanto metafísico. A su vez, este espacio psicológico se produce en la mente del espectador, que contempla el espacio físico en sí. El mismo se da cuenta de que ese espacio físico está "ocupado" por otro individuo. El espectador transforma así el espacio físico en una imagen mental, en un espacio psicológico; una posibilidad más de entre las diversas que adoptan las imágenes mentales: un espacio mental.

Aplicando estos conceptos al mundo de la escultura, vemos que ocurre un fenómeno semejante. Mediante nuestra acción dotamos a la obra de un espacio a su alrededor para que tenga una cierta validez ante el espectador. Conseguimos de este modo una postura y una posición que avalan su cualidad de presencia. El "gesto" lo aporta la propia escultura, plasmado en ella anteriormente por el artista.

Los espacios de la mente son posiblemente infinitos, y seguramente sea la psicología la ciencia mejor preparada para descubrirlos. Con esta particular aportación personal se ha pretendido relacionar la conexión existente entre espacio mental, producto directo de la mente del ser humano, y espacio físico real, que al ser utilizado por el hombre adquiere connotaciones mentales, introduciéndonos por tanto en un espacio personal (restringido o privado). La propia escultura, condicionada al reclamar mediante nuestra acción psíquica un espacio, se siente de este modo beneficiada, transmitiendo debidamente la imagen mental que el artista ha pretendido plasmar en su forma física.

Pero no sólo es el propio espacio -sea físico o psíquico- el único condicionante que influye en la ubicación de la escultura en un entorno adecuado; los siguientes apartados intentarán introducirnos también en las influencias restantes, en

esas interacciones que afectan a toda obra artística porque a quien realmente afectan es al espectador, a la aceptación de ésta por el espectador que como indicamos anteriormente, es el que dota de valor espiritual y espacial al objeto observado. Sin el ser humano, espectador o artista, el mundo de los objetos sería un mundo inerte; sin lógica ni fundamento. Nosotros dotamos de "vida" a los objetos y por tanto sometemos y condicionamos su propia existencia.

IV.3 MOTIVACIONES FISICAS

El ser humano, como cualquier otro ser vivo, está sometido en gran medida a las influencias del mundo que le rodea. Tiene a su disposición unos elementos sensoriales que le transmiten una información muy valiosa proveniente de su entorno. Mediante los sentidos de la vista, el tacto, el oído, el olfato y el gusto, además de las interacciones psíquicas que provocan en su mente, cada individuo recibe una información directa desde la propia Naturaleza.

Alguna de las características exclusivas del ser humano se basan en la capacidad que éste tiene de verse afectado de modo diverso y profundo por el mundo exterior y en su capacidad para transformar las impresiones recibidas en imágenes, ideas y recuerdos. Se especula sobre los efectos de la luna y de las manchas solares sobre el comportamiento humano, al igual que les ocurre a las plantas y a la calidad de las cosechas. Se sabe también que los cambios de tiempo nos afectan fácilmente; a veces nos deprimimos en días nublados u oscuros, otras, con la llegada de la primavera, nuestro cuerpo sufre un gran revulsivo -el polen, el cambio de tiempo, ...-; o que con el más mínimo cambio del clima las personas muy sensibles -los enfermos en especial- mejoran o empeoran de sus enfermedades. También hemos sentido que en días de frío tendemos a acercarnos más entre nosotros

(atracción interpersonal) o que en época de calor o de humedad tendemos a separarnos.

Podríamos decir que los numerosos cambios climáticos, mecánicos y bióticos que nos circundan son elementos muy importantes en nuestro condicionamiento. Estamos sujetos plenamente a todas las leyes naturales que rigen este planeta. Todas las especies del mismo, ya sean vegetales o animales, han acostumbrado sus vidas a las diferencias climáticas que le rodean, creando en su cuerpo un "margen de tolerancia" para asimilar determinados cambios bruscos. El grado de temperatura ambiente, de presión barométrica, de humedad y de concentración de oxígeno han sido el límite físico para la supervivencia del ser humano en casi todos los lugares de la Tierra y durante casi todo el tiempo. Los cambios producidos por la contaminación ambiental, en especial de la atmósfera y de la hidrosfera, están produciendo cambios de reestructuración en el planeta que ya nos están afectando, y que muy pronto, y sobre todo en las sociedades más cercanas a estos focos contaminados, van a ver condicionada su vida futura.

Hay pruebas de que sociedades sometidas durante muchas generaciones a los efectos directos de las condiciones climatológicas adversas, han llegado a producir alteraciones somáticas (mutaciones) en los individuos. Así, se ha podido

comprobar la existencia entre esquimales, de una cierta tendencia a la contracción de los conductos nasales y de los músculos de los párpados, alterando su forma, debido a estar expuestos a muy bajas temperaturas en el medio en que se desenvuelven. Los indios del altiplano peruano poseen una cavidad torácica extraordinariamente grande y tienen un índice de concentración de glóbulos rojos en la sangre muy superior a cualquier otro ser humano que viva en altitudes medias, como resultado de su adaptación a las condiciones propias de la falta de oxígeno en esas elevadas altitudes.

No obstante, este tipo de modificaciones, derivadas claramente del efecto del clima, tienen una interferencia débil sobre el hombre. No ocurre igual cuando los cambios climáticos prematuros -incendios, huracanes, rayos, tempestades marinas, terremotos,...- se convierten a veces en catástrofes. Estos fenómenos inesperados aterran al hombre y lo destruyen, debido a que son fenómenos imprevisibles que surgen a veces sin poder prepararse para evitarlos. De todos modos, las catástrofes son, por suerte, muy infrecuentes y lo suficientemente localizadas como para que puedan contarse entre las influencias directas que el medio natural ejerce sobre el ser humano.

Los fenómenos bióticos, referidos al mundo de la

alimentación, son también sin duda elementos que afectan directamente al hombre. Tanto el agua como la ingestión de elementos de origen orgánico han de afectarle necesariamente, en especial cuando la cantidad y la calidad de los mismos no son suficientes o resultan escasos.

Otro elemento condicionante, que no precisamente procede de la naturaleza, sino de los propios individuos, también nos afecta grandemente: el mundo artificial de los objetos. El hombre es un ser social y técnico; su posición en la naturaleza es privilegiada a causa de los entornos artificiales que puede crearse. El ser humano, organizado de diferentes maneras y utilizando diversos medios, modifica el ambiente en que habita empleando las características y propiedades de éste. Mediante el trabajo ejercemos una enorme influencia sobre nuestro entorno, pero a la vez nos vemos afectados por él.

El comportamiento del hombre que afecta al mundo físico ha de ser también de origen físico, al margen de las influencias de cualquier otro tipo que puedan entrar en juego. Los hábitos culturales aprendidos generación tras generación, ejercen una influencia sobre el comportamiento, pero sólo las características físicas de éste pueden explicar sus efectos sobre el mundo físico. Se podría decir que el comportamiento del individuo, ya sea pasajero, acumulativo o complementario respecto

a los actos de los demás, sigue siendo del propio individuo y en ejemplos muy escasos puede afectar a toda una sociedad. Así, la influencia directa del hombre sobre la naturaleza se ejerce bien a través de sus movimientos corporales -efecto mecánico- o bien por medio de ingenios o instrumentos que los amplían o modifican. El funcionamiento mecánico del cuerpo aporta una amplia gama, desde el individuo que adquiere capacidades generales muy amplias, al individuo que se especializa en algo muy concreto.

La naturaleza ejerce un directo influjo sobre el ser humano porque éste no es sino un producto más de la propia naturaleza. Así, el hombre se ve influenciado por los condicionantes que la naturaleza le impone, pero además por las exigencias naturales de su propio cuerpo.

La planta, como ser vivo que carece de movimiento, depende siempre para su supervivencia de las condiciones existentes a su alrededor. Las sustancias de que dispone para desenvolver su ciclo vital no son otras que las que existen en su propio entorno; el tipo de alimento afectará a su desarrollo y la preparará para enfrentarse a su medio. Los animales, en cambio, como seres dotados de movimiento, seleccionan los medios ambientes adecuados para sus particulares procesos vitales. Son capaces de "quemar" grandes cantidades de energía para conseguir el alimento. Su movimiento impone una serie de limitaciones

mecánicas a los modos que pueda desplegar su desarrollo somático. Su ocupación del entorno es guiada por su capacidad sensorial para reconocer los lugares, seleccionarlos y distinguirlos, moviéndose en él en relación con la obtención del alimento y con las condiciones físicas favorables para su desarrollo.

Se pueden detectar dos aspectos, muy cercanos entre sí, entre la relación que tiene una sociedad con su propio medio artificial. El primero está relacionado con la construcción y conservación de ese medio; el segundo es la contribución que aporta el medio al sustento y a la protección del individuo. Entre los seres humanos, la especialización no se determina fisiológicamente ni genéticamente como ocurre por ejemplo en el mundo de las abejas. Los individuos cambian y eligen su dedicación en función del entorno que fabrican. Y ese entorno se ve transformado de un modo mucho más impactante que el producido por cualquier otro ser vivo, debido a que gracias a la inteligencia del hombre, es capaz de utilizar y amplificar su fuerza, hasta límites insospechados, según los referenciados medios mecánicos a su disposición.

A través de la relación del hombre con su entorno físico, hemos visto que "fabrica" su propio entorno artificial.

La propia complejidad del sistema nervioso del individuo permite un elevado desarrollo de la comunicación que en contacto con otros individuos establece una integración muy compleja del comportamiento colectivo. Los seres humanos aprenden a reconocer el contenido simbólico de un conjunto determinado de estímulos y a responder al mismo mediante un canal común que colectivamente lo haga asimilable. Así comienza la cultura. Con ella ese conjunto de estímulos conforman unas señales que se hacen reconocibles perceptivamente en toda la comunidad. Se crea así un vocabulario con el que se identifican, interpretan y clasifican los fenómenos observados. Estas normas culturales traspasan a la percepción de los límites del tiempo y del espacio, haciendo posible la ordenación de la experiencia de un modo abstracto e imaginativo, pero también acumulativo. Tanto los acontecimientos pasados o futuros, servirán para ir almacenando unos datos que en su momento se darán uso de ellos.

Hemos visto que la cultura es una derivación compleja, procedente originariamente del espacio físico. Todo está íntimamente relacionado; espacio físico, espacio psíquico, y todo ello para que el ser humano llegue a construir su propio entorno; su espacio psíquico. Este entorno está lleno de objetos. El ser humano necesita estar rodeado de objetos para no sentirse posiblemente solo.

Y, lógicamente, los objetos forman parte del propio entorno artificial, pero también físico, que el hombre crea. El entorno, recordemos, también causa interacciones en el espectador. En el capítulo III vimos cómo los objetos necesitan de un espacio apropiado, y establecimos unas normas generales para una correcta interacción entre ambos. Aquí, intentando adoptar una visión más global, aplicable no a un entorno escultórico sino a uno cualquiera, estableceremos unos componentes más generales que, siguiendo la clasificación de A. Mehrabian (57) permitan al espectador comprender los interactuantes más directos en su percepción del entorno físico:

a) Color. El color es un elemento de mucha importancia para la percepción de un objeto (presencia). Por un lado, si el color es natural, es decir, intrínseco de la materia del objeto, denota su propia naturaleza -piedra, hierro, madera,...- Por otro, si la coloración es artificial -aplicada al objeto-, el objeto potencia el mensaje que ofrece al espectador. Para Mehrabian, las tonalidades más placenteras son, por orden, el azul, el verde, el violeta, el rojo y el amarillo, mientras que las más excitantes son el rojo, seguido del naranja, el amarillo, el violeta, el azul y el verde.

b) Sonido. Los tipos de sonido y su intensidad también afectan a la receptividad del espectador. Posiblemente el

poderoso y desagradable sonido del despertador tenga bastante que ver con la irritabilidad de ciertas personas al levantarse; en cambio, una música suave, lenta y familiar, tiende a bajar los niveles de excitación del individuo, aportando sensaciones de placer, despreocupación o satisfacción personal.

c) Iluminación. Si entramos en una habitación con una iluminación muy débil es probable que hablemos más suavemente. Por contra, unas luces brillantes o de gran intensidad nos incitarán a una relación menos íntima. De cara al objeto, éste transmitirá su mensaje en mayor o menor medida dependiendo de la potencia con que esté iluminado.

d) Objetos móviles. La movilidad de ciertos objetos en nuestro medio pueden hacer de éste un lugar incómodo o al contrario correcto. No es de extrañar que a veces tratemos de mover los objetos de lugar a fin de conseguir un determinado tipo de respuestas. Un escritorio puede actuar de "muro psicológico" entre profesor y alumno. Una escultura situada en un lugar que impida el paso directo del transeúnte condiciona la posible aceptación de la misma.

e) Estructura y diseño. El buen diseño de un jardín contribuirá a que la persona que lo visite se sienta a gusto paseando por él; si en su recorrido existen "interferencias" que

impidan un paseo tranquilo y desahogado -bancos, árboles, etc. en medio de sus calles- , éstas provocarán la huida o una visita demasiado rápida.

Esta clasificación nos ha de servir para recordar que aunque intentemos catalogar o diferenciar tipos de hábitats, espacios o entornos -todos extraíbles del mismo concepto- hay unos elementos comunes que los identifican a todos. Y que no es sino, por encima de todo, el espacio físico, el que motiva al ser humano, al espectador en sí, y le condiciona el desarrollo de su existencia. Es el espacio físico, a través de los filtros y canales sensoriales utilizados por el hombre, y a través de la imagen mental que conforma su memoria, el que transforma la realidad física, tal vez fría y pasiva, en espacio mental, espacio metafísico y espacio, en pocas palabras, vital; esencia y gérmen de las mayores fantasías humanas que dotan a nuestra vida de una proyección espiritual y universal, que cancela el fluir monótono de nuestra existencia.

IV.4 MOTIVACIONES ESTETICAS:
FACTORES PSIQUICOS Y SOCIOLOGICOS

Es ilimitada la variedad de lugares que observamos y en los que nos comunicamos con los demás. También es ilimitado el número de formas que nos rodean. Ambos, lugares y formas, o espacios y objetos, ejercen sobre nosotros una fuerte influencia, que nos condiciona emocionalmente y nos obliga a funcionar psíquica y sociológicamente de un modo muy particular, conformando una cultura característica para cada grupo social existente.

A. Mehrabian sostiene que reaccionamos emocionalmente a nuestro entorno y que la naturaleza de esas reacciones proviene de la excitación que el entorno nos produce en términos de sensación de bienestar, actividad, alegría y seguridad, principalmente.

Mark L. Knapp (58) por su parte, analiza los factores de percepción del entorno desde seis conceptos distintos; formalidad, calidez, privacidad, familiaridad, compulsión y distancia. Resulta interesante describirlos:

a) Percepciones de formalidad. Las costumbres sociales humanas se mueven en torno a lo formal y a lo informal. Cuanto más grande es la formalidad -la gran cantidad de información que

brinda el entorno-, también son mayores las posibilidades de que la comunicación en sí, sea más superficial, vacilante y estereotipada. Comparemos por ejemplo la diferencia entre una cena con los amigos o una cena con nuestro jefe.

b) Percepciones de calidez. El entorno que nos hace sentir una especie de calor "psicológico" nos invita a permanecer en él. Ejemplos: el tipo de decoración de una vivienda; el color de la pared de nuestra habitación; la familiaridad de las formas en un lugar desconocido.

c) Percepciones de privacidad. Un entorno restringido o privado sugieren al espectador mayor privacidad, en especial si éste es de pequeñas dimensiones. A veces los objetos del propio entorno nos amplian esa sensación de privacidad: la ropa de un armario; el retrete de una vivienda.

d) Percepciones de familiaridad. Nos encontramos siempre mejor en un entorno donde las normas y costumbres son afines a las nuestras que en un lugar donde todo nos es desconocido. En este segundo caso nos comportamos de un modo más cauto y desconfiado que en el primero.

e) Percepciones de compulsión. Se refieren a una cierta sensación de malestar o rechazo cuando sobre todo alguien nos

invade nuestro entorno sin esperarlo, como sucede con una visita inesperada en nuestra casa, molestándonos al romper el estado anímico placentero en el que nos encontrábamos. La intensidad de estas percepciones de compulsión están estrechamente relacionadas con el espacio disponible y la privacidad de ese espacio durante el tiempo que permanezcamos en un lugar determinado. Un largo viaje en automóvil es un medio menos restrictivo que un asilo para un anciano o la cárcel para un preso.

f) Percepciones de distancia. La distancia, sea física o psicológica, condiciona nuestra respuesta en el propio medio: la distancia entre nuestra casa y la de nuestros amigos, la comunicación entre dos personas que hablan distinto idioma,...

Recordemos que la percepción es una suma de imágenes parciales y no integradas y que la imagen mental no está formada sólo por elementos espaciales memorizados, sino también por símbolos. Todos estos elementos son extraídos por el hombre de su entorno. Y la percepción no es sino un proceso activo y recreativo, acumulativo de sensaciones formales, de calidez, de privacidad, de familiaridad, de compulsión y de distancia.

Entonces, ¿hasta qué punto los condicionantes impuestos por el medio explican la conducta de los individuos en una sociedad concreta y cómo su adaptación influye sobre su cultura.

sus creencias y sus valores?. La respuesta parece evidente, pues allí donde prevalece el medio físico -por ejemplo una tribu tuareg, el desierto y la carencia de agua- se producen movimientos humanos de concentración y dispersión como respuestas de adaptación al medio. En nuestro ejemplo, la carencia de agua lleva a estas tribus a mover a sus individuos y ganado a zonas donde haya pastos y agua para poder vivir, pero que a veces genera conflictos ya sea entre ellos, por esa vital carencia, o entre tribus que se acerquen al mismo lugar, huyendo del hambre, la sed y la miseria. Para evitar los conflictos, estas sociedades crean unos mecanismos culturales, mediante reglas, normas, derechos adquiridos, pagos de tributos, etc., que posibilitan la convivencia. También las fiestas populares, celebradas en momentos distintos, tienden a entablar lazos de amistad entre los individuos. Así, mediante la utilización colectiva de una serie de elementos afines, se va conformando la cultura de un pueblo: sus ritos, sus fiestas, su religión y sus creencias; en pocas palabras, sus costumbres, y consiguientemente su faceta estética: su arte.

Podemos llegar a la misma conclusión partiendo del carácter inseparable de la actividad motora del hombre -siendo la mano su principal herramienta- y de su actividad verbal. No existe una sola acción humana que pudiera independizarse de la

unión de estos dos conceptos y especialmente desde que el hombre se hace sedentario y por tanto más social. Antiguamente podía predominar tal vez más lo físico que lo mental, pues la supervivencia dependía muchas veces de la fuerza física y mecánica del individuo para conseguir alimentos y evadir el peligro, pero con la asociación de individuos y la creación de ciudades la duda se despeja. Es el paso a la ciudad lo que marca el cambio más hondo en el comportamiento equilibrado entre lo psíquico y lo físico. El medio urbano asegura así la supervivencia entre diferentes categorías de individuos, en función de su actividad social. De este modo se independizan y especializan en profesiones distintas: artesanos, soldados, religiosos, mercaderes, políticos, etc. Unos hacen más uso de su actividad manual y otros de la verbal, pero todos fundamentan la variedad social; la propia sociedad es la primera beneficiaria de las aptitudes de los individuos.

Luis Racionero nos ofrece unos concisos argumentos, extractos de textos taoístas, para intuir el carácter de las motivaciones estéticas (59). Dicen así: "La comunión por simpatía de las mentes es necesaria para apreciar el arte y se debe basar en concesiones mútuas. El espectador debe activar la actitud apropiada para recibir un mensaje, del mismo modo que el artista debe saber cómo impartirlo"... "Para una persona sensible a lo artístico, una obra maestra se convierte en una realidad hacia la

que nos sentimos atraídos por lazos de camaradería. Los maestros son inmortales porque sus amores y temores viven en nosotros una y otra vez. Lo que nos atrae es más el alma que la mano, el hombre que la técnica; cuanto más humana es la llamada, más profunda es la respuesta".

Para quien hace arte, éste tiene valor si le dice algo a uno mismo. La motivación estética es producto de la cultura y dependiendo del grado de interés o de aprendizaje con que se amplíe esa motivación así afectará al individuo. A mayor preparación mayor dominio. Tal vez por esto existan dos tipos de artistas, el artista creador que en base a su sensibilidad y aprendizaje estético realiza obras de arte, y el artista receptor o espectador, que en base también a estos dos factores sepa valorar y comprender la obra de arte. La doble naturaleza del arte, colectiva y personal, tiene unas connotaciones culturales tan evidentes que sería difícil separar de él su naturaleza estética, común para artista y espectador.

M. Schuster y H. Beisl (60) nos hacen una aportación más al respecto: "Cuanto más se detenga el espectador, al contemplar una obra de arte cuyo contenido conoce, más información estética le aportará esa obra. Se puede tener conocimiento de una obra artística y conservarla en la memoria". Estos mismos autores apuntan que según Freud, el niño, durante su

primer año de vida, aprende a acomodar sus deseos de acuerdo a las exigencias del entorno y controla las tendencias del Ello - instancia psíquica que exige la satisfacción directa- al servicio de una relación más eficaz con dicho entorno. Existen dos grandes tipos de impulsos: los sexuales -en el sentido más amplio- y los impulsos agresivos -destructivos-. Freud opinaba que los deseos sexuales eran los auténticos resortes de toda conducta; en los sueños, en los chistes y actos fallidos, aparecen con frecuencia las raíces inconscientes de lo sexual. El hombre dispone fundamentalmente de tres posibilidades para desviar los impulsos a cuya satisfacción directa ha tenido que renunciar, ante las exigencias de la comunidad cultural:

1. La ciencia, porque ayuda a contestar preguntas, superando nuestras limitaciones.

2. La religión, porque desvía la libido sustituyéndola por el amor hacia toda la humanidad y, al mismo tiempo, valora poco la vida terrena.

3. El arte, que posibilita al hombre la satisfacción de impulsos en el ámbito de la fantasía.

Así, en el proceso artístico, la energía "pulsional" se transmite a través de la obra. Esta refleja el interior del

artista. En la obra se transmite de algún modo su personalidad y su vida psíquica; los conflictos personales, los deseos insatisfechos que suelen conducir a una determinada representación: las imágenes mentales acumuladas en el subconsciente toman la forma de símbolos personales que el artista plasma en su obra a través de nuevas imágenes adaptadas al significado concreto que él mismo se ha dado. De este modo el símbolo sustituye al contenido original que le "camufla".

Si el espectador es capaz de conocer el contenido de los símbolos que el artista utiliza, le permitirá "leer" sin ningún problema el significado de la obra.

El color, el sonido, la materia, combinados y unidos al campo semántico, integran el significado y los efectos del símbolo; significados que pueden valorarse con conceptos del estilo de activo o pasivo, blando o duro, constructivo o agresivo, impactante o suave, etc.

Otro factor psíquico es el arquetipo o imagen ancestral de la humanidad, que aparece reflejada a través de la cultura mediante el mundo de los sueños. Los arquetipos resultan inicialmente ininteligibles. No son imágenes heredadas, sino más bien transformaciones pensadas de la propia imagen antigua e idealizada que nos llega a través del tiempo por la vía de la

tradición y de la cultura. Son comparables a los cuentos y leyendas, donde el héroe -ejemplo claro de arquetipo- es representado con multitud de imágenes, representando igualmente multitud de ideas: conceptos de nacimiento, de renacimiento, de sexualidad, maternidad, muerte, etc. Así se representan "héroes" del estilo de Marte, Zeus, Hércules, como representativos de la fuerza y el poder, a religiosos como Cristo, Buda, etc. A través de este tipo de representaciones, el artista ve reflejado su propio destino y de algún modo la línea a seguir en su desarrollo personal.

¿Por qué le gusta a una persona una determinada obra de arte?. La personalidad del espectador es, para ello, una característica decisiva. Las preferencias estéticas del individuo giran en torno a la proyección de su propia personalidad. Autores como Beisl y Schuster, apoyados en las ideas de Jung, relacionan la contemplación por parte del espectador, así como la creación por parte del artista, con la extroversión o introversión de un individuo. El ser extrovertido, dicen, cuya vida psíquica discurre hacia lo extremo de su ser, hacia el mundo de los objetos y las relaciones objetuales, o el individuo introvertido, con características contrapuestas al anterior, son comparables a la abstracción como el mecanismo de la introversión, y a lo concreto y figurado con la extroversión. En general, el introvertido busca protección ante un mundo cambiante y caótico,

reduciendo sus experiencias a fórmulas y conceptos para intentar paliar sus efectos. El extrovertido se complace a sí mismo en el objeto: es un tipo comunicativo, orientado hacia el mundo exterior real. El introvertido reflexiona sobre la impresión que recibe del objeto, tiende a la represión de sus sentimientos y al dominio e interés por su vida interior. Ambas funciones de la energía psíquica, introversión y extroversión, son necesarias para la percepción del objeto. La acentuación unilateral de una de ellas conducen, dependiendo de su intensidad, a la degeneración del individuo.

IV.4.1 LA CONFIGURACION CULTURAL Y ESTETICA
DE UN PAIS

Se podría decir que la cultura es el compendio de actividades que realiza el ser humano. Estas actividades, compendio de modos de vida, costumbres, conocimientos, etc. son el resultado de un conjunto de informaciones acumuladas a través del tiempo y del espacio, que han dirigido, ordenado y enriquecido las actitudes y aptitudes de un determinado número de individuos, hasta llegar a unos grados de desarrollo artístico, científico, etc. que han caracterizado a ese determinado grupo social.

La cultura es acumulativa. Conforma la experiencia humana como si de un gran almacén se tratase, guardando símbolos que preservan el significado y la relación, convirtiéndolos en formas abstractas y fácilmente transmisibles. El lenguaje, variante cultural, en su sentido más amplio, es un gran almacén de categorías culturales que guardan el significado de pasadas experiencias humanas dentro de unos símbolos convencionales fácilmente utilizables. El comportamiento simbólico proporciona un medio de equiparar los conocimientos y de organizar las conductas de muchos seres humanos, formándose así grupos sociales.

Las culturas difieren entre sí. Dependiendo de los estímulos que reciban del exterior, los individuos reunirán un

tipo de comunicaciones traducibles a su vez en una simbología muy específica de ese grupo social. De este modo el comportamiento de los seres humanos adoptará formas particulares para cada grupo cultural. Compartir de la misma cultura, ocupar un mismo entorno físico y participar en la misma sociedad conducen a una similitud de comportamientos entre los individuos.

El arte es una manifestación simbólica de la cultura. Comporta originariamente una profunda observación del entorno físico, traducida en información y en imagen mental por el artista que elaborada por su mente de modo atemporal es sintetizada manualmente y devuelta físicamente de nuevo con la forma de un objeto.

De algún modo la cultura estética viene dirigida por la cultura "globalizadora" del país. Si, como decíamos antes, las culturas difieren entre sí en base a los condicionantes propios de su entorno, del mismo modo la cultura estética de un país será distinta a la de otro debido principalmente a las diferencias sociales, religiosas, económicas, etc. que distinguen y definen a unas sociedades de otras. Actualmente, debido a la libre información que traspasa las fronteras políticas de los países, es posible acceder a un tipo de intercambio estético que a veces se traduce en un "repetir" de la estética vigente que marca el

país "puntero" en esta disciplina. La relación de afinidad es producida por la familiaridad en las costumbres sociales, económicas y de algún modo políticas, que relacionan a los diferentes países que conforman este contexto.

IV.4.2 FACTORES SOCIOPOLITICOS Y ECONOMICOS
QUE INFLUYEN EN LA CREACION ARTISTICA
Y EN SU PROYECCION HACIA EL ESPECTADOR.
SU ACEPTACION.

Es muy probable que en uno u otro momento de la existencia del ser humano, éste, desde tiempos inmemoriales, se haya visto implicado en alguna forma de intercambio. Entre los grupos sociales prehistóricos ya debió de existir algún tipo de especialización entre sus individuos; aunque de algún modo todos fueran autosuficientes y plenamente aptos para desarrollar cualquier función, algunos serían más expertos en cazar que otros, estos en pintar y tallar, aquellos en fabricar herramientas, etc. En otros casos, habría que recorrer mucha distancia para conseguir lo que en su territorio no pudieran encontrar o fabricar. De la comparación entre la calidad de los objetos acabados, o la falta de materia para fabricarlos, además de la adquisición de los nunca vistos, surgiría el proceso de intercambio.

Estas actividades relacionadas con la supervivencia, obligaron a unos individuos a intercambiar bienes de uso y de consumo con otros. Existía un intercambio necesario entre productos perecederos, tales como los alimentos, y otro intercambio, más facultativo, para la obtención de productos duraderos, llámenseles herramientas, armas, motivos decorativos (joyas), objetos de uso mobiliario o hasta incluso refugio permanente.

Con el paso del tiempo, las sociedades van depurando sus formas de trueque y algunos pueblos orientan casi exclusivamente su modo de vida al comercio y al intercambio - fenicios y pueblos afines-. Así los pueblos que fueron disponiendo de máquinas, o que tuvieron muchos individuos especializados en trabajos distintos, produjeron mayores cantidades de productos, obteniendo con ello beneficios más amplios.

El arte forma parte innata de la actividad humana y sigue sus ritmos económicos. Aún habiendo carencia o exceso de alimento, el arte ha existido siempre en todas las culturas, épocas y lugares. Pero también es verdad que un arte más refinado y de mayor producción ha existido en épocas más opulentas. Cualquier civilización nos lo demuestra. Pero es indudablemente ahora, en nuestro siglo XX, cuando más se siente el efecto económico en la cultura de un país. Un país rico tendrá muchos más medios económicos -traducibles en mejores museos, mayores colecciones privadas, mayor número de exposiciones, etc.- que uno pobre, y por consiguiente, el dinero que emplearía el segundo para dar de comer a sus individuos, en el país rico el mundo de la galería, de la exposición y de la compra-venta de obras de arte funcionaría a pleno rendimiento.

Una economía regula la circulación de bienes y servicios, materializándose los medios necesarios para ello en el sistema de comunicaciones y transportes del país. El carácter de la organización económica, por tanto, tiende a reflejarse en los aspectos materiales del medio ambiente creado por el hombre. Cuando no existe intercambio, no existe una producción muy especializada y los artículos de consumo se hacen para servir a una clase consumidora general. Las rutas de circulación, en tal caso, apenas se desarrollan y no existen prácticamente lugares especialmente dedicados a la manufactura o a la prestación de servicios, excepto, claro está, los destinados a la actividad política.

Un sistema económico típico actual descansa sobre el intercambio de artículos realizados por los productores agricultores y los productores de servicios -industria preferentemente-. Cada "unidad de producción" o empresa hace uso de las materias primas que tiene a su disposición y las transforma en bienes de consumo aptos para el uso del consumidor. Un taller artesanal por ejemplo, es la empresa modelo de este tipo de economía. En él se realizan todas las actividades necesarias para la producción del artículo y hasta a veces la de su venta -ejemplo extensible al taller de escultor-. El trabajo lo realizan artesanos y artífices muy cualificados, utilizando herramientas y maquinaria sencillas que a veces ellos mismos se

fabrican. Estas pequeñas empresas aparecen constituidas en "gremios" que sirven de protección a sus intereses económicos. En ciudades como Fez, en Marruecos, se observa este tipo de actividad en cada especialización concreta; el cuero, el metal, la madera, los tejidos, etc. Las materias primas se adquieren mediante el convenio con los explotadores de los recursos naturales.

Esta economía típica, muy extendida en todo el mundo y hasta incluso todavía vigente en los países muy industrializados, requiere la existencia de ciertas condiciones sociales. Para poder desarrollarse, ha de existir una paz que permita que las personas y los bienes se muevan libremente y con seguridad. El comercio florece dentro de un territorio donde sus gobernantes mantienen la ley y el orden público. También, se ve ampliado con la explotación o el descubrimiento de nuevas tierras -América y los españoles-. El campo de comercio favorece de este modo mejores condiciones para el desarrollo económico del país.

Otra condición, es la de que exista el cambio libre, garantizado por un estamento público mediante los sistemas de pesas y medidas vigentes, y en especial la garantía de una moneda circulante seria; además de la fiabilidad de contratos y operaciones que aseguren un futuro pago de la deuda económica contraída.

Es decir, el intercambio existente bajo una economía estable requiere no sólo unos medios físicos fiables - transportes, comunicaciones, etc.- sino que además los poderes políticos garanticen la seguridad para ese intercambio. Así florece un país.

La economía "aireada" genera dinero. Si en la época de Ramsés II el poderío militar y económico que alcanzó Egipto se tradujo en inmensos templos y magníficas obras de arte, en la época clásica griega con Alejandro Magno o en la Roma Imperial de Julio César, la situación se repetía. No aumentaba únicamente la producción de objetos decorativos y personales -piezas de joyería, orfebrería, esmaltes, vestido, etc.- sino que también florecían las artes llamadas mayores: escultura, arquitectura, pintura. Esto no niega que en épocas de crisis la producción decreciera y se remitiera a encargos más concretos y particulares.

Podríamos decir que actualmente, en época de crisis, la producción de obras de arte posiblemente casi no se haya visto frenada, aunque sí la venta de éstas. La amplia gama de materiales de bajo coste, utilizados en la creación artística, o de materiales reciclados también de uso para estas actividades, son muy posiblemente los elementos que han mantenido la

continuidad en la producción artística actual.

No obstante, nuestro entorno artificial está constituido por el poder -el poder de la tecnocracia estatal, de los técnicos privados conectados al poder, o de individuos no capacitados que actúan al servicio de la ideología o del poderío económico dominante-, aún sabiendo que los auténticos protagonistas de la vida en ese entorno, los ciudadanos, no son precisamente los que están en el poder. Y el arte como tal también sufre las directrices de ese poder, en especial en la ciudad.

La ciudad es el marco de las instituciones sociales en el que se da una confrontación entre la sociedad, la historia y la ideología. Una plaza, un monumento o un edificio público, como dice Javier Maderuelo (61) son no sólo el vocabulario estético y arquitectónico de la ciudad, sino también los signos de la ideología dominante cargados de connotaciones y valores. Un ejemplo de ello lo encontramos a lo largo de nuestro ya habitual recorrido histórico; grandes estatuas en los templos de los faraones, vías romanas y arcos de triunfo, castillos y fortalezas medievales, etc., pero también observable en la actualidad en cualquier ciudad. Inevitablemente, en nuestro agresivo pero añorado Madrid, observamos este caso en La Castellana, o más concretamente en esa gran vía radial que corta

a nuestra ciudad en dos, vía neorromana que está constituida por los tramos del Paseo del Prado, el de Recoletos y la propia Castellana. Esta gran avenida es el escaparate de nuestra villa y corte. Desde su creación en el siglo pasado, esta arteria principal de la vida y funcionamiento de nuestra ciudad fue elegida por la aristocracia para erigir sus residencias. Se concibieron fuentes, árboles y adoquinado para embellecer su espacio. Después se ubicaron estatuas en sus plazas junto con museos y una estación de ferrocarril. Más tarde, serían Ministerios públicos, grandes bancos, otra estación de ferrocarril y, más actualmente, grandes empresas multinacionales las que afianzan su ubicación sobre ella. Los símbolos de poder y, en menor medida, los culturales, se hacían evidentes.

Los mejores conjuntos escultóricos también están allí: La Cibéles, Neptuno, Emilio Castelar, Colón y la Plaza del Descubrimiento; recordando a grandes mitos, descubridores o políticos. Todos; la estación del Mediodía con su portentoso AVE, imagen emblema de la tecnología y del futuro que pretende alcanzar el país, o el gran hospital de La Paz, o la novísima Puerta de Europa con sus desafiantes torres inclinadas, son testimonio del poder que "convive" en nuestra ciudad con sus ciudadanos, aportando claramente sus directrices estéticas en cada época, y más actualmente, y sobre todo a nivel arquitectónico, con el complejo Azca y las torres Kío.

Es evidente que existen condicionantes claramente políticos y económicos para llegar a realizar un arte público ubicado o no en la calle, supuestamente pública, pero realmente también propiedad del poder político. Esto no quita para que al margen de estos fuertes impedimentos no existan artistas que realicen un tipo de obra ligada a su propia capacidad ideológica, aunque para llegar a ofrecerla tengan que recurrir a espacios marginales no protegidos por los poderes establecidos, pero que a la larga -y de ahí la ironía del destino- caen dentro de las redes institucionales cuando esos movimientos se hacen lo suficientemente "interesantes" -por cuestiones de moda e imagen exterior- como para institucionalizarlos; así ocurrió con algunos movimientos marginales de los años sesenta, como neo-dadaístas, Pop Art, Fluxus, ..., o grupos más generales que criticaban al sistema artístico desde dentro. Estos y muchos otros que originariamente crearon vanguardia, fueron después absorbidos inteligentemente por el poder institucional de modo que fueron absorbidos y convertidos en movimientos estéticos aceptados, asimilados y utilizados como nuevos canales institucionales. No se sabe con certeza si el poder asimila el arte concienzudamente como aprendizaje, o lo hace miméticamente, sin conciencia. Algunos apostamos claramente por lo segundo.

De cara al espectador, éste es únicamente el receptor de las obras de arte, que de modo estatal o institucional -público

o privado- le ofrezcan. Es difícil que el espectador, por lo general, busque o exija un tipo de corriente estética muy distinta a las ofrecidas por los poderes establecidos, pues por lógica, si exigiera algo novedoso, estaría más dentro de la categoría del artista creador, que de lo que representa él mismo como observador.

IV.4.3 INFLUENCIAS DE MODAS Y CORRIENTES
ARTISTICAS. LA DESPERSONALIZACION
ARTISTICO-CULTURAL DE UN PAIS:
HOMOGENEIZACION Y PERDIDA DE
IDENTIDAD.

El término moda, proveniente del latín "modus", indica, en un significado más amplio, un mecanismo regulador de elecciones, realizadas en función de unos criterios de gusto o de determinados caprichos. La moda tiene la característica de aparecer con un carácter transitorio y abarcar un amplio campo, desde el artístico y el literario, hasta el de las costumbres, así como el del juego o el del vestido.

La moda se difunde entre un amplio espectro social: desde las clases acomodadas hasta las más bajas. Su principal característica es introducir la semejanza entre clases medias y bajas para poder conseguir a través de una imitación competitiva los objetos que únicamente están al alcance de las clases altas. La moda expresa el espíritu del tiempo actuando como escaparate de los cambios sociales, políticos, económicos y culturales de la sociedad. Su éxito depende precisamente de saber captar los cambios y de sincronizar con ellos. Según Niccola Squicciarino (62), las promesas políticas y sociológicas del mito de la igualdad actualmente se dirigen hacia la felicidad, la cual se concibe como un bienestar que se puede establecer de forma visible a partir de una serie de objetos y signos. Así, el trato elitista que recibía la moda en épocas anteriores, se convierte en una democratización de los procesos económicos a través de la

llamada sociedad de consumo, extendiéndose por igual a todas las capas sociales.

En esta sociedad del derroche y la abundancia, el consumo de los productos, y sobre todo el de los productos de lujo, al no estar en función de su uso y de su posible duración, aparecen marcados por la fragilidad y por lo efímero, al estar concebidos para una vida breve. Para este fin, intervienen el consumo de imágenes publicitarias hasta el punto de que el individuo, asumiendo este inconsciente papel, se presenta a la comunidad como una imagen viviente más, es decir, como si su imagen tuviera un papel activo en la ficticia sociedad que le rodea. La personalidad parece consistir exclusivamente en la propia imagen reflejada en los ojos de los demás, como si de un espectáculo se tratase. Squicciarino nos comenta que "ninguna manifestación del comportamiento humano consigue evitar la invasión del espectáculo, ni siquiera la política, que de esta forma corre el riesgo de ser fabricada y eclipsada por las imágenes que difunden el poder". Algo parecido parece ocurrir en el mundo del arte.

Para Margarita Riviére (63), la afición a la cultura y a las obras de arte de los grandes mecenas dio pie a que el ciudadano corriente intentara imitar a estos señores del dinero asistiendo, dentro de sus posibilidades, a contentarse con

visitar, formando grandes colas, museos, teatros y óperas, convirtiéndose la cultura en espectáculo.

Este tipo de comportamiento, equiparable a la dualidad moda-dinero, puede abocar al ser humano a un callejón sin salida. Según la óptica consumista, moda y dinero aportan seguridad y con ellas surge un nuevo concepto de libertad; un objetivo contemplado como riqueza total, como consumo de todo tipo de productos libremente, sin fronteras, como la felicidad del derroche aportando un ideal igualitario: la igualdad ante el lujo, ante el derroche, ante la copia de la obra de arte y de cualquier otro producto.

La moda confirma también el gusto oficial, lo igual, lo repetitivo, llegando hasta el punto de que el propio individuo pierde su libertad real -casos como el hasta hace poco reciente en China con respecto a la vestimenta: todo el mundo vestía igual-. En el mundo del arte, hace sólo cuarenta años, el arte de vanguardia estaba libre de estereotipos; era lo que se escapaba de la norma. Pero en un momento determinado el arte es utilizado: cuando Andy Warhol alcanza la cumbre del éxito, comienza a surgir una demanda de su arte que se convierte en moda. Por otro lado, la propia moda hace que un tipo de artistas se amolden a los gustos sociales y transformen su tipo de obra -si es que realmente la tienen- en mera copia de "lo que se lleva", es

decir, de la moda.

Algo parecido llega a ocurrir en conjunto con el arte de un país. Cuando la moda es New York y está de moda ir allí, captar sus aportaciones estéticas, traerlas a tu país de origen y comenzar alocadamente a "realizar arte", esto es moda. Pero esta moda insincera conlleva un peligro mayor; cuando los propios estamentos públicos, los poderes institucionales -públicos o privados- aceptan este arte como único, concienzuda y discriminatoriamente están castigando al arte autóctono, al artista que siente de un modo distinto lo que la moda impone, y consiguientemente se corre el riesgo de despersonalizar al arte del país. No hay que confundir términos; hay que diferenciar claramente entre captar, asimilar, o aprender de corrientes artísticas externas -pues supone una fuente de conocimientos y enriquecimiento estético indiscutible, tanto para el artista como para el espectador-, con copiar, mimetizar o amanerar la corriente estética captada. Todo está en función de la integridad del artista.

Un punto a tener en cuenta dentro del anterior comentario está en el tipo de influencias que también recibe el artista desde su entorno social, a la hora de realizar una obra para satisfacerse o para satisfacer a los demás; si trabaja para complacer sus deseos o para adaptarlos a lo que el mercado

pide. Los dos comportamientos existen y desde luego el segundo es moda.

Tanto el artista, como marchantes, críticos y galeristas, son los más directos implicados en la despersonalización artística de un país. John Taylor (64) va aún más lejos, asegurando que los coleccionistas de arte compran lo que se les ofrece, previamente establecidos unos precios por individuos ajenos al propio arte (no artistas), que "consolidan" reputaciones artísticas y que hasta incluso dan normas para "dirigir" la creación de la obra. De nuevo surge la apariencia: la obra de arte al igual que ocurre con un vestido, posibilita el exhibir un status determinado. El arte se convierte así en una doble inversión: inversión en imagen y crédito social e inversión, contemplada desde el aspecto claro de negocio. Además, "el coleccionista que comprara obras de algún artista joven antes de que fuera descubierto por los demás, podrá tener un sonado éxito financiero. Comprar artistas nuevos es como saber invertir en bolsa", escribe Taylor.

Podemos hablar también de otro tipo de influencias que afectan a la creación artística: los medios de comunicación de masas: los media. A través de la televisión, la radio, los periódicos, las revistas, etc., el espectador está acostumbrado a recibir unas imágenes muy concisas de determinados temas. En

especial, el mundo del consumo se mueve en torno al bombardeo publicitario que sufrimos. El individuo conforma así una cultura manipulada de la que es difícil escapar; le obliga a concebir un gusto generalizado que por lo general es falso. Las imágenes del detergente más blanco, del vehículo mejor y de la comida más "light", todas ellas aderezadas con la hermosísima chica de turno, establece en nuestras mentes unos estereotipos ambiguos que condicionan nuestro comportamiento. Y el artista esto lo sabe. Por eso muchos de ellos se "adaptan" al gusto establecido y crean arte con el que se identifica la masa. Quienes más manipulan este concepto son los diseñadores: ellos saben verdaderamente lo que se va a vender. La producción en masa determina la experiencia colectiva. Comprar y vender, como bien indica Margarita Riviére, es el nuevo hecho artístico. Parece ser que compradores y vendedores son también los nuevos artistas.

Puede que el exceso de moda nos lleve algún día a la impotencia creativa si no llegamos a dominar a los media. La moda se devoraría a sí misma, acelerando su proceso por esa propia superficialidad. Esta moda que potencia una falsa pluralidad cuya consecuencia directa es establecer líderes y modelos universales, prototipos de la belleza -la falsa belleza- definidos por el triúnfo económico, caracterizada realmente por lo superficial, lo espectacular, lo falso, lo banal, es la que nos arrastrará, si no ponemos los medios adecuados, con su caída.

Pero en general, el ser humano es de costumbres mecánicas. Nos surge la duda de que tal vez únicamente una nueva moda sea la que nos libere de la anterior. En realidad, si esto ocurriera, sería muy triste. El ser humano a lo largo de toda su existencia ha ido conquistando una serie de adelantos, de avances científicos, técnicos y supuestamente mentales que, en potencia, le habrían permitido liberarse de los grandes males que aún nos dominan: hambres, enfermedades, guerras, envidias, etc., traducidos en insolidaridad, injusticias y racismo. Parece como si ese supuesto movimiento ascendente de superación que lógicamente debieramos haber llevado, se hubiera traducido en lo contrario.

A veces, volvemos la vista hacia culturas o países que creemos están más liberados de las ataduras consumistas y banales que nos inmovilizan, pero nos damos cuenta de que también ellos nos miran a nosotros, reprochándose su despreciada y mísera situación y queriendo parecerse al "hombre civilizado" de una sociedad civilizada y consumista. ¡Qué desilusión!, cuando descubren la realidad. Los tentáculos de la moda y del consumo a través de los medios de comunicación también han llegado hasta ellos.

Parecía que los miedos tradicionales, los tabúes y las restricciones morales que eran las que nos condicionaban, iban a

desaparecer con los media; pero estos emiten informaciones tan contradictorias, ética y estéticamente, que realmente estamos más confundidos todavía. Tal vez la solución a nuestros males esté en volver a ser nosotros mismos, a conocer nuestra naturaleza humana; da igual que sea natural o divina. Y el arte posiblemente sea uno de esos medios. Su capacidad liberalizadora se demuestra ante nosotros mismos; ante el artista y ante el espectador. Pero hablamos del arte auténtico, del sincero; no del que está de moda.

Para llegar a este tipo de arte posiblemente tengamos que liberarnos primeramente de algo muy extendido en nuestro tiempo: lo kitsch. El kitsch es el autoengaño; y el iluso, un ejemplar humano que enlazaría lo cursi con lo kitsch y con lo camp sin fundamento. Estas tres palabras, reino de la mentalidad pequeño burguesa, de los del "quiero y no puedo, pero podré como sea" es contra lo que hay que actuar.

Mientras el arte esté sometido a la política y a la moda, seguirá existiendo lo kitsch. Arte y política son incompatibles, como también lo es arte y moda. Cuando el arte se independice de todos los condicionantes que le afectan, entonces se convertirá en lo que buscamos; en nosotros mismos.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS:

- (52) Pedro Montaner y Rafael Moyano. ¿COMO NOS COMUNICAMOS?. Del gesto a la telemática. Ed. Alianza,. Madrid. 1989. Pag. 68.
- (53) James Gibson. THE SENSES CONSIDERED AS PERCEPTUAL SYSTEMS. Houghton Mifflin. Boston. 1966 (Citado por Antoine S. Bailly; La percepción del Espacio Urbano. Instituto de Estudios de Administración Local. Madrid. 1979. Pag. 66).
- (54) Rudolf Arnheim. EL PENSAMIENTO VISUAL. Ed. Eudeba. Buenos Aires. 1985. 4 edic. Pag. 48.
- (55) A. Metton. L'ESPACE PERÇU: DIVERSITE DES APPROCHES. L'Espace Geographique, n.3. Paris. 1974. (Citado por Antoine S. Bailly; La percepción del Espacio Urbano. Instituto de Estudios de Administración Local. Madrid. 1979. Pag. 43).
- (56) Jacques de Chalendar. LA PLANIFICACION DEL TIEMPO. Instituto de Estudios de Administración Local. Madrid. 1973. Pag. 46.
- (57) A. Mehrabian. PUBLIC PLACES AND PRIVATES SPACES. Basic Books. New York. 1976. Pag. 90.
- (58) Mark L. Knapp. LA COMUNICACION NO VERBAL. El Cuerpo y el Entorno. Ed. Paidós Ibérica. Barcelona. 1988. 2 reimp.
- (59) Luis Racionero. TEXTOS DE ESTETICA TAOISTA. Ed. Alianza. Madrid. 1983. Pag. 234.
- (60) Martin Schuster. Horst Beisl. PSICOLOGIA DEL ARTE. Ed. Blume. Barcelona. 1982. Pag. 49.
- (61) Javier Maderuelo. EL ESPACIO RAPTADO. Mondadori España S.A. Madrid. 1990. Pag. 156.
- (62) Nicola Squicciarino. EL VESTIDO HABLA. Ed. Cátedra. Madrid. 1990. Pag. 164.
- (63) Margarita Riviére. LO CURSI Y EL PODER DE LA MODA. Ed. Espasa Calpe. Madrid. 1992. Pag. 68.

(64) John Taylor. EL CIRCO DE LA AMBICION. Ed. Anagrama.
Barcelona, 1989.

CONCLUSION

"Lo que ha de hacerse, debe aprenderse
haciendo".

COMENIUS (Didáctica Magna)

Siempre se ha teorizado mucho respecto al espacio como uno de los elementos condicionantes en cualquier representación estética. Los primeros artistas del género humano creaban obras de arte atendiendo a sus motivaciones estéticas; tal vez no teorizaron sobre la necesidad de un tipo de espacio para representar sus creaciones plásticas, pero muy posiblemente lo intuyeran, pues el espacio y ellos formaban parte del Universo.

Los antiguos pensadores y filósofos, entre los que se encontraban los más grandes, Platón y Aristóteles, sí que teorizaron al respecto. Y ofrecieron una visión metafísica que básicamente es la que hasta ahora ha pervivido.

Con el paso de los siglos, el ser humano ha ido desarrollando su intelecto y se ha permitido estudiar, conformar teorías, y llevarlas a la práctica; todo, con el fin de darse respuestas a tantas preguntas acumuladas sobre su existencia y el origen de su existencia. Y cada uno, a su manera, ha intentado especular soluciones aportando el fruto de sus propios experimentos.

Unos tras otros, los aprendices tras de sus maestros, probamos nuevos intentos, estableciendo unas coordenadas de

conducta que orienten y encaucen nuestro camino, unas veces encontrado y otras veces elegido. Aún así, al margen de nuestra mayor o menor profesionalización dentro de la sociedad que conforma nuestra cultura, hemos de ser conscientes de nuestras limitaciones y aceptar nuestros errores humanos. Y, asumiendo esta constante, sin pretender hacer de la acción una devoción, he intentado descubrir e instruirme con las respuestas encerradas en los capítulos de este modesto trabajo, que el espacio es algo más que un simple concepto; que es, junto con el tiempo, la vida misma: nuestra propia existencia.

Pero el espacio no es de uso exclusivo para el ser humano. De él disfrutan tanto los seres animados como los inanimados de este planeta, pero sobre todo los seres tridimensionales. A los bidimensionales les falta parte de su esencia, por eso tienen que buscarle; tienen que maquillarse para que visualmente percibamos el espacio ficticio gráficamente representado. Pero en el mundo de los objetos tridimensionales el espacio está innato. Forma y espacio son dos elementos interrelacionados y dependientes. Sin uno no existiría el otro. Y por supuesto, la escultura, como ejemplo integrante del mundo de los objetos, también conlleva su espacio inherente.

"El Entorno Escultórico, Fundamentos y Apreciaciones", ha servido como excusa para indagar más en el campo espacial de

la escultura, y para comprobar que todos los tipos de espacios reseñados, aportados o intuitivos, conforman el mismo concepto. Espacios físicos o psíquicos, abiertos o cerrados, públicos, restringidos o privados, están diferenciados por el hombre desde el momento en que éste los dota de unas características muy peculiares que los transforma en unos u otros. Pero todos parten del espacio físico, ya sea natural, o construido por el hombre, cuyo origen a su vez parte del Universo; de lo Metafísico. Mientras no encontremos la respuesta a la gran pregunta de qué es realmente el Universo, los dos conceptos, espacio físico y espacio metafísico, girarán siempre uno en torno al otro. De momento, esta pregunta seguirá estando pendiente de responder.

Pero al margen de esta profunda desavenencia, un buen número de conclusiones se pueden extraer de este trabajo, para paliar tan peculiar descalabro. Estas son las más interesantes:

1. Nuestra existencia se mueve entre dos parámetros vitales: el tiempo y el espacio.

2. El comportamiento espacial del hombre está relacionado con los conceptos de territorialidad, comportamiento dominante, orientación y comunicación no verbal o simbólica.

3. El ser humano necesita de normas, leyes, mitos y

tabúes para "ordenar" su existencia.

4. La percepción humana, concentrada en los órganos de los sentidos (vista, gusto, oído, olfato y tacto) y en los motores actos de la mente, es la que conforma los distintos espacios psíquicos y físicos generados, ya sean abiertos o cerrados, públicos, restringidos o privados.

5. La percepción del espacio está íntimamente ligada a la luz y al movimiento.

6. El espacio es también materia.

7. El dominio del espacio es el gran reto que se ha de plantear el escultor contemporáneo.

8. El arte existe porque el ser humano existe.

9. En el arte, la idea impera sobre la materia.

10. El arte tiene el poder de revelarnos la naturaleza, tal y como quisieramos comprenderla.

11. La escultura surge de la necesidad del ser humano por transmitir una serie de inquietudes, traducidas por medio de

expresiones plásticas.

12. Cualquier forma tridimensional genera espacio.

13. La percepción espacial de una escultura, y de cualquier objeto, está sometida a unos condicionantes físicos, propios de las características de su entorno físico, y de unos condicionantes psíquicos debidos a motivaciones propias de la sociedad en que vivimos. Estos factores culturales -sociales, políticos, económicos y religiosos principalmente- condicionan tanto la percepción de la obra por parte del espectador, como la creación de ésta por el artista. Conceptos como moda y despersonalización artística son los que producen en el ser humano un cambio de identidad propio que lo confunde y aboca a pautas de comportamiento absurdas, consumistas e insolidarias. El arte, bien aplicado, puede actuar a modo de terapia y rescatar al individuo del marasmo en que se encuentra sumergido, permitiéndole la posibilidad de volver a recuperar sus auténticos valores humanos.

14. La escultura, mediante nuestra acción mental, queda dotada de un espacio físico a su alrededor.

15. La escultura actual concede igual importancia tanto al espacio como a su forma.

16. Tres son los elementos en torno a los cuales gira cualquier obra escultórica; primero, el carácter físico de la misma (presencia); segundo, la posición que ocupa en relación con el espectador y con su tamaño (escala); y tercero, el lugar de ubicación que ocupa.

17. De la aplicación de las normas anteriores se deduce el desbordamiento del contorno o forma de la propia escultura, que implica la acaparación del espacio que exige para denotar su presencia, además de la importancia que toma el efecto centralizador de la obra (centro visual) para atraer la mirada del espectador. La propia obra irradia a su vez fuerzas visuales hacia su exterior, generando espacio.

18. Para dominar el espacio escultórico, hemos de dominar previamente la escala, o tamaño de la escultura.

19. Para que un espectador perciba fácilmente el carácter de presencia que una obra escultórica aporta -ampliable a cualquier objeto tridimensional- éste ha de estar situado a una distancia ideal de dos veces la longitud mayor (altura o anchura) de la escultura o de la medida más larga existente en un conjunto escultórico. Si nos acercamos a una distancia menor, la escultura nos "invade" y perdemos la sensación de percibirla en su conjunto. Si nos alejamos en distancia más de dos veces, la

escultura irá perdiendo su carácter de presencia y se irá debilitando visualmente a la vez que nos vayamos retirando de ella.

Soy nuevamente consciente de que a pesar del esfuerzo realizado por conformar esta tesis, diversos y nuevos horizontes se van manifestando a medida que el desarrollo del trabajo se hace mayor y más intenso. Surge con ello una sensación de carácter interno, que aporta un ligero vacío sobre la labor realizada. Intuyo que al igual que cuando acabo una escultura, la sensación de que "todavía queda algo pendiente" es la misma. Posiblemente esta cierta insatisfacción fluya de cualquier tipo de acción humana. Esta, la de la elaboración de una Tesis Doctoral me coge por sorpresa pues nunca antes me había encontrado en una situación así.

ANTONIO VALLE MARTIN

BIBLIOGRAFIA

- Antonio Acosta Mallo, Pilar Llull Martínez de Bedoya. ARTE DEL AFRICA NEGRA. Colección Glendonwyn. Tribal. Lagos, Nigeria. 1992.
- Theodor W. Adorno. TEORIA ESTETICA. Taurus Ediciones, S.A. Madrid. 1980. 1 reimpr.1986.
- Pic G. Adrian. L'ENTITE ART-ACTUEL (art principièl). Arted, Editions d'Art. Paris. 1976.
- Marie-Henriette Alimen, P. Marie-Joseph Steve. PREHISTORIA. Historia Universal Siglo XXI. Volumen 1. Siglo XXI de España Editores, S.A. Madrid. 1970. 18 edic. 1984.
- Claudi Alsina, Carme Burgues, Josep Maria Fortuny. INVITACION A LA DIDACTICA DE LA GEOMETRIA. Editorial Síntesis. Madrid. 1989.
- Claudi Alsina, Enric Trillas. LECCIONES DE ALGEBRA Y GEOMETRIA. Editorial Gustavo Gili. Barcelona. 1984. 4 edic. 1989.
- Ambio; Royal Swedish Academy of Sciences. EL AGUA. Editorial Blume, S.A. Barcelona. 1988.
- Rudolf Arnheim. ARTE Y PERCEPCION VISUAL. Alianza Editorial, S.A. Madrid. 1979. 3 edic.1981.
- Rudolf Arnheim. EL PENSAMIENTO VISUAL. Editorial Universitaria de Buenos Aires. Buenos Aires. 1985.
- Rudolf Arnheim. EL PODER DEL CENTRO. Alianza Editorial. Madrid. 1984. 1 reimpr.1988.
- Yoshinobu Ashihara. EL DISEÑO DE ESPACIOS EXTERIORES. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona. 1982.
- AA.VV. ANISH KAPOOR. The British Council / Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. Ministerio de Cultura. Madrid. 1991.
- AA.VV., José Fernández Arenas (Coordinador). ARTE EFIMERO Y ESPACIO ESTETICO. Editorial Anthropos. Barcelona. 1988.
- AA.VV. ARTE MINIMAL. COLECCION PANZA. Centro de Arte Reina Sofía. Ministerio de Cultura. Madrid. 1988.
- AA.VV. BASTERRETXEA. Antológica. Museo Español de Arte Contemporáneo. Ministerio de Cultura. Madrid. 1987.

- AA.VV. COBIJO. Hermann Blume Ediciones. Madrid. 1979. 1 reimpr. 1981.
- AA.VV. DEL ARTE POVERA A 1985. Ministerio de Cultura. Madrid. 1985.
- AA.VV. Vicente Aguilera Cerni (director). DICCIONARIO DEL ARTE MODERNO. Conceptos, Ideas, Tendencias. Fernando Torres Editor. S.A. Valencia. 1979.
- AA.VV. HISTORIA UNIVERSAL DEL ARTE. Dirigida por José Milicua. Diez Tomos. Editorial Planeta. Barcelona. 1986.
- AA.VV. IBARROLA. Excmo. Ayuntamiento de Zaragoza. Concejalía de Cultura. Zaragoza. 1987.
- AA.VV. JENISCH-PARK SKULPTUR. Kultutbehörde Hamburg. Hamburg. 1986.
- AA.VV. MATIERES NON ASSEMBLEES dans l'art belge contemporain. 340 Atelier. Bruxelles. 1986.
- AA.VV. ORIGEN Y EVOLUCION DEL HOMBRE. Subdirección General de Arqueología de la Dirección General de Bellas Artes. Ministerio de Cultura. Madrid. 1984.
- AA.VV. PIEDRAS. RICHARD LONG. Ministerio de Cultura / The British Council. Madrid. 1986.
- AA.VV. PROYECTOS DE ARTE Y MEDIO AMBIENTE. Instituto de la Juventud. Ministerio de Cultura. Madrid. 1987.
- Pedro Azara. DE LA FEALDAD DEL ARTE MODERNO. Editorial Anagrama. Barcelona. 1990.
- Francisco Azorín. Maria Isabel Gea. LA CASTELLANA, ESCENARIO DE PODER. Del Palacio de Linares a la Torre Picasso. Ediciones La Librería. Madrid. 1990.
- Gastón Bachelard. LA POETICA DEL ESPACIO. Fondo de Cultura Económica. México-Buenos Aires. 1965. 2 reimpr. argentina. 1991.
- Antonie S. Bailly. LA PERCEPCION DEL ESPACIO URBANO. Instituto de Estudios de Administración Local. Madrid. 1979.
- Geofrey H. Baker. ANALISIS DE LA FORMA. Editorial Gustavo Gili. S.A. Barcelona. 1991.

- Renato Barilli. LA OTRA ESCULTURA. Treinta años de escultura italiana. Fabbri Editori / Ministerio de Cultura. Barcelona. 1990.
- Jorge Batlle, José Gumuzzio. LA QUIMICA, CIENCIA DE LA MATERIA Y EL CAMBIO. Salvat Editores, S.A. Barcelona. 1982. 1 reimpr.1985.
- Peter Bloch. RHEINLAND WESTFALEN und die berliner Bildhawerschule des 19.Jahrhunderts. Stiftung PreuBischer Kulturbesitz, Berlín. 1984.
- Janet and Colin Bord. A GUIDE TO ANCIENT SITES IN BRITAIN. Paladin Books. London. 1979. Reimpr.1988.
- Klaus BuBmann, Kasper König. SKULPTUR PROJEKTE MÜNSTER in 1987. Landschaftsverband Westfalen-Lippe. Münster. 1987.
- Raúl Bulgheroni. CIUMANIDAD. Dimensión humana en los asentamientos urbanos. Editorial Diana. México. 1985.
- Fabian Carlsson. TOUCHING NORTH. ANDY GOLDSWORTHY. Fabian Carlsson / Graeme Murray. London. 1989.
- Maurice M. Cerasi. LA LECTURA DEL AMBIENTE. Ediciones Infinito. Buenos Aires. 1977.
- Juan Eduardo Cirlot. DICCIONARIO DE SIMBOLOS. Editorial Labor, S.A. Barcelona. 1984. 6 edic.1985.
- José M. Cruz Valdovinos. MAESTROS DEL ARTE. Salvat Editores, S.A. Barcelona. 1980.
- Penelope Curtis. SCULPTURE ON MERSEYSIDE. Tate Gallery Liverpool / National Museums & Galleries on Merseyside. Liverpool. 1988.
- Jacques de Chalendar. LA PLANIFICACION DEL TIEMPO. Instituto de Estudios de Administración Local. Madrid. 1973.
- Carmen Chamorro, Juan M. Belmonte. EL PROBLEMA DE LA MEDIDA. Didáctica de las magnitudes lineales. Editorial Síntesis. Madrid. 1991.
- A. Chernin. FISICA DEL TIEMPO. Editorial Mir. Moscú. 1987. Traduc. Español 1990.
- Hugh M. Davies, Ronald J. Onorato. SITINGS. Sally Yard / La Jolla Museum of Contemporary Art. La Jolla, California. 1986.

- Paul Davies. EL UNIVERSO DESBOCADO. Del Big Bang a la catástrofe final. Salvat Editores, S.A. Barcelona. 1988.
- De Beyerd. MAKOM 1. DANI KARAVAN. De Beyerd centrum voor beeldende kunst. Utrech, The Netherlands. 1984.
- D. A. Dondis. LA SINTAXIS DE LA IMAGEN. Ed. Gustavo Gili. Barcelona. 1976. 5 edic. 1984.
- Guillo Dorfles. EL DEVENIR DE LAS ARTES. Fondo de Cultura Económica, México. 1963. 1 reimpr.1982.
- Guillo Dorfles. ELOGIO DE LA INARMONIA. Editorial Lumen, S.A. Barcelona. 1989.
- Mircea Eliade. LO SAGRADO Y LO PROFANO. Editorial Labor, S.A. Barcelona. 1967. 7 edic.1988.
- Terry Fenton. ANTHONY CARO. Ediciones Polígrafa, S.A. Barcelona. 1986.
- Manolo Fernandez, Francisco J. Padilla, Arnulfo L. Santos, Fidela Velazquez. CIRCULANDO POR EL CIRCULO. Editorial Síntesis. Madrid. 1991.
- David Finn. HOW TO LOOK AT SCULPTURE. Harry N. Abrams Inc. Publishers. New York. 1989.
- Domènec Font. EL PODER DE LA IMAGEN. Salvat Editores. Barcelona. 1981. 2 reimpr.1984.
- Dino Formaggio. ARTE. Editorial Labor, S.A. Barcelona. 1976.
- Rudi Fuchs. CARL ANDRE. Ministerio de Cultura. Madrid. 1988.
- Matila C. Ghyka. EL NUMERO DE ORO. Vol. I : Los ritmos; Vol. II: Los ritos. Editorial Poseidón. Barcelona. 1984.
- Stan Gibilisco. ILUSIONES OPTICAS. McGraw-Hill / Interamericana de España, S.A. Madrid. 1991.
- Michael Gibson. CALDER. Fernand Hazan. Paris. 1988.
- Sigfried Giedion. EL PRESENTE ETERNO: LOS COMIENZOS DE LA ARQUITECTURA. Alianza Editorial. Madrid. 1981.
- Sigfried Giedion. EL PRESENTE ETERNO: LOS COMIENZOS DEL ARTE. Alianza Editorial. Madrid. 1981. 2 edic.1985.

- Reynaldo González. LAS CLAVES DEL ARTE PREHISTORICO. Cómo identificarlo. Editorial Ariel, S.A. Barcelona. 1989.
- Cleve Gray. DAVID SMITH BY DAVID SMITH. Sculpture and Writings. Thames & Hudson. London. 1988.
- Raúl A. Hernández, Raquel G. Mochkofsky. TEORIA DEL ENTORNO HUMANO. Principios de la acción social en la creación y recreación del entorno. Ediciones Nueva Visión. Buenos Aires. 1977.
- Stefan Hildebrandt, Anthony Tromba. MATEMATICA Y FORMAS OPTIMAS. Prensa Científica, S.A. Barcelona. 1990.
- Mark L. Knapp. LA COMUNICACION NO VERBAL. El cuerpo y el entorno. Ediciones Paidós Ibérica, S.A. Barcelona. 1982. 2 reimpr.1988.
- Le Corbusier. EL MODULOR. Editorial Poseidón. Barcelona. 1982.
- André Leroi-Gourhan. ARTE Y GRAFISMO EN LA EUROPA PREHISTORICA. Ediciones Istmo. Madrid. 1984.
- André Leroi-Gourhan. EL GESTO Y LA PALABRA. Ediciones de la Biblioteca de la Universidad Central de Venezuela. Caracas. 1971.
- André Leroi-Gourhan. LOS PRIMEROS ARTISTAS DE EUROPA. Introducción al arte parietal paleolítico. Ediciones Encuentro. Madrid. 1983.
- André Leroi-Gourhan. SIMBOLOS. ARTES Y CREENCIAS DE LA PREHISTORIA. Ediciones Itsmo. Madrid. 1984.
- Claude Levi-Strauss. MITO Y SIGNIFICADO. Alianza Editorial. Madrid. 1987. 1 reimpr. 1990.
- Oswaldo López Chuhurra. ESTETICA DE LOS ELEMENTOS PLASTICOS. Editorial Labor. Barcelona. 1971. 2 edic.1975.
- Sutherland Lyall. LANDSCAPE. Diseño del espacio público. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona. 1991.
- Norbert Lynton. DAVID NASH. Sculpture 1971-1990. Serpentine Gallery. London. 1990.
- Javier Maderuelo. EL ESPACIO RAPTADO. Mondadori España, S.A. Madrid. 1990.
- Giovanna Magi. ASUAN. FILE. ABU SIMBEL. Editoriale Bonechi. Firenze, Italia. 1989.

- Kasimir S. Malévitch. EL NUEVO REALISMO PLASTICO. Alberto Corazón Editor. Madrid. 1975.
- Attilio Marcolli. TEORIA DEL CAMPO. Curso de educación visual. Xarait Ediciones y Alberto Corazón Editor. Madrid. 1978.
- Simón Marchán Fiz. EL UNIVERSO DEL ARTE. Salvat Editores S.A. Barcelona. 1985.
- Rupert Martin. THE SCULPTED FOREST. Sculptures in the Forest of Dean. Redcliffe Press Ltd. Bristol. 1990.
- Juan José Martín González. LAS CLAVES DE LA ESCULTURA. Cómo identificarla. Editorial Planeta, S.A. Barcelona. 1990.
- Luis Miguel Martínez Otero. EL LABERINTO. Ediciones Obelisco. Barcelona. 1991.
- A. Mehrabian. PUBLIC PLACES AND PRIVATES SPACES. Basik Books. New York. 1976.
- Isabel Merodio, Isabel Caride, M. Angeles Merin. LA ESTRUCTURA DEL ESPACIO. Ministerio de Educación y Ciencia / Narcea de Ediciones. S.A. Madrid. 1991.
- Jean Pierre Mohen. LE MONDE DES MEGALITHES. Casterman. Porto, Portugal. 1989.
- Abraham Moles. TEORIA DE LA INFORMACION Y PERCEPCION ESTETICA. Ediciones Júcar. Madrid. 1975. 1 edic. 1976.
- Pedro Montaner. Rafael Moyano. ¿COMO NOS COMUNICAMOS?. Del Gesto a la Telemática. Editorial Alhambra. Madrid. 1989.
- Carlos Montes Serrano. REPRESENTACION Y ANALISIS FORMAL. Universidad de Valladolid. Valladolid. 1992.
- Bruno Munari. DISEÑO Y COMUNICACION VISUAL. Contribución a una metodología didáctica. Editorial Gustavo Gili. Barcelona. 1985. 9 edic. 1987.
- Steven A. Nash. A CENTURY OF MODERN SCULPTURE. The Patsy and Raymond Nasher Collection. Dallas Museum of Art. New York. 1987.
- Pío J. Navarro Alcalá-Zamora. SOCIEDADES, PUEBLOS Y CULTURAS. Salvat Editores. S.A. Barcelona. 1981. 3 reimpr. 1984.
- D. Paulme. LAS ESCULTURAS DEL AFRICA NEGRA. Fondo de Cultura Económica. México. 1962. 1 reimpr. 1974.

- Deanna Petherbridge. ART FOR ARCHITECTURE. Crown / HMSO Publications. London. 1987.
- Phillipe Piguet. JEAN CLAREBOUDT. Question d'espace. Fondation Cartier pour l'Art Contemporain. Paris. 1988.
- Luis Racionero. TEXTOS DE ESTETICA TAOISTA. Alianza Editorial. Madrid. 1983.
- Juan Antonio Ramírez. ARTE PREHISTORICO Y PRIMITIVO. Grupo Anaya, S.A. Madrid. 1989.
- Philip Rawson. DISEÑO. Editorial Nerea, S.A. Madrid. 1990.
- Herbert Read. MODERN SCULPTURE. A Concise History. Thames & Hudson. New York. 1985.
- Gisela M.A. Richter. EL ARTE GRIEGO. Una revisión de las artes visuales de la antigua Grecia. Ediciones Destino. Barcelona. 1980. 2 edic. 1984.
- Eduardo Ripoll Perelló. LAS CUEVAS DEL MONTE DEL CASTILLO. Patronato de las Cuevas Prehistóricas de Santander. Dirección General del Patrimonio Artístico y Cultural. Santander. Sin año de publicación.
- Margarita Rivière. LO CURSI Y EL PODER DE LA MODA. Editorial Espasa-Calpe. Madrid. 1992.
- David Romano. ELEMENTOS Y TECNICA DEL TRABAJO CIENTIFICO. Editorial Teide. Barcelona. 1973. 7 edic. 1985.
- Ferruccio Rossi-Landi. SEMIOTICA Y ESTETICA. Ediciones Nueva Visión. Buenos Aires. 1976.
- Martin Schuster. Horst Beisl. PSICOLOGIA DEL ARTE. Editorial Blume. Barcelona. 1982.
- Eric Shanes. BRANCUSI. Abbeville Modern Masters. New York. 1989.
- Camillo Sitte. CONSTRUCCION DE CIUDADES SEGUN PRINCIPIOS ARTISTICOS. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona. 1980.
- Jesús Solanas Donoso. DISEÑO, ARTE Y FUNCION. Salvat Editores, S.A. Barcelona. 1981.
- Robert Sommer. ESPACIO Y COMPORTAMIENTO INDIVIDUAL. Instituto de Estudios de Administración Local. Madrid. 1974.

Nicola Squicciarino. EL VESTIDO HABLA: consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria. Ediciones Cátedra, S.A. Madrid. 1990.

Peter S. Stevens. PATRONES Y PAUTAS EN LA NATURALEZA. Salvat Editores, S.A. Barcelona. 1986.

Louis H. Sullivan. UN SISTEMA DE ORNAMENTO ARQUITECTONICO acorde con una filosofía de los poderes del hombre. Colegio Oficial de aparejadores y arquitectos técnicos de Murcia. Galería-librería Verba de Murcia. Conserjería de Cultura y Educación de la Comunidad Autónoma de Murcia. Dirección General de Arquitectura y Vivienda del MOPU. Murcia. 1985.

John Taylor. EL CIRCO DE LA AMBICION. Ed. Anagrama. Barcelona. 1989.

Klaus Thews. ETOLOGIA. La conducta animal, un modelo para el hombre. Círculo de Lectores. Barcelona. 1975.

Marina Vaizey. CHRISTO. Ediciones Polígrafa, S.A. Barcelona. 1990.

Robert Venturi, Steven Izenour, Denise Scott Brown. APRENDIENDO DE LAS VEGAS. El simbolismo olvidado de la forma arquitectónica. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona. 1978. 2 edic.1982.

Justo Villafaña. INTRODUCCION A LA TEORIA DE LA IMAGEN. Ediciones Pirámide, S.A. Madrid. 1985.

Kay Wagenknecht-Harte. SITE + SCULPTURE. The Collaborative Design Process. Van Nostrand Reinhold. New York. 1989.

Philip L. Wagner. EL USO HUMANO DE LA TIERRA. Instituto de Estudios de Administración Local. Madrid. 1974.

Christopher Williams. LOS ORIGENES DE LA FORMA. Ed. Gustavo Gili. Barcelona. 1984.

Rudolf Wittkower. LA ESCULTURA: PROCESOS Y PRINCIPIOS. Alianza Editorial. Madrid. 1980.