

6.2. POSTPRODUCCIÓ I RESIGNIFICACIÓ

Estètica i Crítica 2023

LECTURES TEMA 6

- Nelson Goodman, Maneras de hacer mundos, **cap 1**.
- Gilles Deleuze, « Qué es un acto de creación ». **Tot**.

¿A qué llamamos crear?

- **Creatio:** crear de la nada
- Hacer aparecer algo NUEVO
- Hacer aparecer algo ORIGINAL
- Hacer aparecer algo ORIGINAL Y EJEMPLAR

MANERAS DE HACER MUNDOS

- Composición y descomposición
- Ponderación
- Ordenación
- Supresión y complementación
- Deformación
- **Resignificación pura / Apropiación**

Resignificación

- Es tomar una forma simbólica preexistente y hacer que signifique otra cosa
- Es posible porque ninguna forma simbólica significa de modo absoluto
- El significado de toda forma simbólica depende de su uso y de su contexto (Wittgenstein)

GOODMAN: WHEN IS ART?

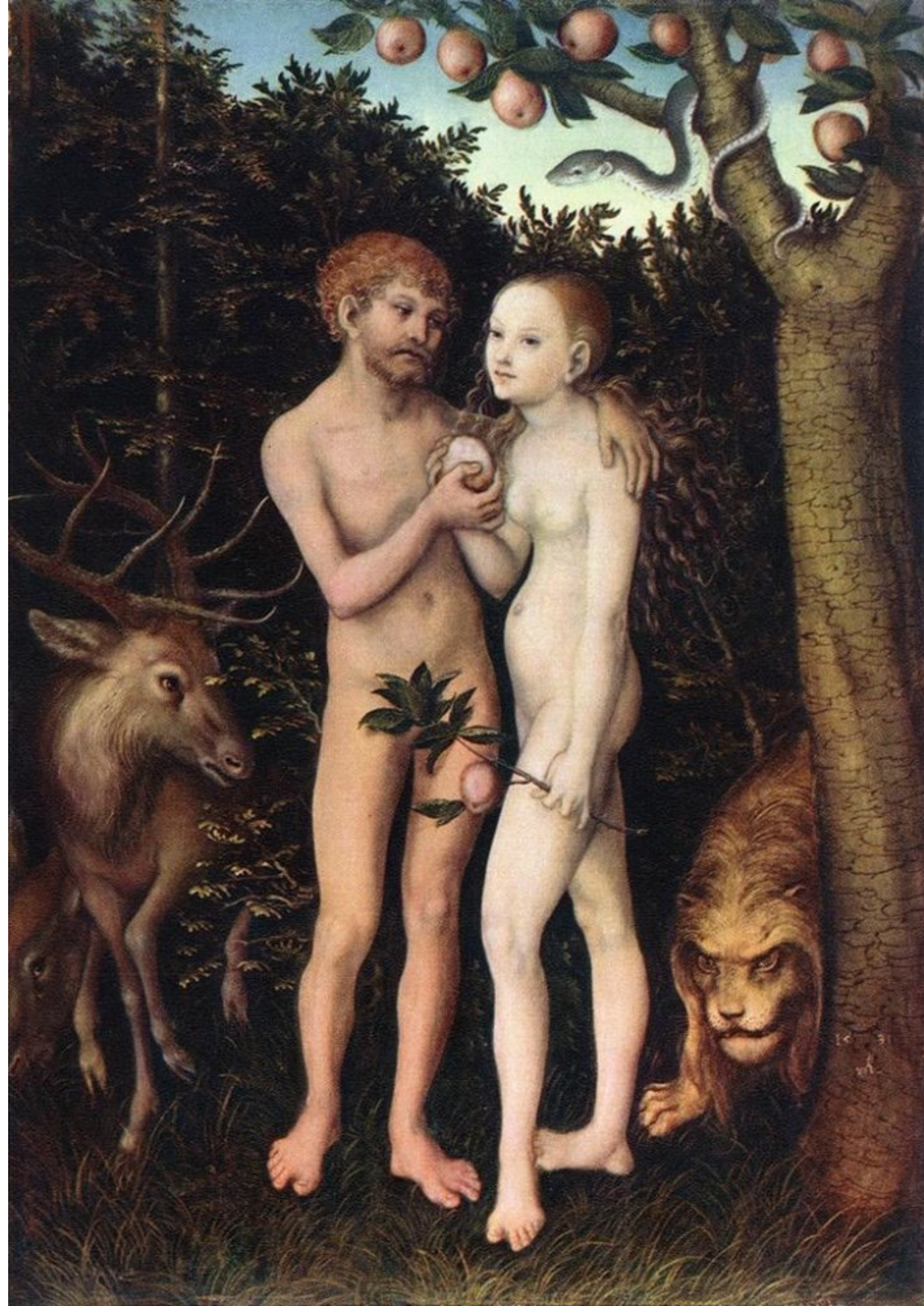
- Una piedra en el camino
- La misma piedra en el Museo de Geología: muestra de pizarra de Collserola.
- La misma piedra en la Galería Senda: *La dureza de la vida*



MOLIBDENITA
Pedralbes (Barcelona)

Ejemplos de resignificación: Moda y Publicidad





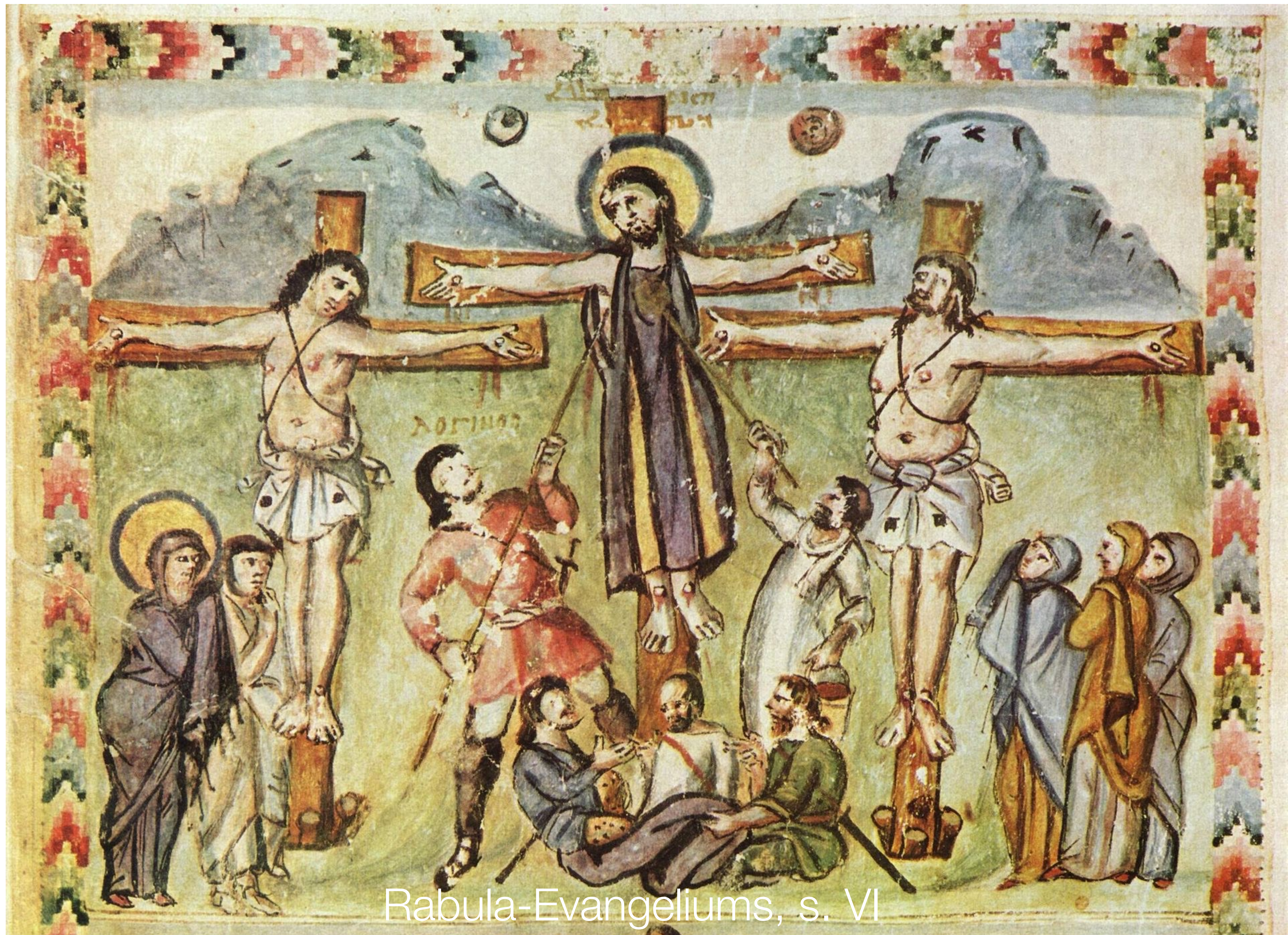
Lucas Cranach de Oude 1472 - 1553

Adam en Eva (1533)

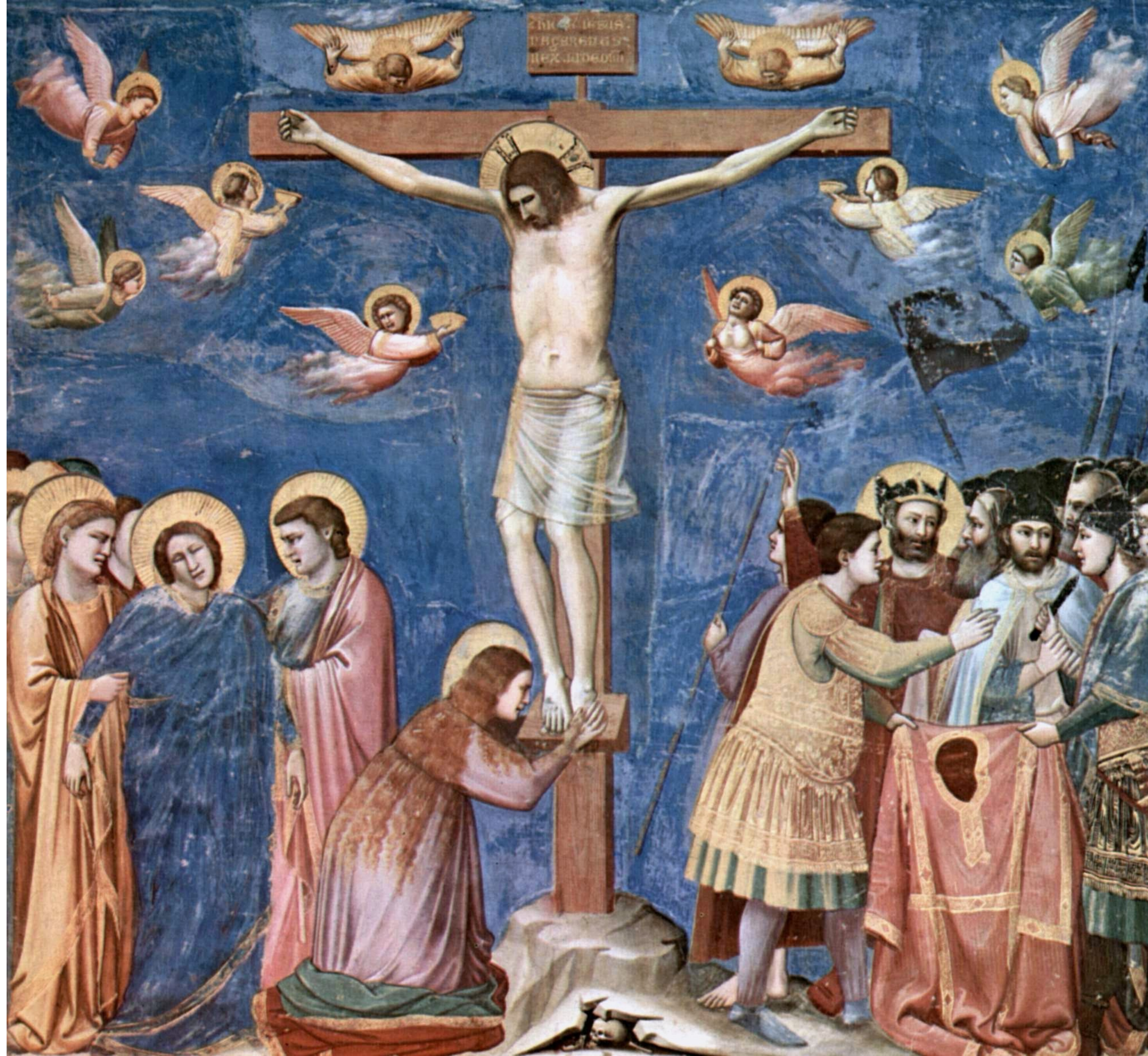
Ejemplos de resignificación: reciclaje de objetos



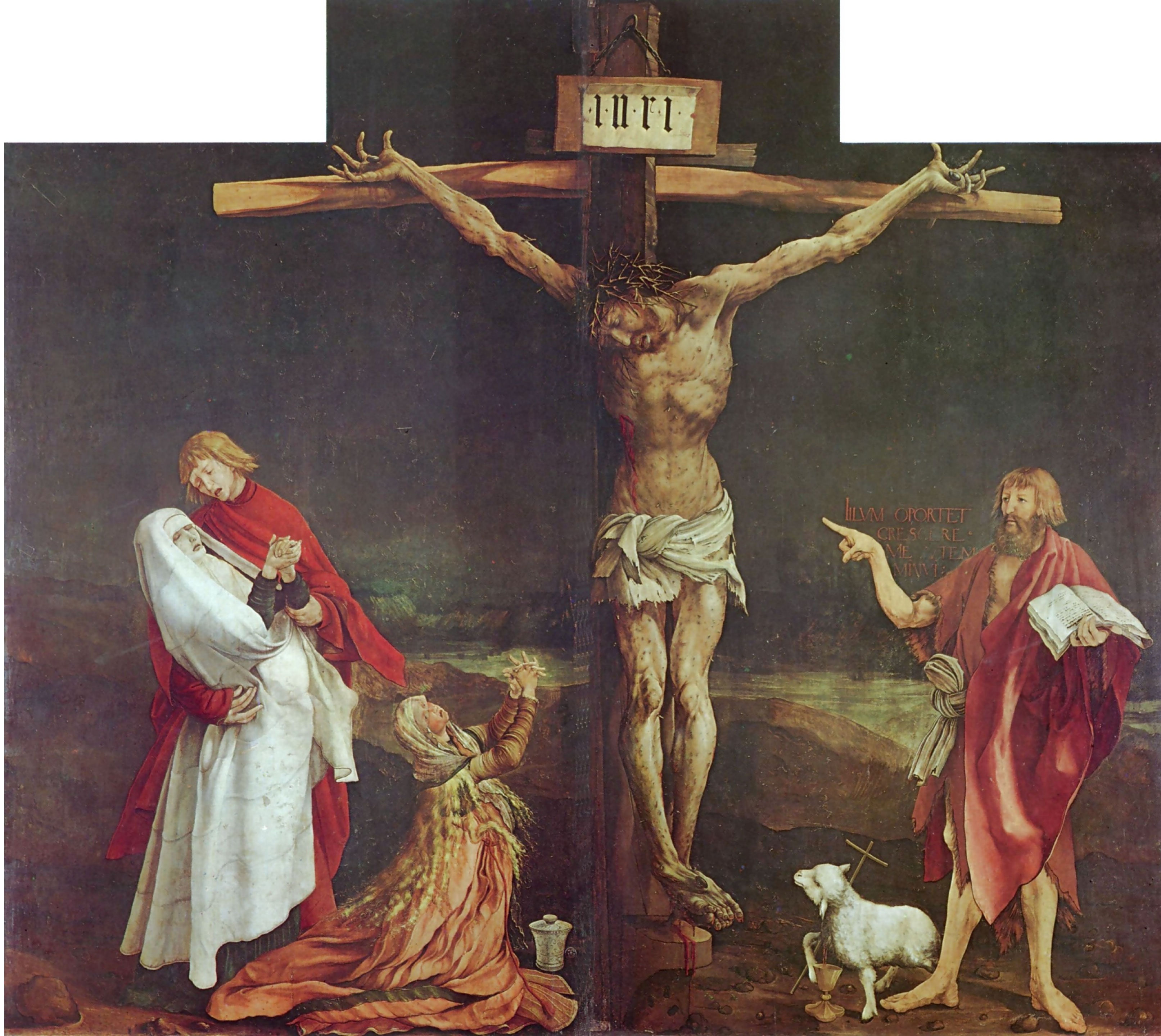




Rabula-Evangeliums, s. VI



Giotto,
1300

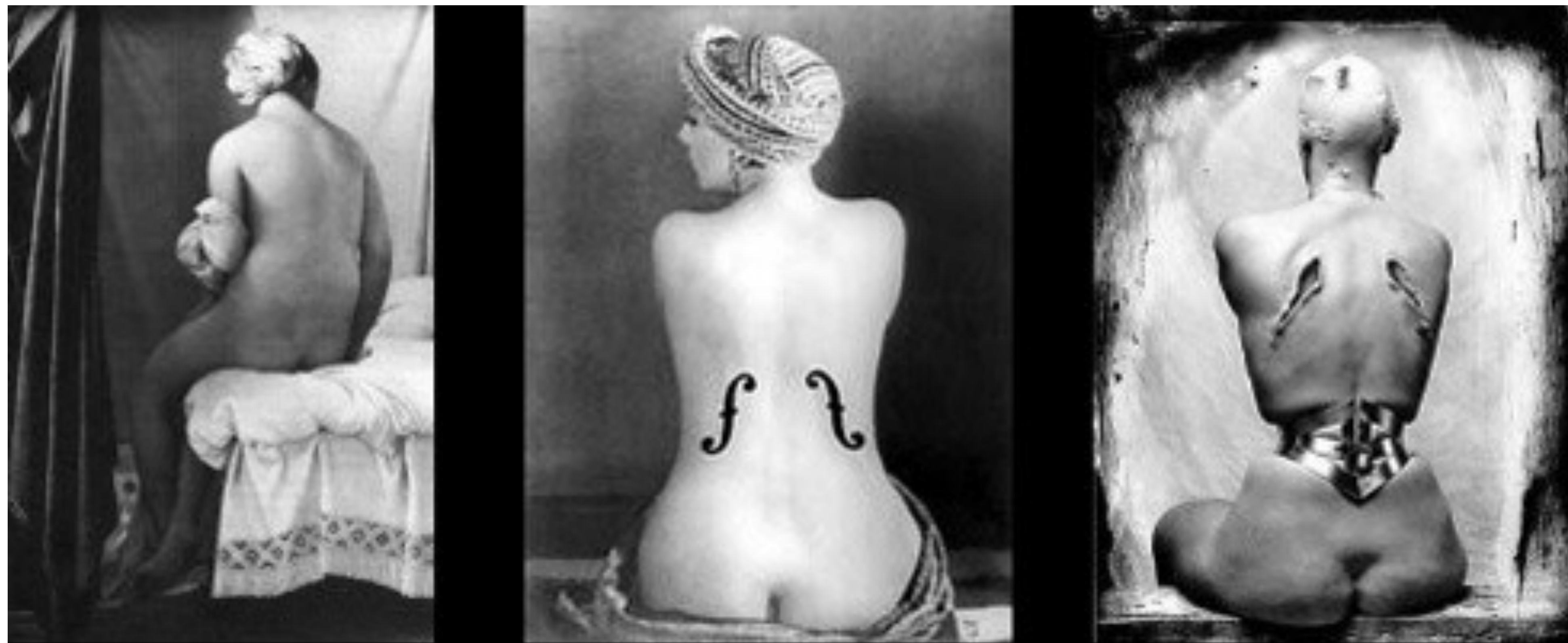


ישוע נוצרי מלך יהודה
IHSOVS NAZOVS BASILEVS IOYAIQW
IHSVS NAZARANVS REX IYDAORVM

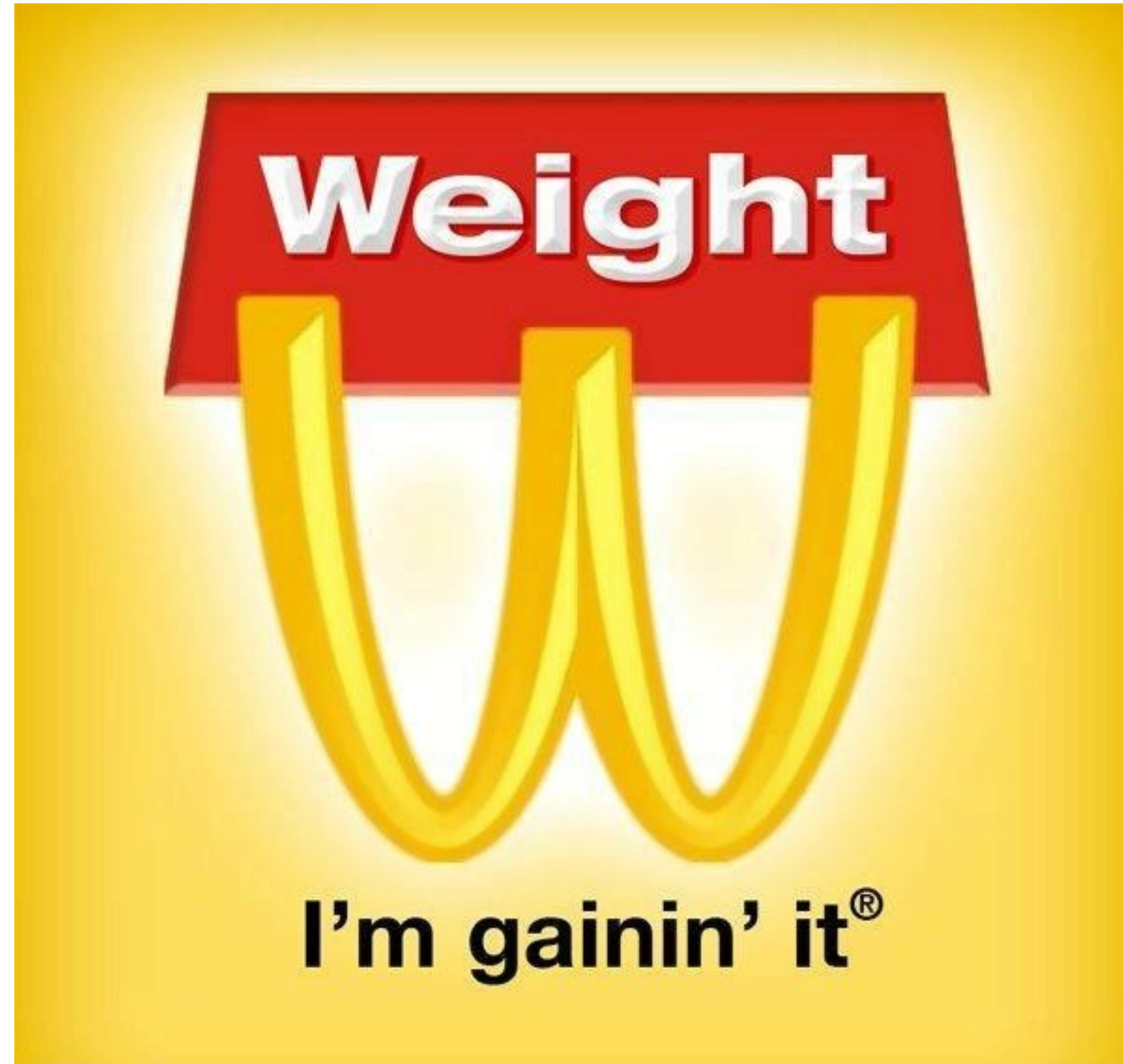
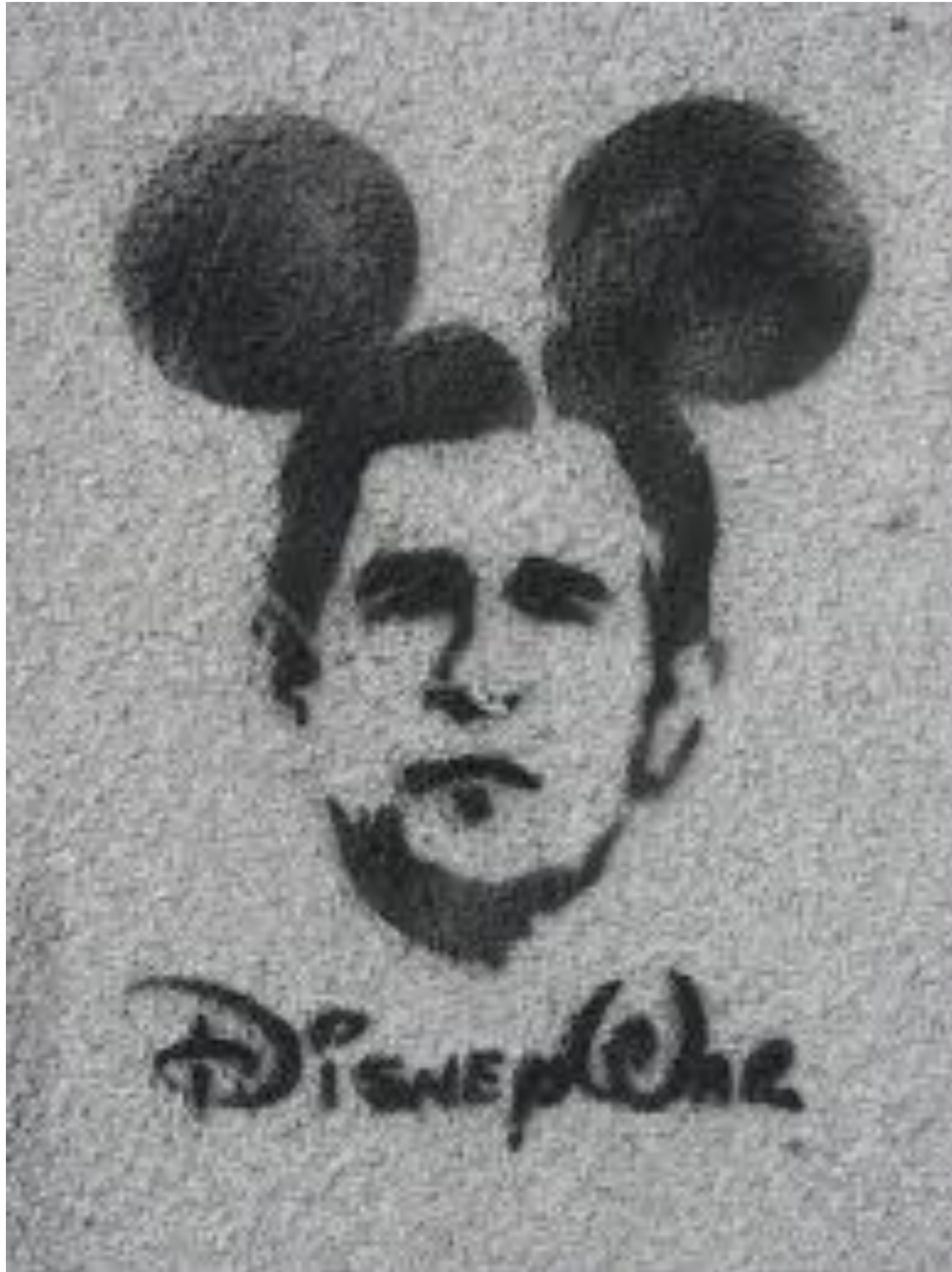




Ingres, Man Ray, Witkin

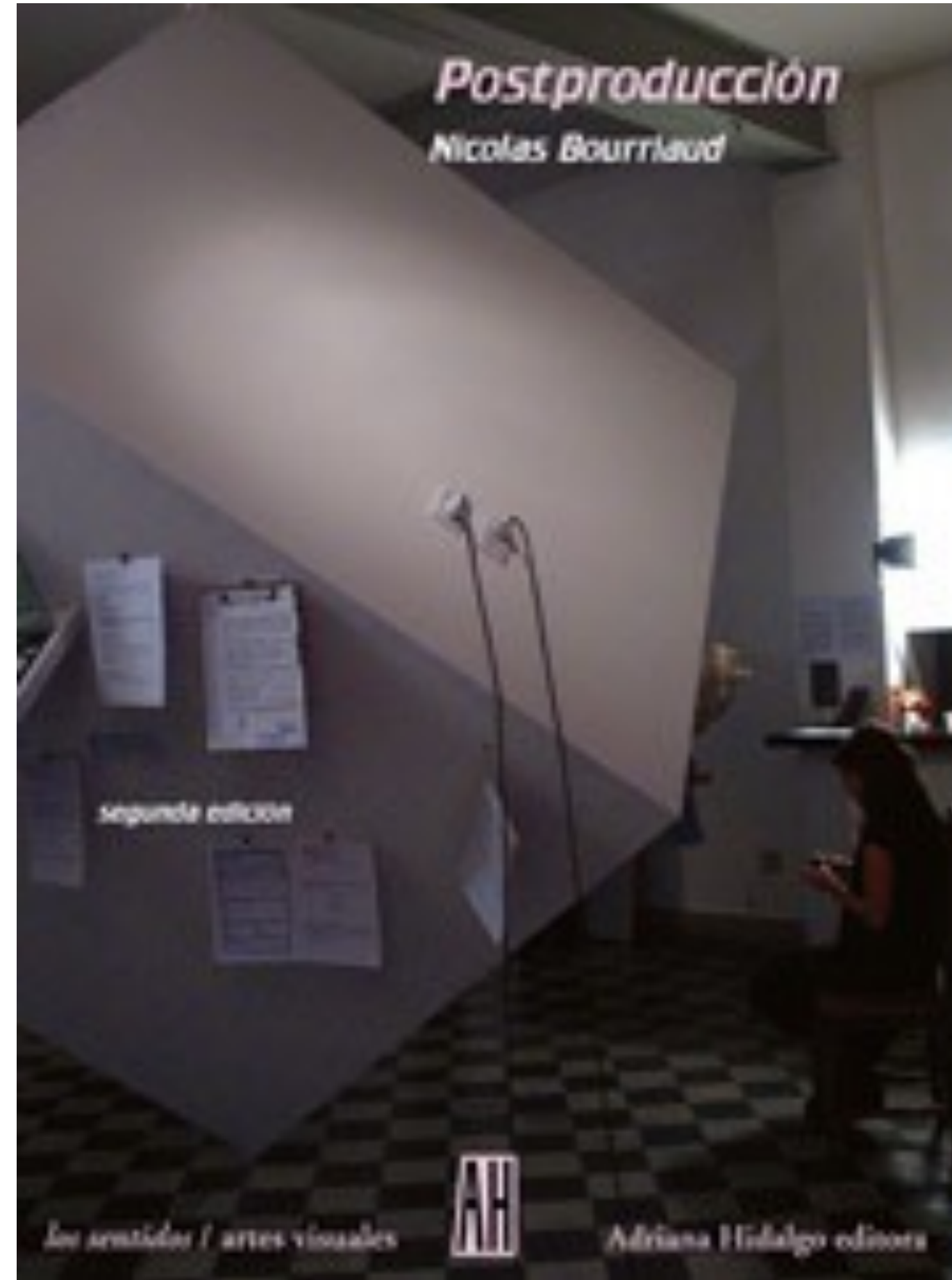


Ejemplos de resignificación: *Détournement*



Détournement





CREACIÓN	REMIX
Artista	DJ
Producción	Postproducción
	Remake
	Ready-made
	Reapropiación
	Reciclaje

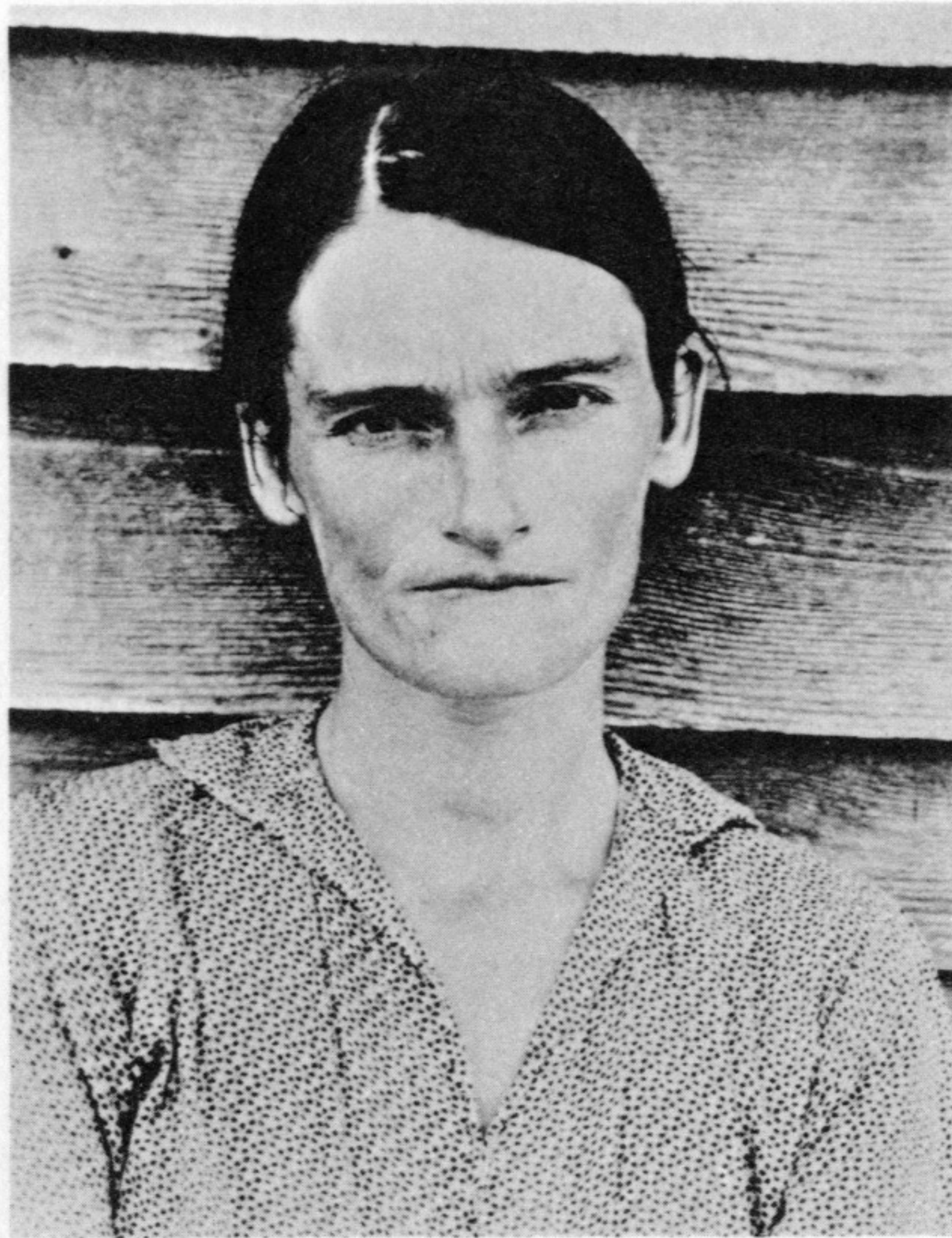
1. Apropiacionismos y simulacionismos

- El fin de la modernidad trajo el fin de los valores de lo nuevo, de la originalidad y del artista creador o genial al modo de Picasso o Pollock.
- En el pasado había la copia o el plagio. La apropiación es distinta porque tiene un carácter reflexivo, conceptual.
- Una apropiación es un acto de resignificación.
- Casi siempre es una tesis sobre la naturaleza del arte.

SHERRIE LEVINE (1947-)



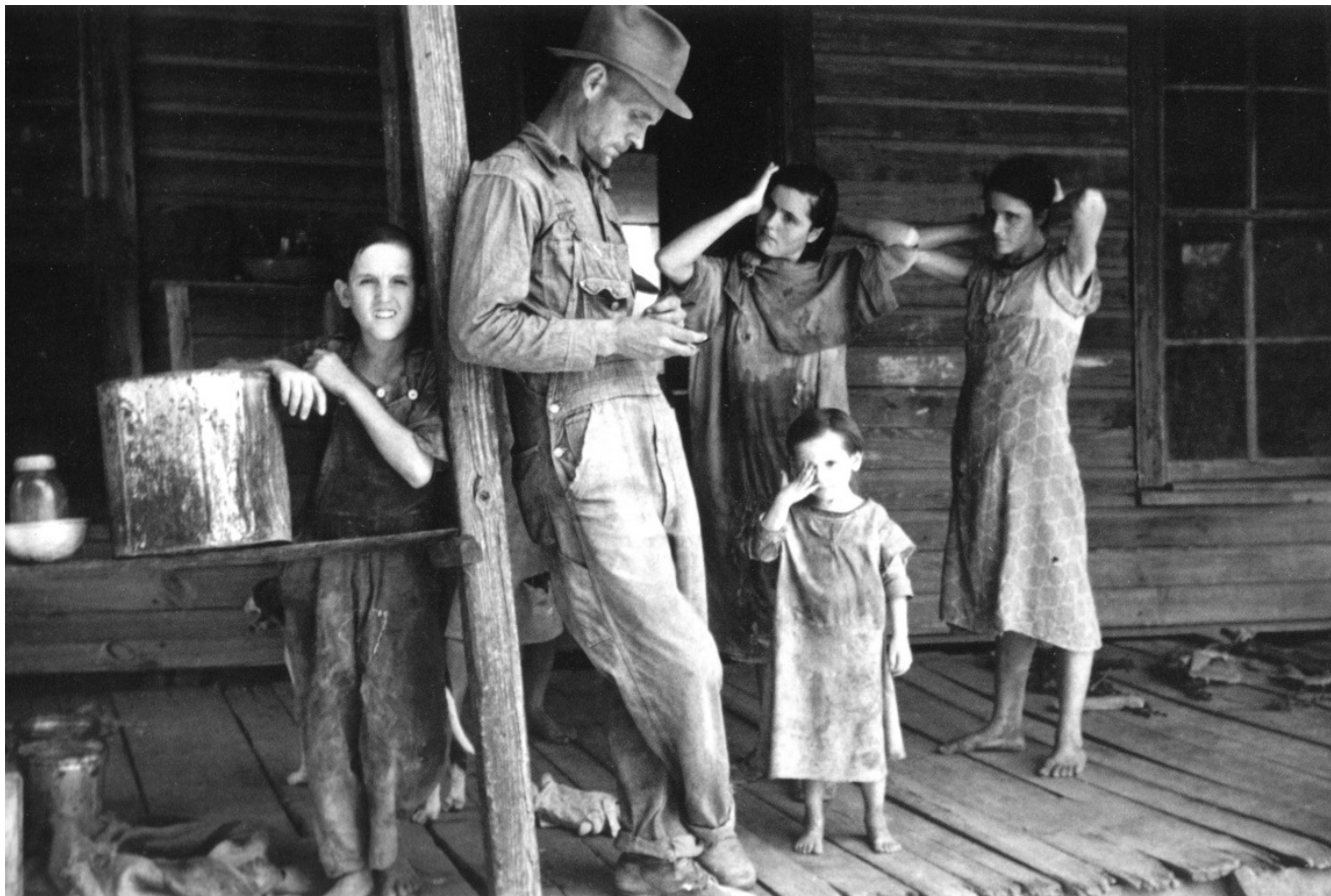
After Ed Weston, 1981



After W. Evans,
1981



After W. Evans, 1981



Sherrie Levine, *After W. Evans*, 1980



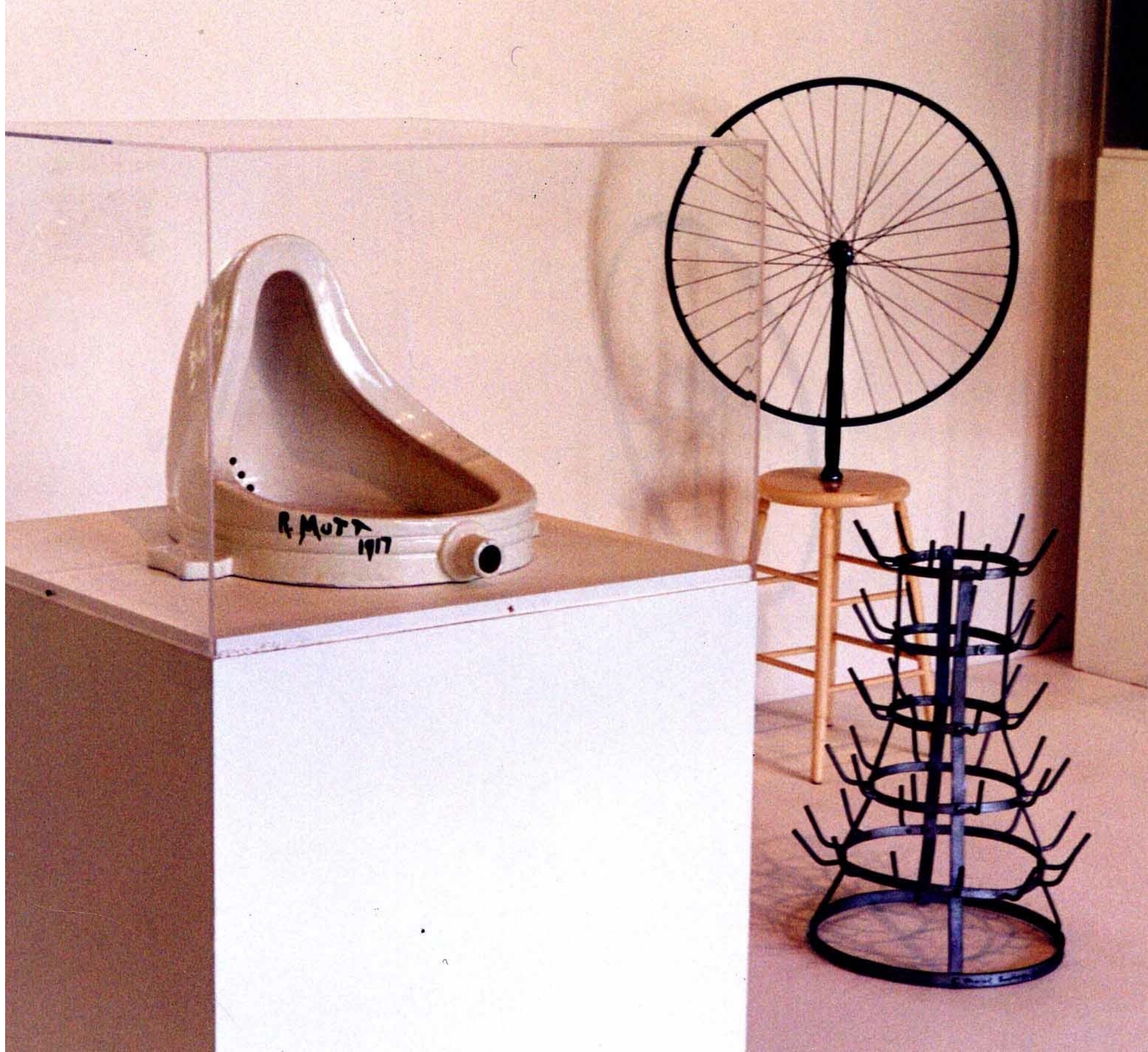
After Atget, 1997

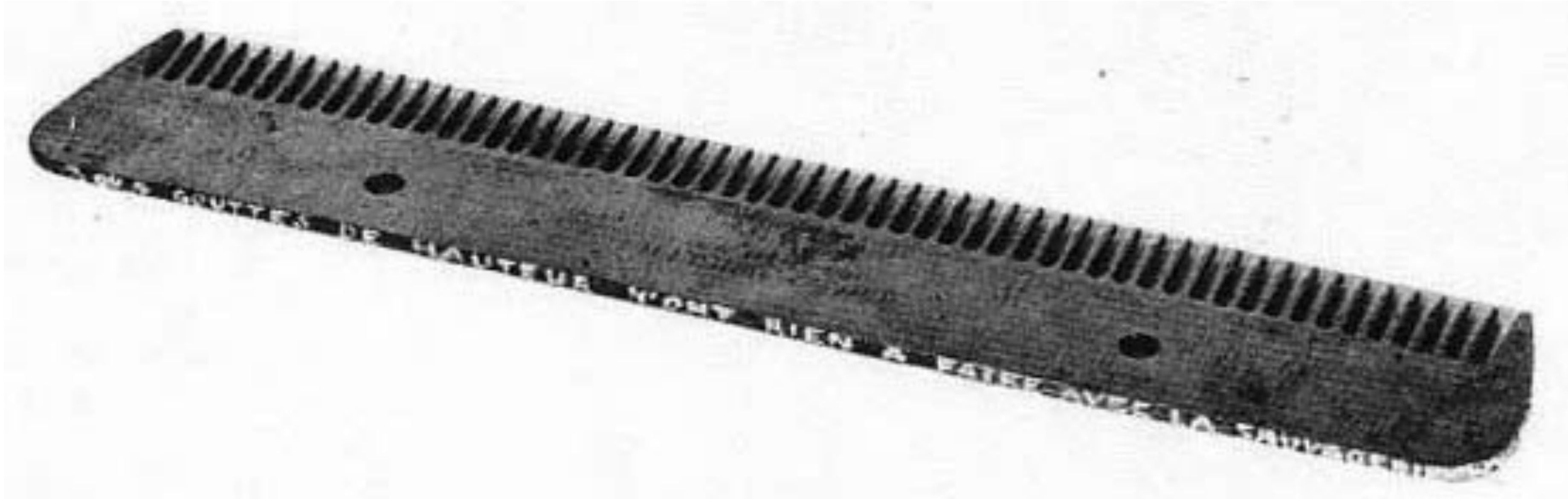
1. El uso del producto, de Duchamp a Jeff Koons

La apropiación es en efecto el primer estadio de la post producción; ya no se trata de fabricar un objeto, sino de seleccionar uno entre los que existen y utilizarlo o modificarlo de acuerdo con una intención específica. Marcel Broodthaers decía que “después de Duchamp el artista es el autor de una definición” que vendría a sustituir la de los objetos que escoge. Sin embargo, la historia de la apropiación (que aún no se ha escrito) no es el objetivo de este libro, que sólo destacará algunas de sus figuras útiles para la comprensión del arte más reciente. De modo que si el procedimiento de la apropiación hunde sus raíces en la historia, el relato que voy a ofrecer comienza con el *ready-made* que representa su primera manifestación conceptualizada, pensada en relación con la historia del arte. Cuando expone un objeto manufacturado (un portabotellas, un urinario, una pala de nieve) en tanto que obra mental, Marcel Duchamp desplaza la problemática del *proceso creativo* poniendo el acento sobre la mirada dirigida por el artista hacia un objeto, en detrimento de cualquier habilidad manual. Afir-

ma que el acto de elegir basta para fundar la operación artística, al igual que el acto de fabricar, pintar o esculpir: “darle una idea nueva” a un objeto es ya una producción. Duchamp completa así la definición de la palabra “crear”: es insertar un objeto en un nuevo escenario, considerarlo como un personaje dentro de un relato.

En los años sesenta, la principal diferencia entre el nuevo realismo europeo y el pop americano reside en la naturaleza de la mirada que se dirige al consumo. Arman, César o Daniel Spoerri parecen fascinados por el acto de consumir en sí mismo, cuyas reliquias exponen. Para ellos el consumo es verdaderamente un fenómeno abstracto, un mito cuyo sujeto invisible parecería irreductible a toda figuración. A la inversa, Andy Warhol, Claes Oldenburg o James Rosenquist dirigen sus miradas hacia la compra, el impulso visual que empuja a que un individuo adquiera tal o cual producto; el objetivo entonces no es tanto documentar un fenómeno sociológico sino explotar una nueva materia iconográfica. Se interrogan sobre todo acerca de la publicidad y la mecánica de la frontalidad visual, mientras que los europeos exploran el mundo del consumo a través del filtro de la gran metáfora orgánica privilegiando el valor de uso de las cosas por encima de su valor de cambio. Los nuevos realistas se interesan por lo tanto más en el uso impersonal y colectivo de las formas que en sus utilizaciones individuales, como lo atestiguan admirablemente los trabajos de los “afichistas” Raymond Hains o Jacques de la Villéglé: el autor anónimo y múltiple de las imá-





Duchamp, *Comb*, 1916

"3 OU 4 GOUTTES DE HAUTEUR N'ONT RIEN A FAIRE AVEC LA SAUVAGERIE."



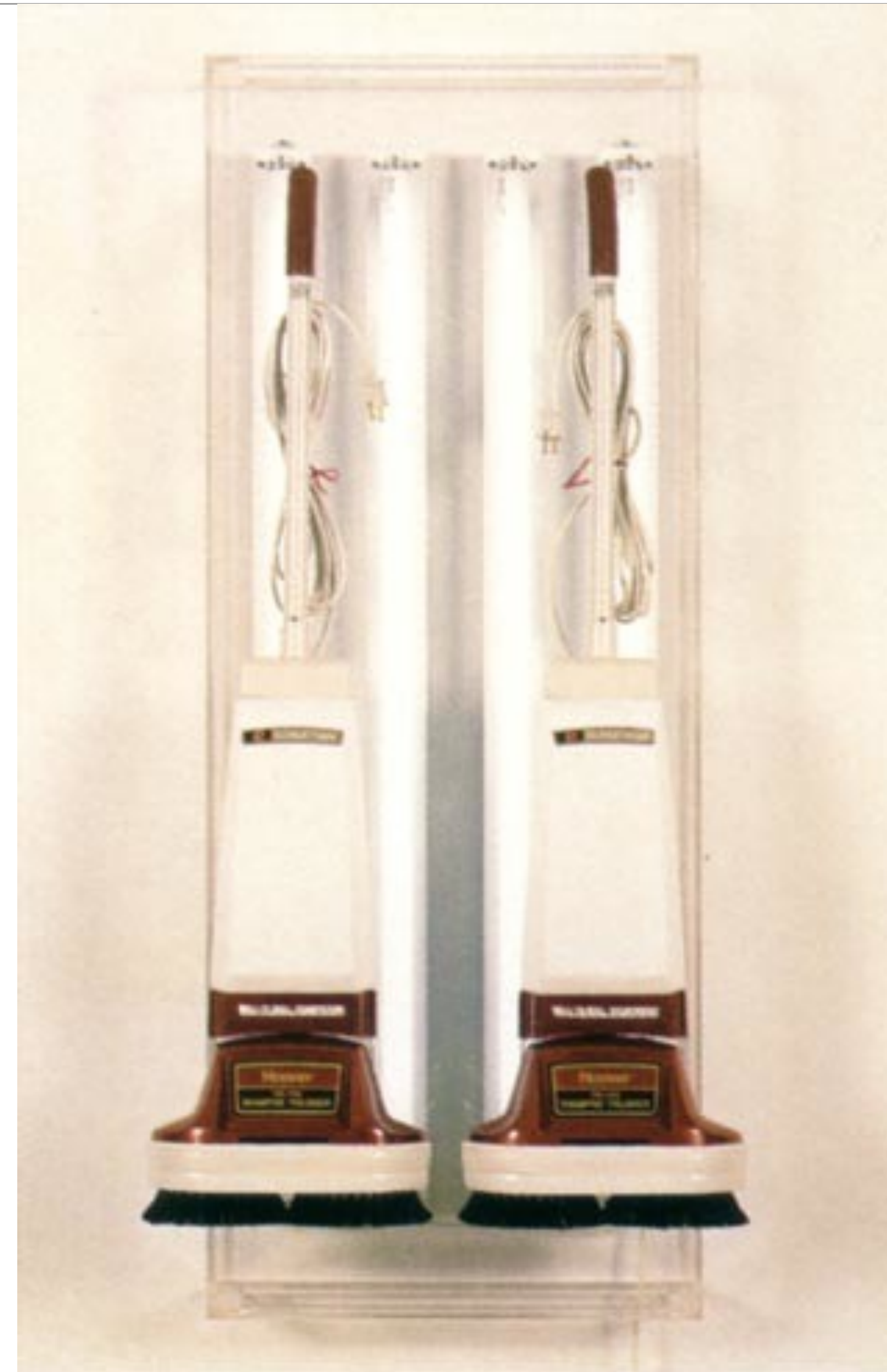
A. Warhol, *Brillo Box*, 1964





Mike Bidlo, installation view of *Not Warhol (Brillo Boxes, 1964)*, 2005, at Lever House, New York

JEFF KOONS (1955-)



genes que recogen y exponen como obras es la ciudad misma. Nadie consume, “eso” se consume. Daniel Spoerri muestra la poesía de los restos de comida, Arman la de los tachos de basura y los depósitos, César expone el automóvil compactado, una vez llegado al término de su destino como vehículo. Exceptuando a Martial Raysse, el más “americano” de los europeos, siempre se trata de mostrar el desenlace del proceso del consumo al que otros se habrían abocado. Los nuevos realistas inventaron así una especie de post producción al cuadrado; su tema ciertamente es el consumo, pero un consumo efectuado de una manera abstracta y generalmente anónima, mientras que el pop explora los condicionamientos visuales (publicidad, *packaging*) que acompañan el consumo masivo. Al recuperar objetos ya usados, los nuevos realistas son los primeros paisajistas del consumo, los autores de las primeras naturalezas muertas de la sociedad industrial.

Con el pop art la noción de consumo constituía en cambio un tema abstracto ligado a la producción en masa, que sólo adquirirá un valor concreto una vez que se vincule de nuevo con deseos individuales a comienzos de los años ochenta. Los artistas que reivindicaron el *simulacionismo* consideraron entonces la obra de arte como una “mercancía absoluta” y la creación como un simple *ersatz* del acto de consumir. *Compro, luego existo*, como escribiera entonces Barbara Kruger. Se trata de mostrar el objeto desde la perspectiva de la compulsión de comprar, desde el deseo, a medio camino entre lo inaccesible y lo disponible. Tal es

la tarea del marketing que representa el verdadero tema de las obras simulacionistas. Haim Steinbach dispone así objetos fabricados en serie o antigüedades en estanterías minimalistas o monocromas. Sherrie Levine expone copias fieles de obras de Joan Miró, Walker Evans o Edgar Degas. Jeff Koons pega publicidades, recupera iconos kitsch o coloca pelotas de básquet suspendidas dentro de immaculados contenedores. Ashley Bickerton realiza un autorretrato compuesto por logos de las marcas que utiliza en la vida cotidiana.

Entre los simulacionistas, la obra surge de un contrato que estipula la idéntica importancia del consumidor y el artista proveedor. Koons utiliza entonces a los objetos como condensadores de deseo, puesto que “El sistema capitalista occidental concibe el objeto como una recompensa por el trabajo efectuado o por el éxito (...). Y una vez acumulados esos objetos definen la personalidad del yo, realizan y expresan sus deseos”⁴. Koons, Levine o Steinbach se presentan pues como verdaderos intermediarios, *agentes del deseo*⁵ cuyos trabajos representan meros simulacros, imágenes nacidas más de un estudio de mercado que de una supuesta “necesidad interior”, de valor más bajo. El objeto de consumo ordinario se duplica en otro, puramente virtual, que designa un “estado inaccesible”, una carencia (Jeff Koons). El artista consume el mundo en lugar del observador y por su cuenta. Dispone los objetos en vidrieras que neutralizan la noción de

⁴ Ann Goldstein: Jeff Koons, en catálogo *A forest of signs*, MOCA, Los Ángeles, 1989.

⁵ Exposición “Les courtiers du désir”, Centro Pompidou, 1987.

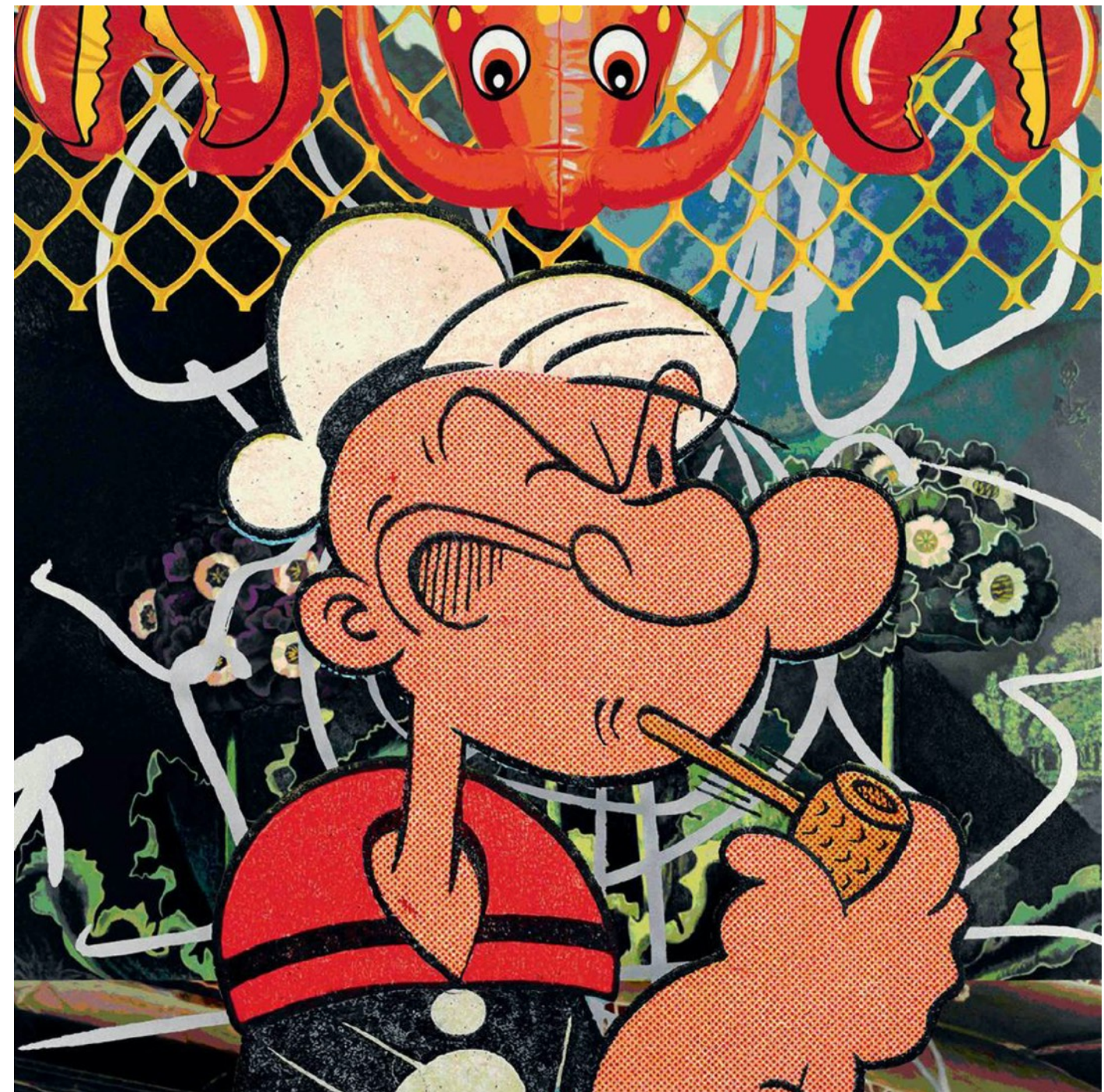
















KEVINRUDA-GRAPHICARTIST











<http://vimeo.com/79167354>

<http://www.mtv.com/videos/news/976779/jeff-koons-reveals-the-meaning-of-the-gazing-ball-in-lady-gagas-artpop-cover.jhtml>



3. Eclecticismo y post producción

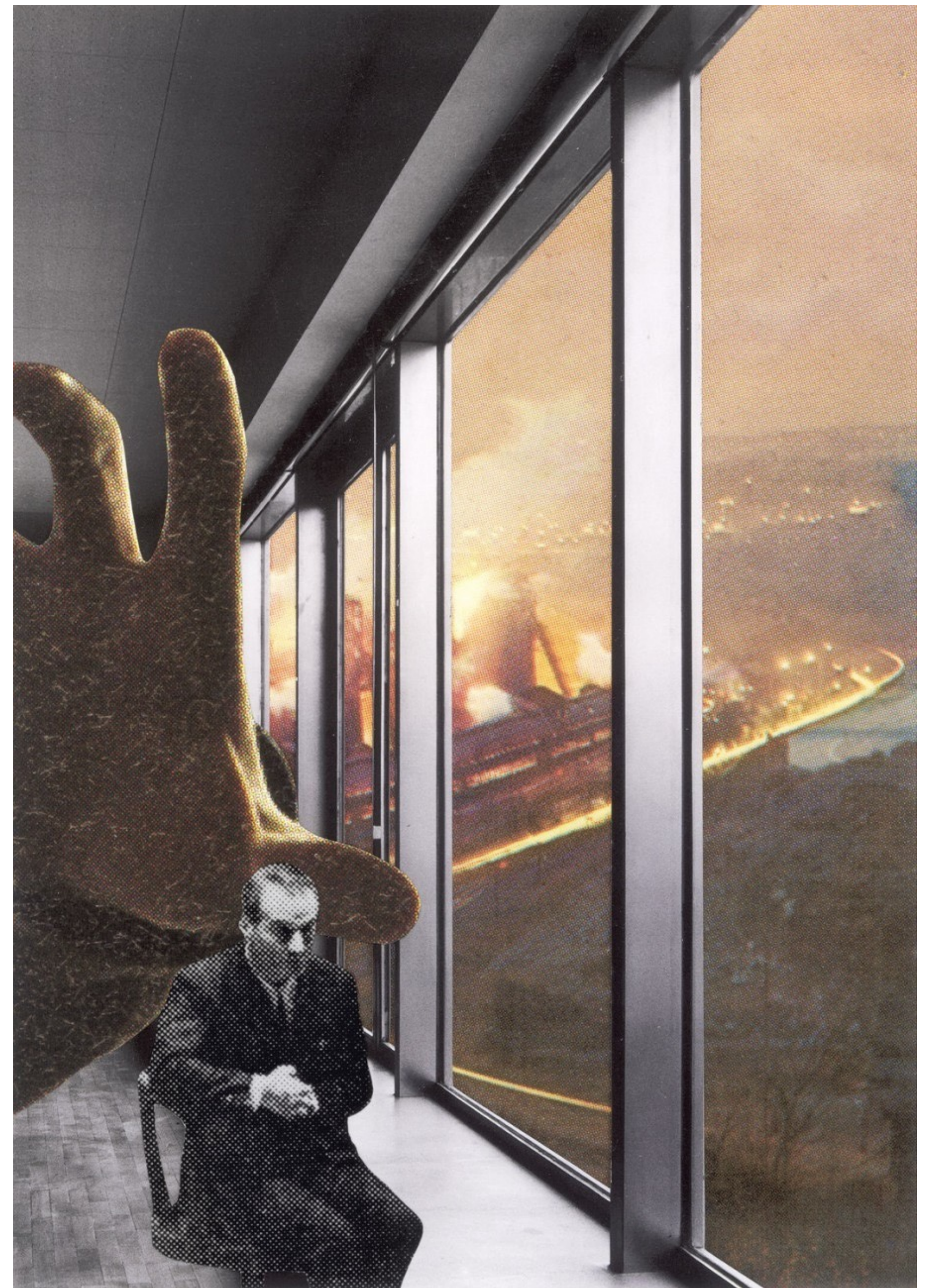
A través de su sistema museístico y sus aparatos históricos, pero también por su necesidad de nuevos productos y de nuevos “ambientes”, el mundo occidental ha terminado reconociendo en tanto que culturas de pleno derecho a tradiciones hasta entonces consideradas como destinadas a desaparecer dentro del movimiento del modernismo industrial, aceptando como arte lo que sólo era percibido como folklore o primitivismo. Recordemos que para un ciudadano de principios de siglo la historia de la escultura saltaba a veces de la Antigüedad griega al Renacimiento y se limitaba a nombres europeos. Hoy la cultura global es una gigantesca anamnesis, una inmensa mixtura cuyos principios de selección son muy difíciles de identificar.

¿Cómo evitar que esa colisión de culturas y de estilos desembogue en un eclecticismo kitsch, un *alejandrinismo cool* que excluya cualquier juicio crítico? Generalmente se clasifica como ecléctico a un gusto confuso o desprovisto de criterios, una trayectoria intelectual sin una columna vertebral, un conjunto de opciones que no fundamenta ninguna visión coherente. Al con-

común confirma en realidad la idea de que habría que poner miras hacia un tipo determinado de arte, de literatura o de música, sin lo cual nos extraviaríamos en lo kitsch por no afirmar una identidad personal lo bastante fuerte —o más simplemente, *destacable*. El carácter vergonzoso del eclecticismo es inseparable de la idea de que el individuo se asimila socialmente a sus elecciones culturales: se supone que soy lo que leo, lo que escucho, lo que miro. Cada uno de nosotros es identificado con su estrategia personal de consumo de signos; lo kitsch representa un *gusto exterior*, una especie de opinión difusa e impersonal que vendría a reemplazar a la elección individual. Nuestro universo social, dentro del cual el peor defecto sería no ser ubicable en relación con las normas culturales, nos incita así a reificarnos a nosotros mismos. Según esa visión de la cultura, no importa en absoluto lo que cada uno pueda hacer con lo que consume; aunque un artista perfectamente puede servirse de un folletín norteamericano para desarrollar un proyecto apasionante. Por desgracia, lo inverso no es frecuente.

El discurso anti ecléctico se ha vuelto pues un discurso de adhesión, el deseo por una cultura señalizada de tal manera que todas sus producciones estén bien ordenadas, claramente identificables como distintivos, signos de unión con una visión estereotipada de la cultura. Lo cual está ligado con la constitución del discurso modernista tal como lo enuncian los escritos teóricos de Clement Greenberg, para quien la historia del arte

THIS IS THE MODERN WORLD



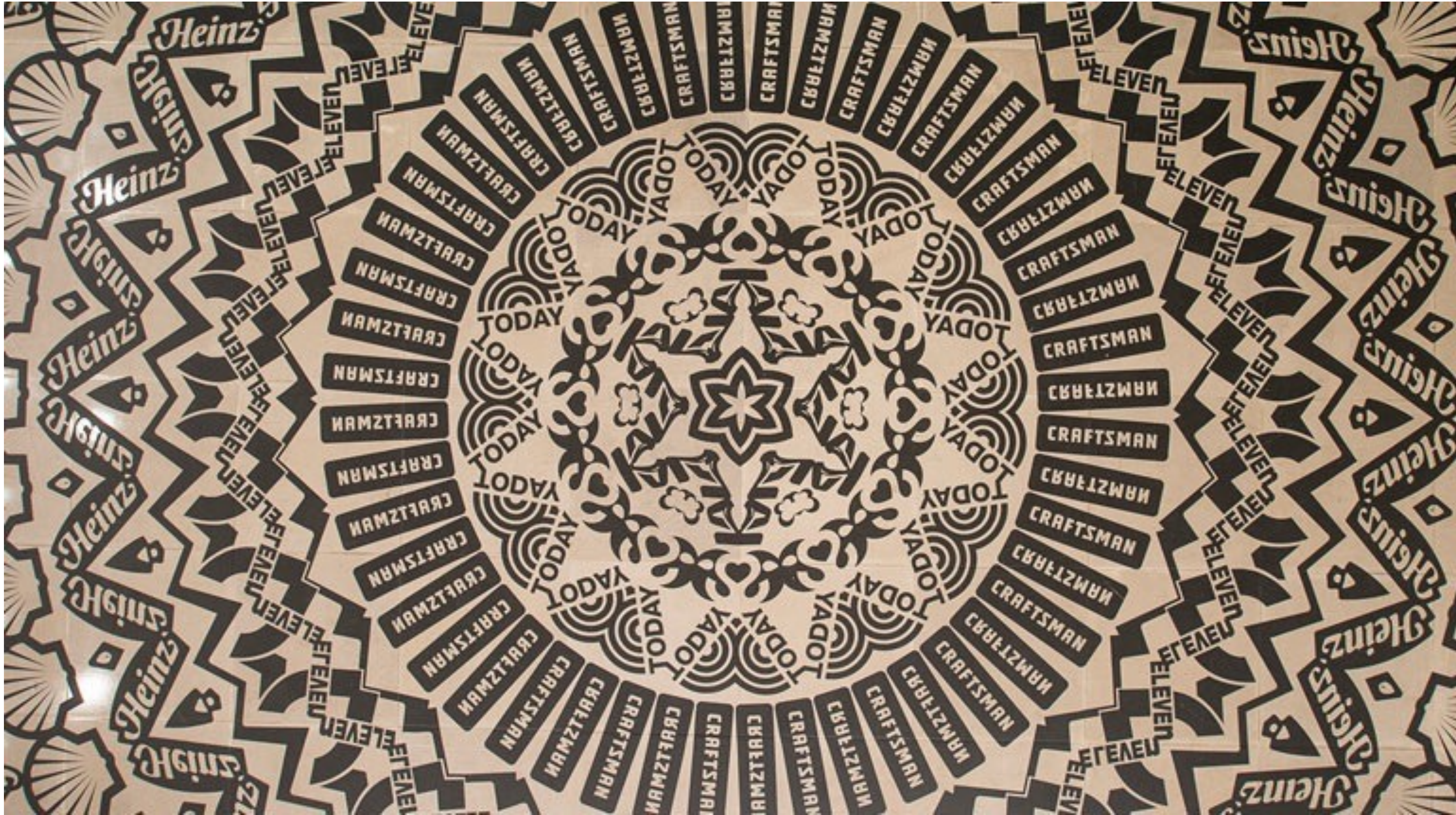
Jakob Kolding
Modern angst, 2010





Fatimah Tuggar





Gunilla Klingberg



Lissitsky o de John Heartfield a partir de la realidad social contemporánea. En sus videos o sus fotografías, Fatimah Tuggar mezcla publicidades norteamericanas de los años '50 con escenas de la vida cotidiana africana, y Gunilla Klingberg rediseña los logos de los supermercados suecos en forma de mandalas enigmáticos. Nils Norman o Sean Snyder establecen catálogos de signos urbanos y reescriben la modernidad a partir de su uso vulgarizado por el lenguaje arquitectónico. Cada una a su modo, tales prácticas afirman la importancia de mantener una actividad frente a la producción general. Todos esos elementos son utilizables. Ninguna imagen pública debe gozar de impunidad por cualquier motivo que sea; un logo pertenece al espacio público porque circula por la calle y figura en los objetos que utilizamos. Está en curso una guerra jurídica que coloca en primera línea a los artistas: ningún signo debe quedar inerte, ninguna imagen debe permanecer intocable. El arte representa un contrapoder. No porque la tarea de los artistas consista en denunciar, militar o reivindicar, sino porque todo arte está comprometido, cualesquiera sean su naturaleza y sus fines. Hoy existe una querrela de las representaciones que enfrenta al arte con la imagen oficial de la realidad, la que propaga el discurso publicitario, la que difunden los medios masivos, la que organiza una ideología ultralight del consumo y la competencia social. En nuestra vida cotidiana, nos codeamos con ficciones, representaciones, formas que nutren un imaginario colectivo cuyos contenidos son dictados por el poder. El arte nos coloca en presencia

de contraimágenes. Frente a la abstracción económica que desrealiza la vida cotidiana, arma absoluta del poder tecnocomercial, los artistas reactivan las formas habitándolas, pirateando las propiedades privadas y los copyrights, las marcas y los productos, las formas museificadas y las firmas.

Si tales "recargas" de formas, tales compilaciones y tales recuperaciones representan hoy una apuesta importante, es porque incitan a considerar, la cultura mundial como una caja de herramientas, como un espacio narrativo abierto, antes que como un relato unívoco y una gama de productos.

En lugar de prosternarse ante las obras del pasado, servirse de ellas. Como Tiravanija cuando inscribe su trabajo en una obra arquitectónica de Philip Johnson, como Pierre Huyghe cuando filma de nuevo a Pasolini, pensar que las obras proponen escenarios y que el arte es una forma de uso del mundo, una negociación infinita entre puntos de vista.

A nosotros como observadores nos corresponde poner en evidencia tales relaciones. A nosotros nos toca juzgar las obras de arte en función de los vínculos que producen dentro del contexto específico en el que se debaten. Porque el arte, y no percibo finalmente otra definición que las abarque a todas, es una actividad que consiste en producir relaciones con el mundo, materializando de una forma o de otra sus vínculos con el espacio y con el tiempo.

2. La pasión archivística

- El impulso archivístico (Foster) o mejor, la pulsión archivística
- El *mal d'archive* (Derrida)
- El síndrome de Diógenes
- Antecedentes: *Atlas* de Gerhard Richter, las colecciones de Bernhard y Hilla Becher
- Tacita Dean, Cristian Boltanski, Thomas Hirschhorn, Sam Durant, Douglas Gordon, Pierre Huyghe, Philip Parreno, Mark Dion, Renée Green, ...

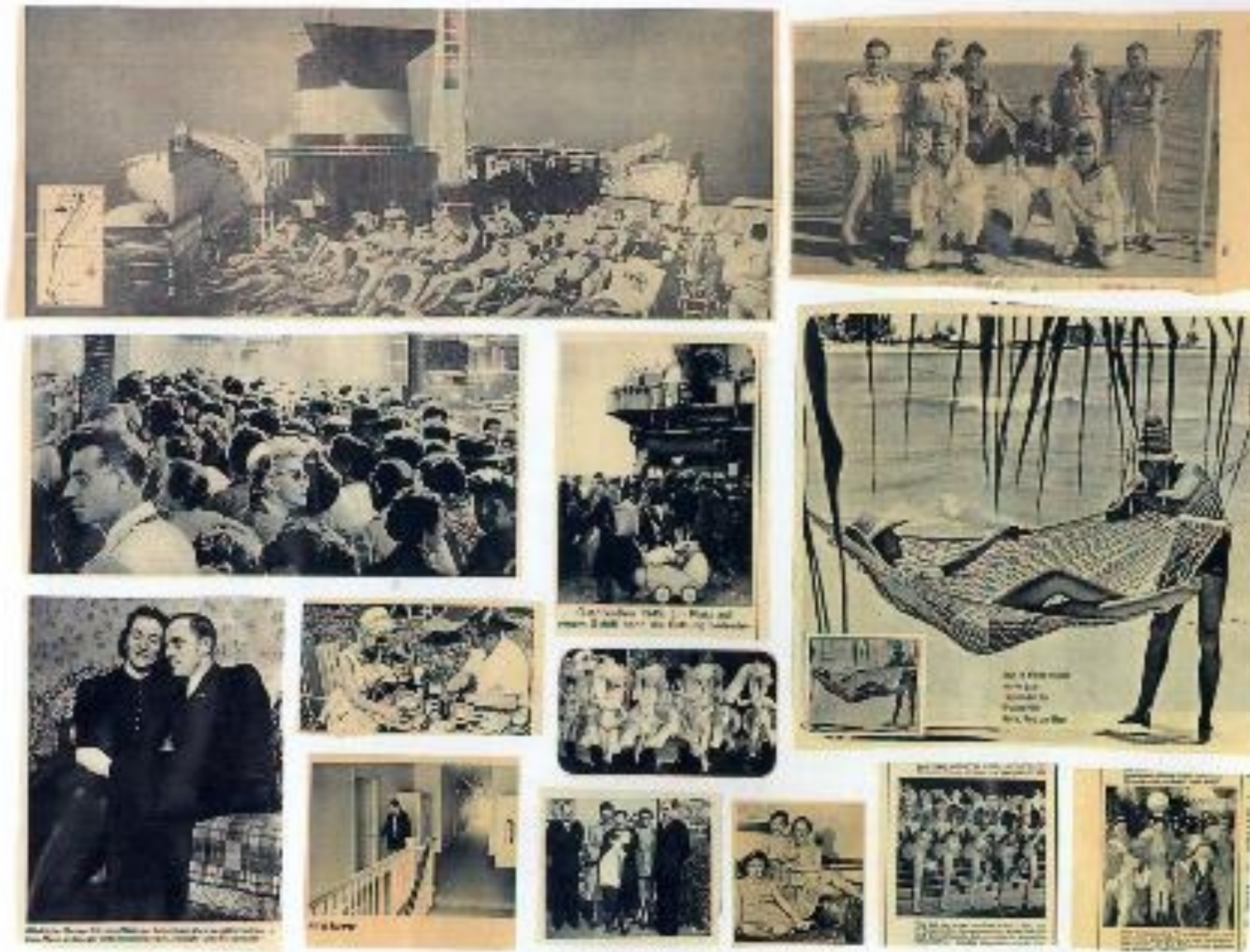
Walter Benjamin:

- El método de su obra era el montaje literario. “No tengo nada que decir, sólo quiero mostrar” (GS 5, p. 574).

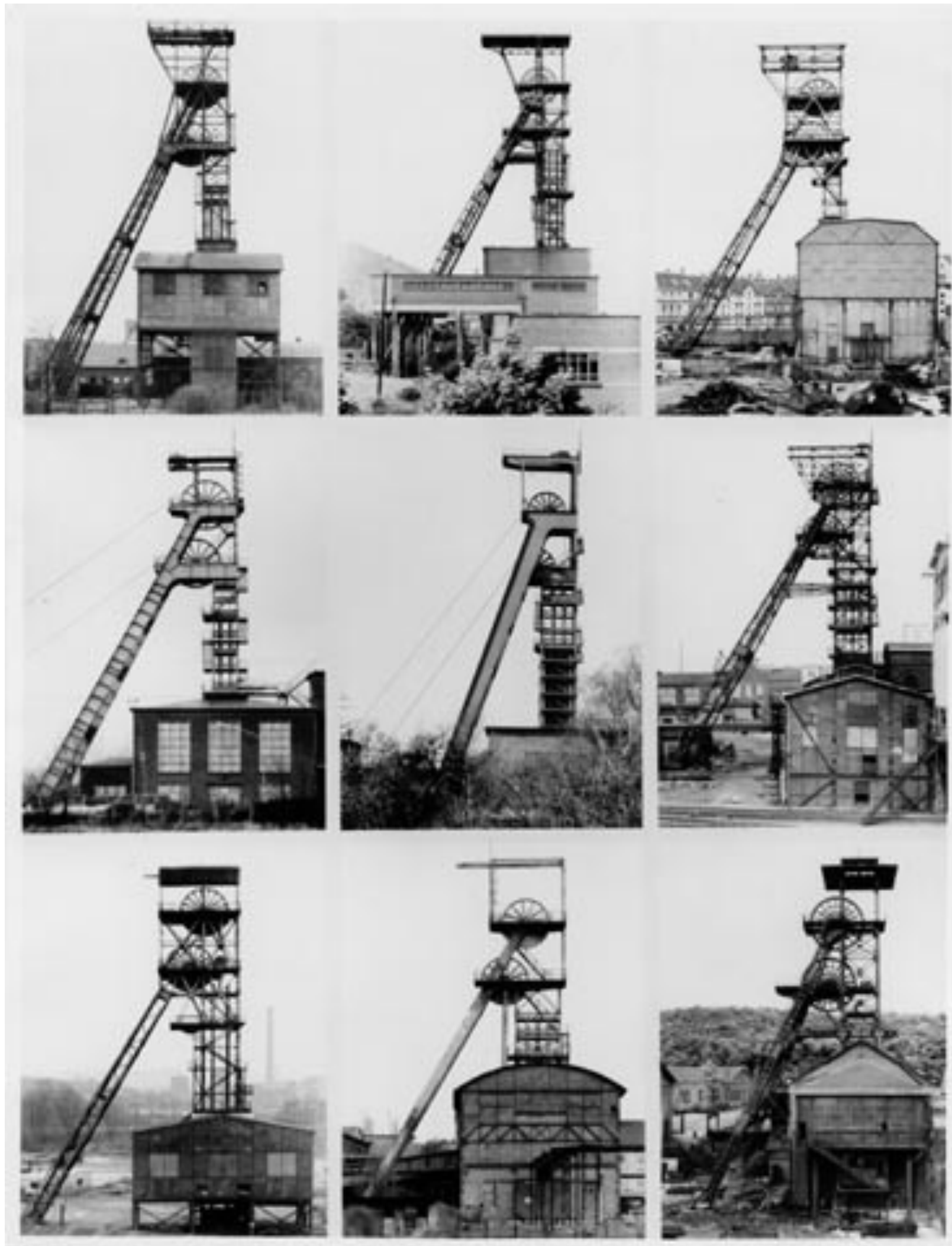
- *La Passagenwerk* es la culminación de este procedimiento: Una obra consistente sólo en citas.



Gerhard Richter,
Paneles 3 y 4
de *Atlas*, 1962-



Zeitungsfotos
Newspaper photographs
1963
Atlas Sheet: 12



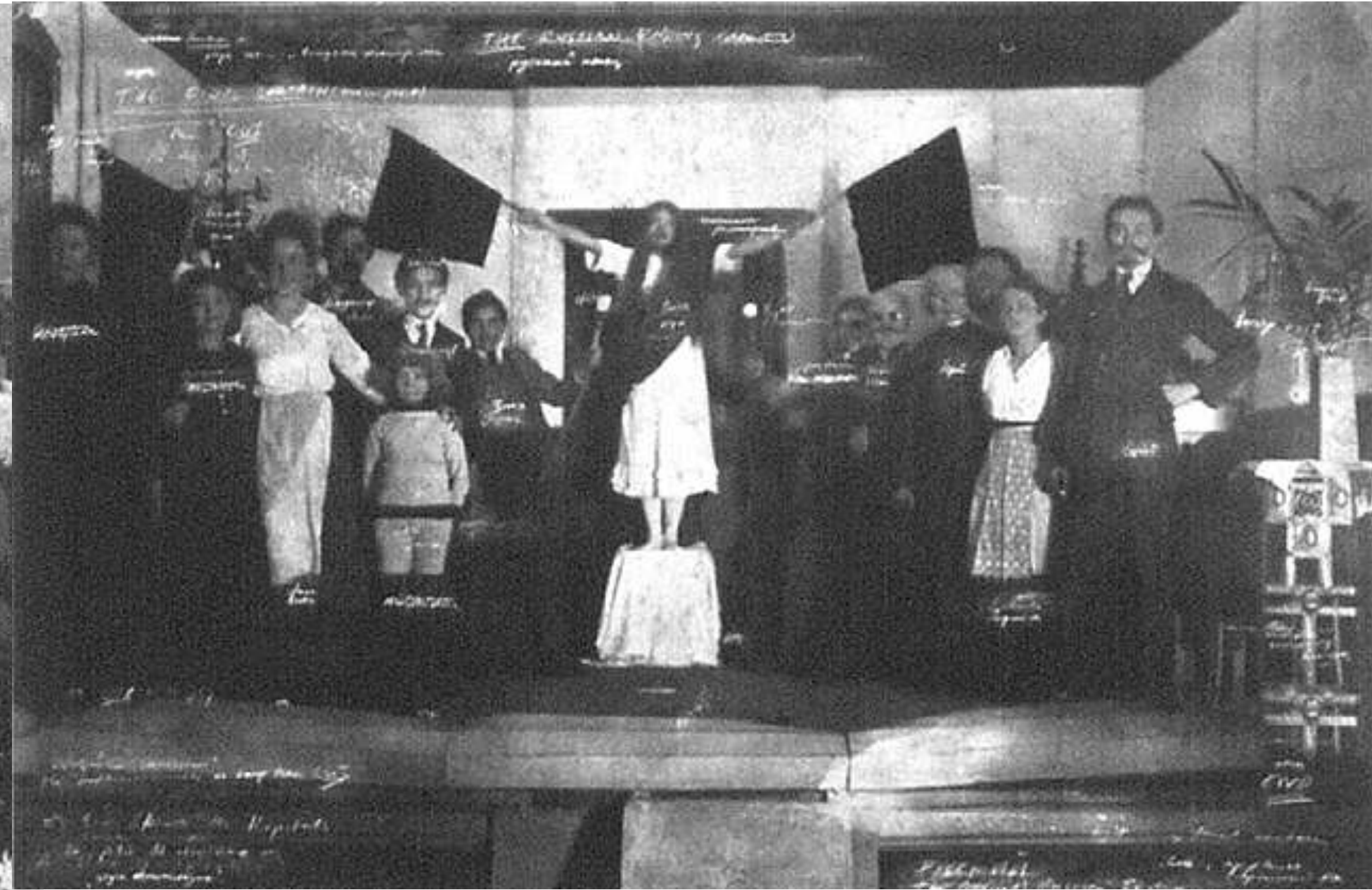
Bernd & Hilda Becher



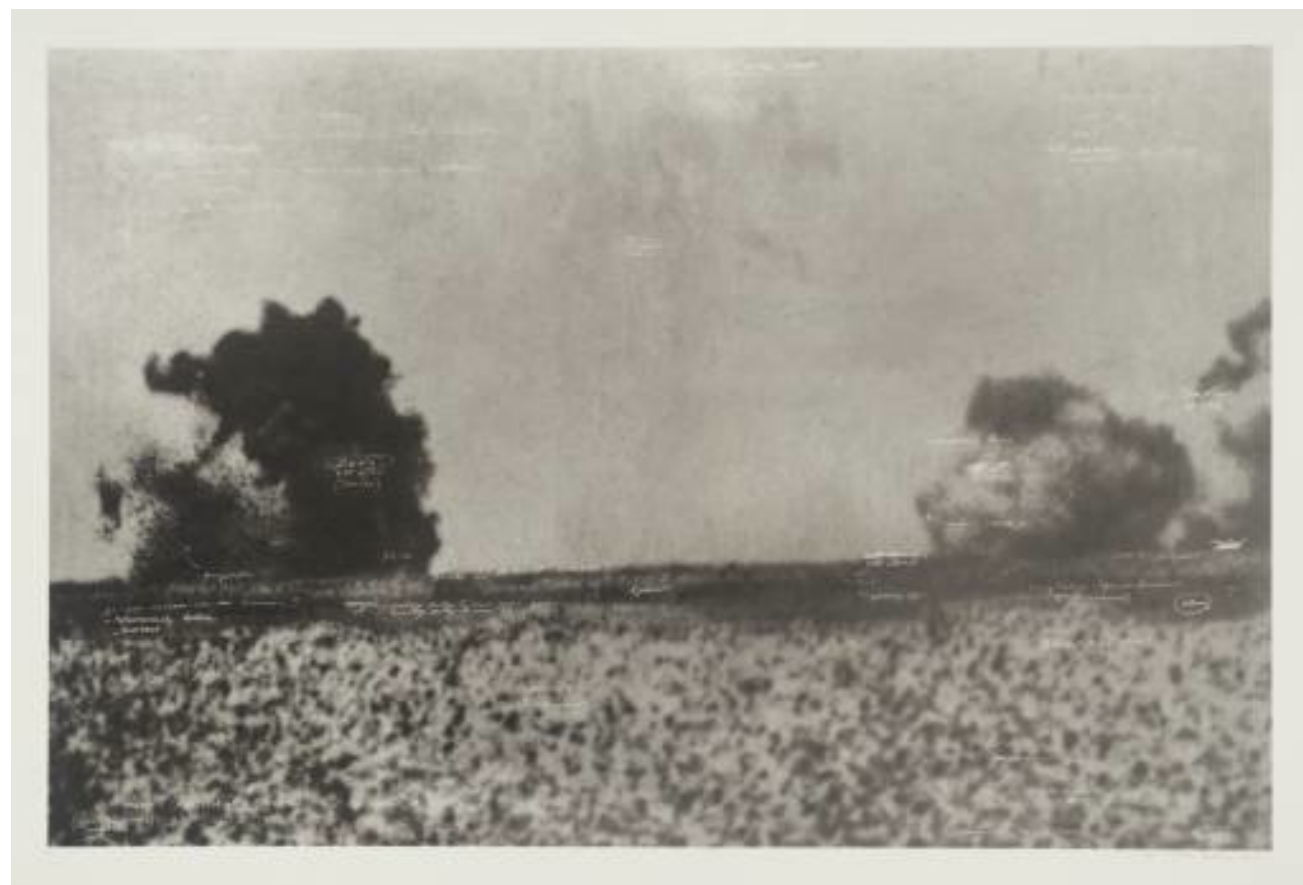
TACITA DEAN (1965-)



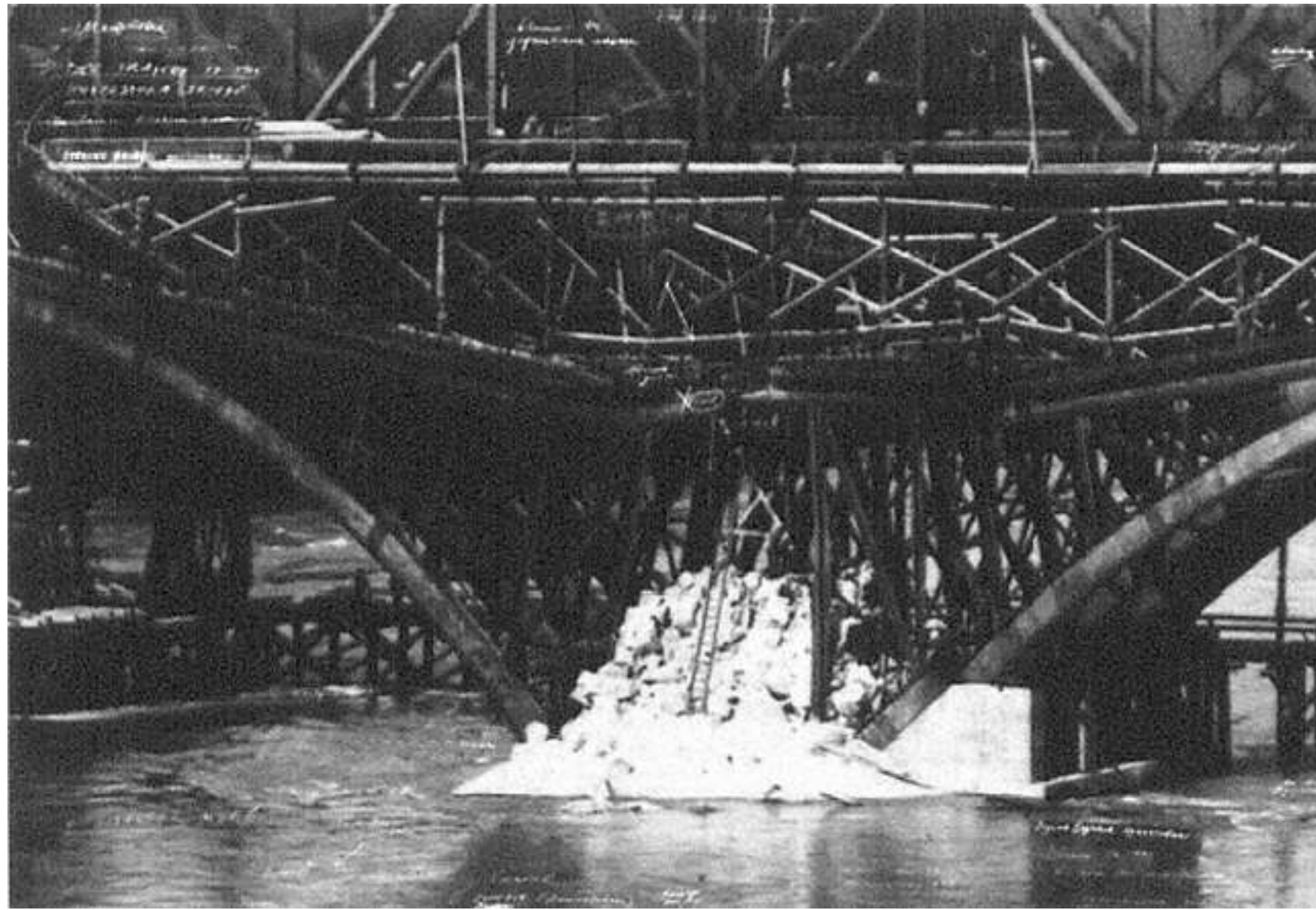
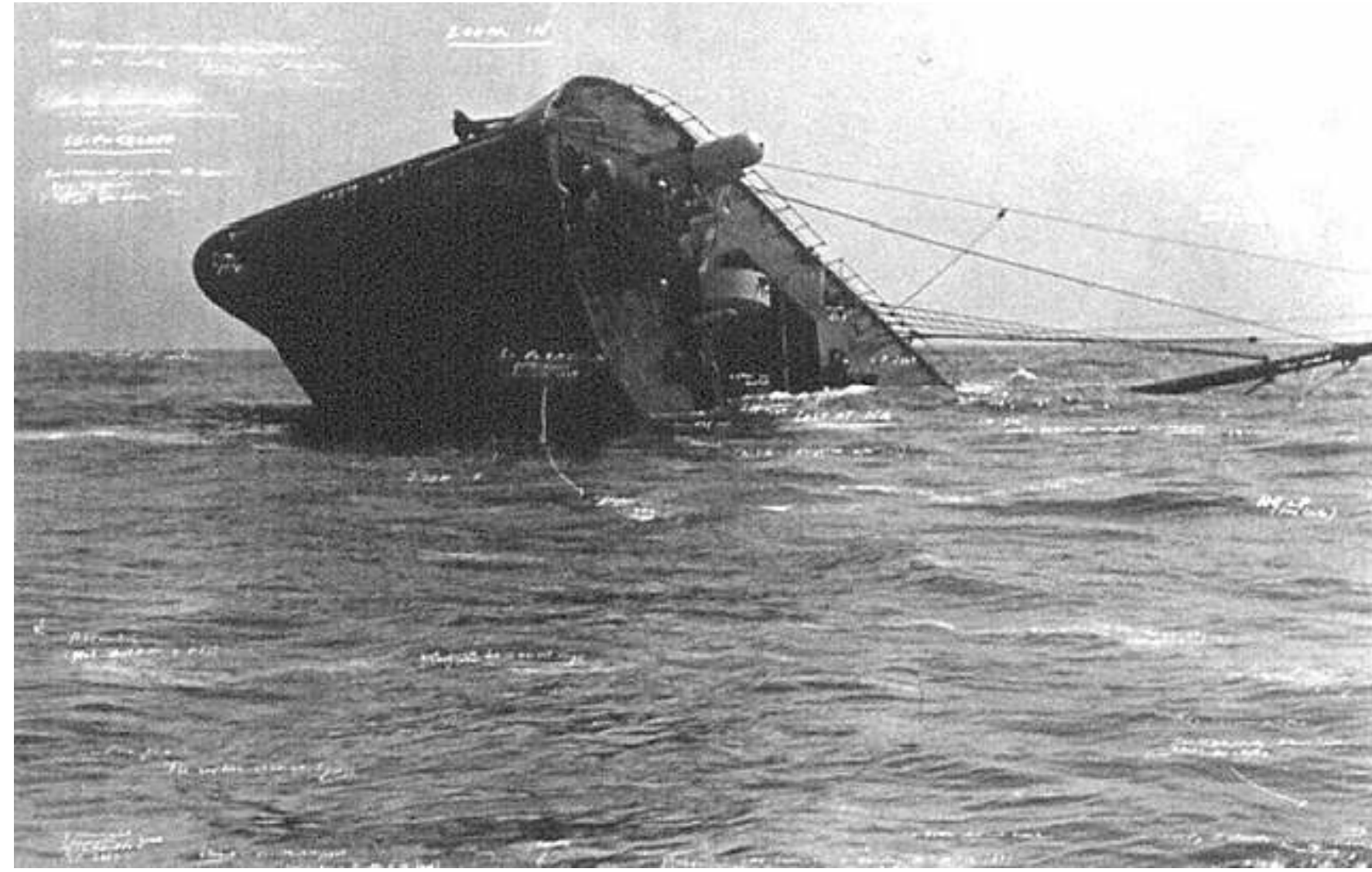
Tacita Dean
Death of a Priest
2001



Tacita Dean
Ein Sklave des Kapitals
2001



Tacita Dean, *The Russian Ending*, 2001



CHRISTIAN BOLTANSKI (1944-)

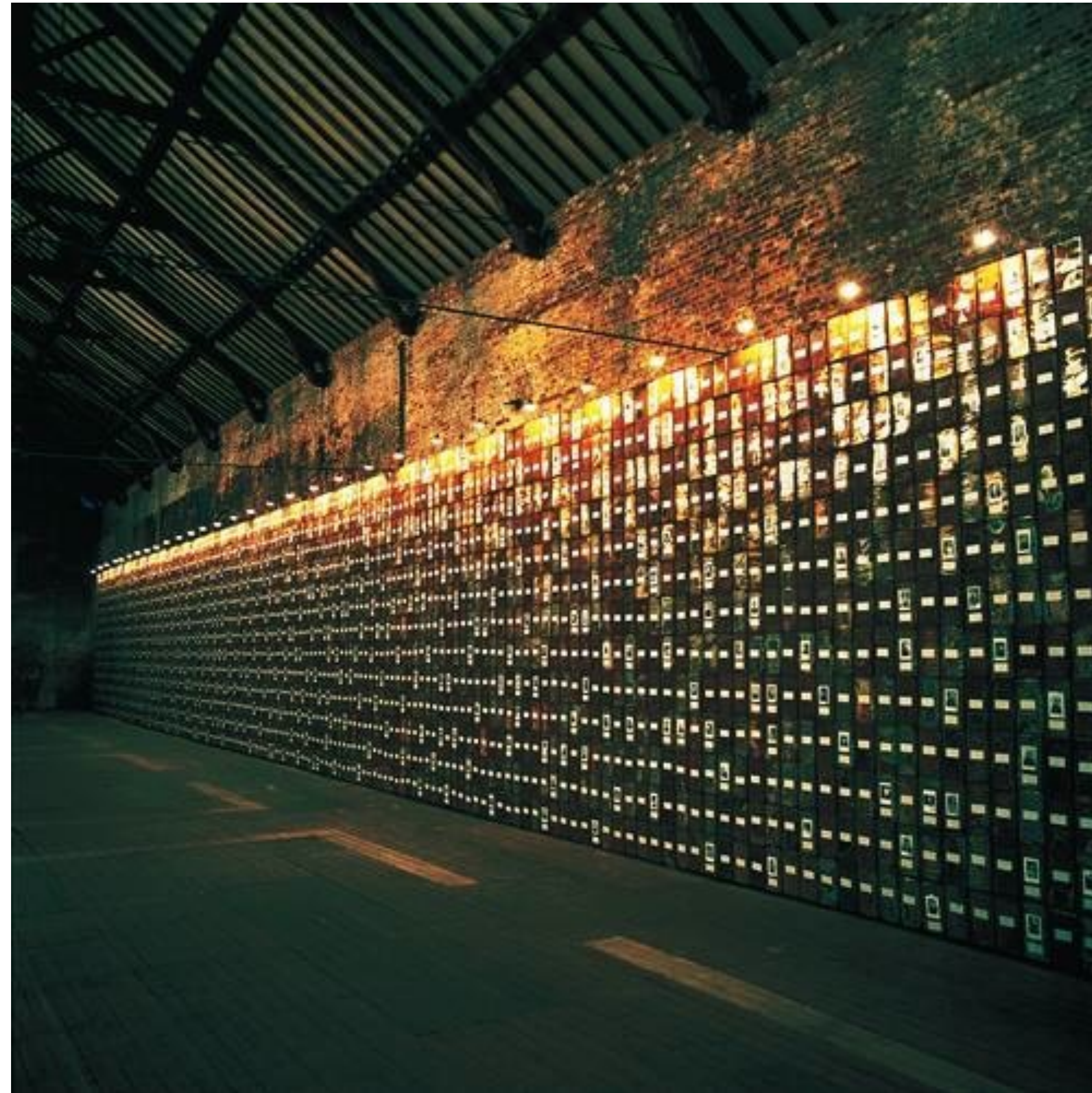




Christian Boltanski,
Altar to the Chases High School (Autel Chases), 1987

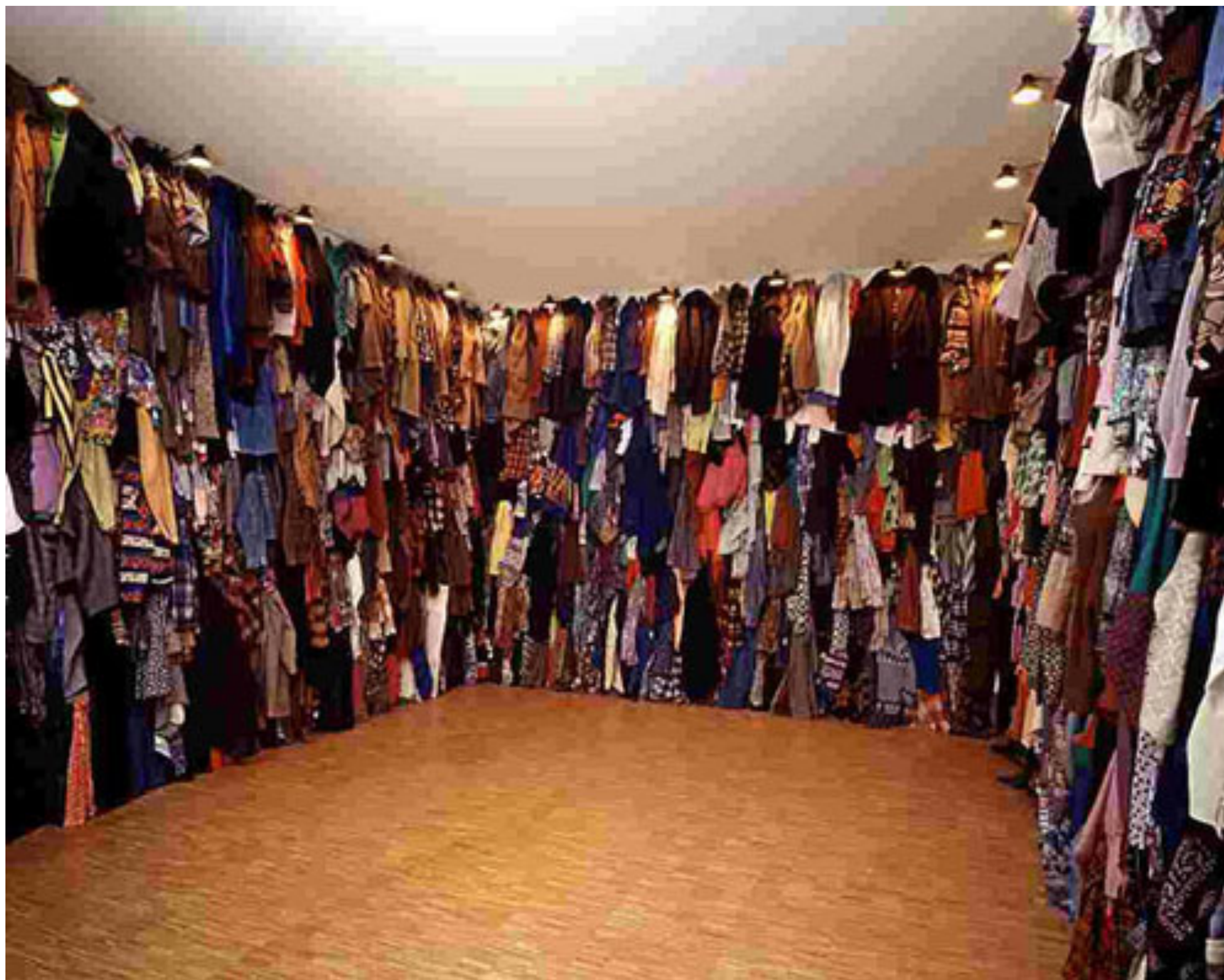






Ch. Boltanski, Les registres du Grand-Hornu, 1997





C. Boltanski, *Reserve (Réserve)*, 1990



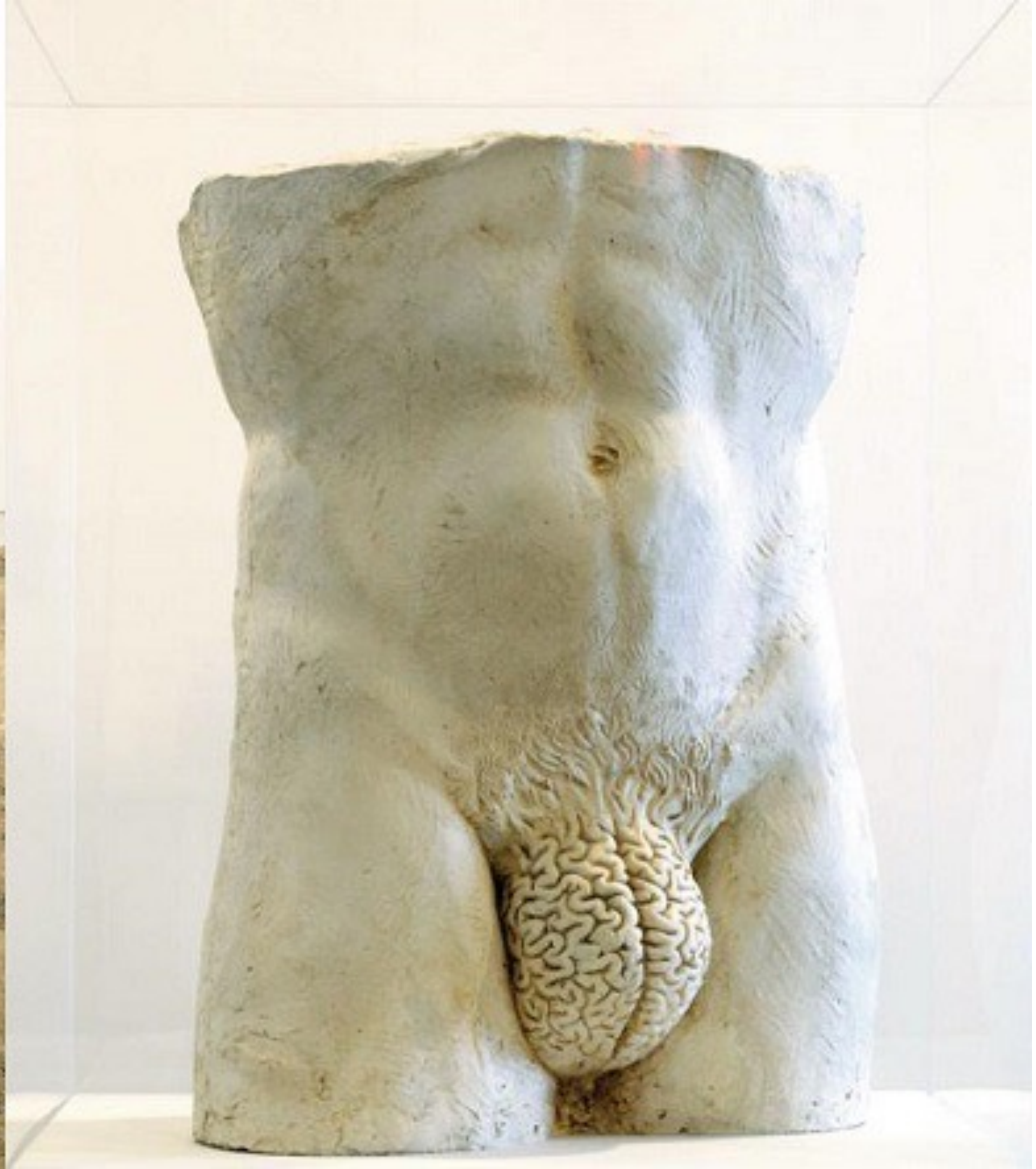
Thomas Demand, *Archive*, 1995

3. Ironía y espectáculo

- La ironía como un rasgo característico de la postmodernidad
- El mercado, la transgresión y el espectáculo



- Irony is central to the aesthetics and methods of post-modernism. It originates within rebellious stance against prescribed status quo and accepted norms of the 40s and 50s by taking a path of ridiculing it.



Yoan Capote



Banksy





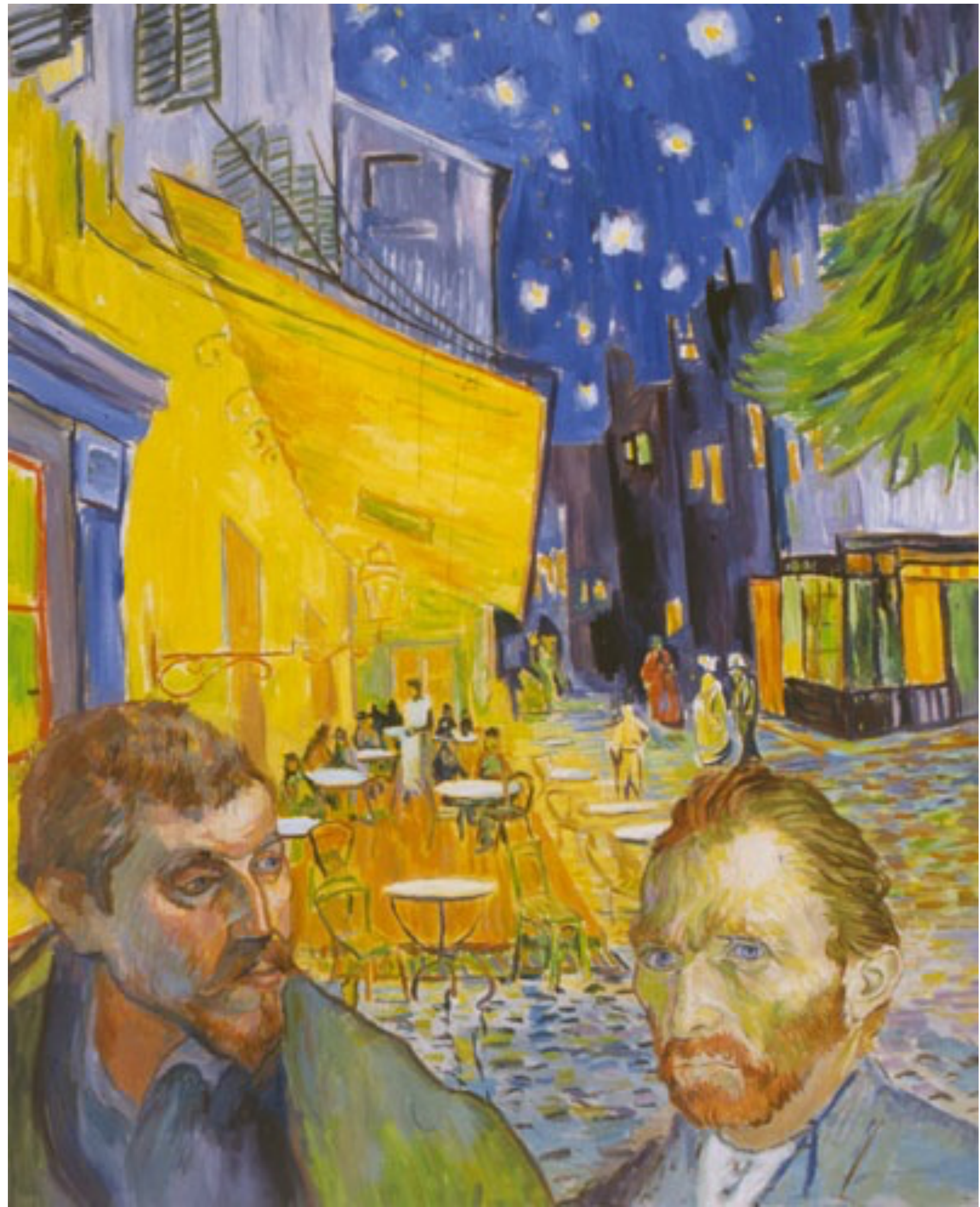
Maurizio Cattelan, *Stadium*, 1991



Maurizio Cattelan,
Him,
2012

RUSSELL CONNOR (1929-)













DINOS & JAKE CHAPMAN (1962- , 1966-)



Disasters of War, 1993



Sex, 2003





Insult to Injury, 2003









Jake and Dinos Chapman's Dinos and Jake's Progress (2007). Reworked and improved etching from William Hogarth's Rake's Progress

Dinos y Jake Chapman,
La postproducción de obras de Adolf Hitler,
2008









SHI XINNING

Yalta No. 2

2006

Oil on canvas

210 x 317 cm

SHI XINNING (1969-)





ISAAC ASIMOV SOBRE LA CREATIVIDAD

1. Analizar grandes ideas del pasado: “Una forma de investigar el problema es estudiar las grandes ideas del pasado para saber cómo se generaron. Desafortunadamente, el proceso de creación muchas veces nunca está claro ni para los propios creadores”, dice Asimov en su ensayo.

2. Capacidad de conectar dos cosas que en principio parecen desconectadas: No solo se necesitan expertos en determinados sectores, también personas con la capacidad de conectar dos cosas que en principio no tienen nada en común, defiende Asimov. “Sin lugar a dudas, en la primera mitad del siglo XIX, un gran número de naturalistas habían estudiado la manera en que las especies se diferenciaban entre sí. Mucha gente había leído a Malthus (su ensayo *Essay on Population*). Quizás, algunas personas habían estudiado las especies y habían leído a Malthus. Pero lo que se necesitaba era a alguien que hubiera estudiado las especies, hubiera leído a Malthus y tuviera la capacidad de conectar ambas ideas”. Eso es lo que hicieron Charles Darwin y Alfred Wallace casi al mismo tiempo con la teoría de la selección natural. Una vez hecho el cruce parece algo obvio y todo el mundo puede pensar “Qué estúpido, ¿cómo no se me había ocurrido antes?”. La historia ha demostrado que no es fácil pensar en una idea incluso con todos los factores sobre la mesa. Para hacer la conexión hace falta atrevimiento, continúa Asimov.

3. Estar convencido de una idea que parece irrealizable: Solo una vez que se ha puesto en marcha es cuando una idea se ve razonable. Al principio, normalmente, se considera irracional. “Suponer que la tierra era redonda y no plana, que se movía alrededor del sol o que los objetos requieren una fuerza para detenerse cuando están en movimiento en lugar de una fuerza para mantenerse en movimiento, parecía el colmo de la sinrazón”, defiende Asimov.

4. Tener seguridad en uno mismo: Las personas a las que se les ocurren ideas rompedoras suelen contar con experiencia en el sector y eso les reporta seguridad en sí mismos a la hora de defender el proyecto. La excentricidad es otra de las cualidades que defiende Asimov. “Algunos genios suelen ser poco convencionales en sus hábitos”, (en este punto cree esencial saber identificar a los chalados sin ingenio).

5. Pensar en solitario antes del *brain storming* (lluvia de ideas) en grupo: “El proceso creativo requiere soledad”, así de rotundo es Asimov. “Una persona creativa está constantemente trabajando. Su mente está procesando información en todo momento, incluso cuando no es consciente de ello. La presencia de otras personas solo puede inhibir ese proceso, porque los procesos creativos son embarazosos. Por cada nueva buena idea hay decenas de miles de absurdas, que no vas a querer exponer”, continúa el escritor.

6. El trabajo en equipo, en lugares informales: Las reuniones de grupo para la puesta de ideas en común son esenciales porque cada uno puede aportar su visión y de ahí la importancia de los equipos multidisciplinares. A alguno de los miembros se le puede ocurrir una combinación que en solitario jamás le habría salido. Es importante que el encuentro se lleve a cabo en un ambiente relajado, en el que se respire informalidad, jovialidad, se usen los nombres de pila e incluso se hagan bromas. “Es la clave para que todos se sientan inmersos en el proceso creativo”, asegura Asimov. Reunirse en casa de alguno de los miembros o en un restaurante para cenar sea quizás más útil que en una sala de reuniones. Si uno de los presentes tiene más reputación o una personalidad más arbitraria puede provocar que el resto sean más pasivos, los puede neutralizar.

7. Si te pagan por ser creativo, te puedes bloquear: Probablemente, uno de los factores que más inhiben sea el sentimiento de responsabilidad. “Las grandes ideas de todos los tiempos vinieron de gente a la que no se pagaba por tener buenas ideas, sino que se le pagaba por ser profesores, secretarios de una oficina de patentes, funcionarios o ni siquiera se les pagaba. Las grandes ideas surgen como asuntos secundarios”, asegura Asimov.

La forma

y es verdad que estamos entrando

¿Qué es el acto de creación?

Conferencia de Gilles Deleuze en la Fundación FEMIS (17/05/1987)

También yo quisiera hacer preguntas, hacérselas a ustedes y a mí mismo. Estas preguntas serían del género: ¿qué es exactamente lo que hacen cuando hacen cine? Y yo, ¿qué es exactamente lo que hago cuando hago o espero hacer filosofía? ¿Es que hay algo para decir en función de esto? Por supuesto, esto sienta mal en casa de ustedes pero también sienta muy mal en mi casa [risas]. Y no es solamente esto lo que habría para decirse.

Entonces podría plantear la pregunta de otra manera: ¿qué es tener una idea en cine? Si uno hace cine o si quiere hacerlo, ¿qué es tener una idea? Quizá eso que uno dice: "¡vaya, tengo una idea!". Pero, por un lado, casi todo el mundo sabe bien que tener una idea es un acontecimiento raro, que sucede raramente; que tener una idea es una especie de fiesta. Pero no es común. Y, por otro lado, tener una idea no es algo general. Uno no tiene una idea *en general*. Una idea está ya totalmente consagrada, como aquel que la tiene; está ya en tal autor, en tal dominio. Quiero decir que una idea es unas veces una idea en pintura, otras veces una idea en novela, una idea en filosofía, en ciencia. Y evidentemente no es lo mismo.

Si ustedes quieren, a las ideas hay que tratarlas como a especies de potenciales. Las ideas son potenciales, pero potenciales ya comprometidos con un modo de expresión determinado. Son inseparables de tal o cual modo de expresión. No puedo decir "tengo una idea *en general*". En función de las técnicas que conozco, puedo tener una idea en un determinado dominio; una idea en cine o, bien distinto, una idea en filosofía.

¿Qué es tener una idea en algo (en un dominio específico)?

Vuelvo sobre el hecho de que yo hago filosofía y ustedes hacen cine. Sería muy fácil decir que todo el mundo sabe que la filosofía está dispuesta a reflexionar *sobre cualquier cosa*. Entonces ¿por qué no reflexionaría sobre el cine? Ahora bien, esa es una idea indigna. La filosofía no está hecha para reflexionar sobre cualquier cosa. No está hecha para reflexionar sobre otra cosa. Quiero decir que tratando la filosofía como un poder para reflexionar sobre, se le asigna mucho, pero también se le quita todo. Pues nadie necesita a la filosofía para reflexionar. Es decir, los únicos efectivamente capaces de reflexionar sobre cine son los cineastas, o los críticos de cine o aquellos que aman el cine. La idea de que a los matemáticos les haría falta la filosofía para reflexionar sobre matemática es una idea cómica. Si la filosofía debiera reflexionar sobre cualquier cosa no tendría razón de existir. Si la filosofía existe es por que tiene su propio contenido. Y si nos preguntamos cuál es el contenido de la filosofía, la respuesta es muy simple: la filosofía es también una disciplina creadora, tan inventiva como cualquier otra disciplina. La filosofía es una disciplina que consiste en crear o inventar conceptos. Los conceptos no existen ya hechos; no existen en una especie de cielo donde esperan que un filósofo los tome. A los conceptos es necesario fabricarlos. Y no se fabrican así como así. Uno no se dice un día "bueno, voy a hacer tal concepto, voy a inventar tal concepto"; como tampoco un pintor se dice un día "bueno, voy a hacer tal cuadro". (Para hacer, para crear) es imprescindible que haya una necesidad tanto en filosofía como en cualquier otra disciplina, así como el cineasta no se dice "bueno, voy a hacer tal película". Tiene que haber una necesidad. Si no, no hay nada.

Si esta necesidad, que es una cosa muy compleja, existe, resta que haga que un filósofo -yo al menos sé de qué se ocupa- no se ocupe de reflexionar *sobre* el cine. Él se propone inventar, crear conceptos. Yo digo que hago filosofía, es decir, yo intento inventar conceptos. No trato de reflexionar sobre otra cosa. Si yo les pregunto a ustedes, que hacen cine, "¿qué es lo que hacen?" -tomo una definición pueril, permítanmela, seguramente existen otras y mejores- yo diría que precisamente lo que ustedes inventan, que no son conceptos porque no es su dominio, es lo que podríamos llamar bloques de movimiento-duración. Si uno fabrica bloques de movimiento-duración, quizás lo que uno hace es cine.

Remarco: no es cuestión de invocar una historia o de negarla. Todo tiene una historia. La filosofía también cuenta historias, cuenta historias con conceptos. Supongamos que el cine cuenta historias con bloques de movimiento-duración. Puedo decir que la pintura también inventa otro tipo de bloques, ni bloques de conceptos, ni bloques de movimiento-duración. Pero supongamos que sean bloques de líneas-colores. La música inventa otro tipo de bloques, muy, muy particular.

Pero lo que digo, en todo caso, es que la ciencia no es menos creadora. Yo realmente no veo oposición entre las ciencias y las artes. Si le pregunto a un sabio (a un científico) "¿qué es lo que hace?", él también inventa. No descubre. El descubrimiento existe, pero no es por él que podamos definir una actualidad científica como tal. Un científico inventó, creó tanto como un artista.

Entonces, para permanecer en definiciones tan someras como aquellas de las que partí, un científico -ustedes saben, no es complicado- es alguien que crea o inventa funciones. Él no crea conceptos. Un científico en tanto que tal no tiene nada que hacer con conceptos. Y es por eso que felizmente existe la filosofía. En cambio, hay algo que únicamente un científico puede hacer: crear e inventar funciones.

Entonces, ¿qué es una función? También podríamos definirla sencillamente como he intentado hasta ahora -ya que estamos verdaderamente rudimentarios-, no porque ustedes no comprenderían, sino porque sería yo el que se vería sobrepasado. Además, no hay por qué ir más lejos para decir lo que quiero decirles hoy. Voy a ir a lo más simple: hay función desde que ponemos en correspondencia ordenada al menos dos conjuntos. La noción de base de la ciencia después de mucho, mucho tiempo es la de los conjuntos. Y un conjunto es completamente diferente de un concepto, no tiene nada que ver con un concepto. Desde que se ponen conjuntos en correlación ordenada, se obtienen funciones, y se puede decir que uno hace ciencia.

Y si no importa quién puede hablarle a quién; si un cineasta puede hablarle a un hombre de ciencia; si un hombre de ciencia puede tener alguna cosa que decir a un filósofo y viceversa, es en la medida y en función de la actividad creadora de cada uno. No es que haya lugar para hablar de la creación. La creación es algo muy solitario. Pero es en nombre de mi creación que yo tengo algo para decirle a alguien. Y si yo alineo ahora todas esas disciplinas que se definen por su actividad creadora diré que hay un límite común a todas esas series de invención - invención de funciones, de bloques movimiento-duración, invención de conceptos, etc. La serie que les es común a todas o el límite de todo esto, ¿cuál es? Es el espacio-tiempo.

Bresson es muy conocido. Raramente hay espacios enteros en Bresson. Son espacios que llamamos desconectados. Por ejemplo hay un rincón, el rincón de una celda. Después se verá otro rincón o bien un lugar de la pared, etc. Todo esto pasa como si el espacio bressoniano, desde

que lo que hay que constatar es que que la contra-información jamás fue suficiente para nada. Ninguna contra-información le ganó jamás a Hitler. Bueno, salvo en un caso. Pero, ¿cuál es ese caso? Esto es lo importante. Mi única respuesta sería: la contra-información deviene efectivamente eficaz cuando ella es -y lo es por naturaleza-, cuando es o deviene acto de resistencia. El acto de resistencia no es ni información, ni contra-información. La contra-información no es efectiva más que cuando ella deviene acto de resistencia.

Malraux

¿Qué relación hay entre la obra de arte y la comunicación? Ninguna. La obra de arte no es un instrumento de comunicación. La obra de arte no tiene nada que ver con la comunicación. La obra de arte, estrictamente, no contiene la menor información. En cambio, hay una afinidad fundamental entre la obra de arte y el acto de resistencia. Entonces, aquí sí, la obra tiene alguna relación con la información y la comunicación. Sí, a título de acto de resistencia.

¿Cuál es esta relación misteriosa entre una obra de arte y un acto de resistencia? Mientras que los hombres que resisten no tienen ni el tiempo, ni a veces la cultura necesaria para tener una mínima relación con el arte, no lo sé. Malraux desarrolla un buen concepto filosófico, dice una cosa muy simple sobre el arte; dice que es la única cosa que resiste a la muerte. Volvamos a mi truco de siempre, del principio, sobre qué es lo que se hace cuando se hace filosofía. Se inventan conceptos. Y creo que ahí está la base de un buen concepto filosófico. Reflexionemos sobre qué es lo que resiste a la muerte. Sin duda es suficiente ver una estatuilla de tres mil años antes de nuestra era para saber que la respuesta de Malraux es una buena respuesta. Entonces podríamos decir, desde el punto de vista que nos ocupa, que el arte es lo que resiste. No es la única cosa que resiste, pero es lo que resiste. De ahí esa relación tan estrecha entre el acto de resistencia y el arte, y la obra de arte. No todo acto de resistencia es una obra de arte, aunque de alguna manera lo sea. No toda obra de arte es un acto de resistencia y, sin embargo, de alguna manera lo es.

Nos haría falta otra reflexión, una larga reflexión para...esto que quiero decir. Si me permiten volver, ¿qué es tener una idea en cine?, o ¿qué es tener una idea cinematográfica? Tomen por ejemplo el caso de los Straub cuando operan esta disyunción: la voz se eleva, ella se eleva, se eleva y -una vez más- aquello de que nos habla pasa bajo la tierra desnuda, bajo la tierra desierta que la imagen visual nos estaba mostrando; imagen visual que no tenía relación alguna con la imagen sonora, que no tenía relación directa con la imagen sonora. Ahora bien, ¿qué es ese acto de palabra que se eleva en el aire mientras su objeto está (pasa) bajo la tierra? Resistencia. Acto de resistencia. Y en toda la obra de los Straub el acto de palabra es un acto de resistencia. Desde *Moisés* hasta el último Kafka, pasando por -no cito en orden, no sé el orden- *No reconciliado* hasta *Bach*⁴.

Recuerden el acto de la palabra en Bach, ¿qué es? Es su música, su música que es acto de resistencia; acto de resistencia, ¿contra qué? No es el acto de resistencia abstracto, es el acto de resistencia *contra*, y de lucha

⁴ En orden respectivo Deleuze refiere aquí los siguientes films de Straub-Huillet: *Moses und Aron*, 1975; *Klassenverhältnisse* (*Amerika, rapports de classe*), 1984; *Nicht versöhnt oder Es hilft nur Gewalt wo Gewalt herrscht* (*Not Reconciled or Only Violence Helps Where Violence Rules*), 1965; *Chronik der Anna Magdalena Bach*, 1968.

activa, contra la repartición de lo sagrado y lo profano. Y este acto de resistencia en la música culmina con un grito. Así como hay un grito en Woyzek, hay un grito de Bach: "fuera, fuera, váyanse, no quiero verlos". Eso es el acto de resistencia. Entonces, cuando los Straub dan valor a este grito, el grito de Bach, o cuando dan valor al grito de la vieja esquizofrénica en -creo- *No reconciliado*, etc. ...todo esto debe dar cuenta de un doble aspecto. Me parece que el acto de resistencia tiene dos caras, es humano y es también el acto del arte. Sólo el acto de resistencia resiste a la muerte, sea bajo la forma de obra de arte, sea bajo la forma de una lucha de los hombres.

Y ¿qué relación hay entre la lucha de los hombres y la obra de arte? La relación más estrecha y, para mí, la más misteriosa; exactamente eso que Paul Klee quería decir cuando decía: "ustedes saben, falta el pueblo". El pueblo falta y al mismo tiempo no falta. El pueblo falta, esto quiere decir que esta afinidad fundamental entre la obra de arte y un pueblo que todavía no existe no es clara ni lo será jamás. No hay obra de arte que no haga un llamado a un pueblo que no existe todavía.

En fin, está muy bien. Estoy profundamente feliz por su gran gentileza de haberme escuchado y les agradezco infinitamente.

Gilles Deleuze - 1987.

(Traducción: Romina Di Rienzo - Revisión: Adrián Cangini)

RESUM TEMA 6

- La creativitat és un tret de la naturalesa humana
- La creativitat és un imperatiu del capitalisme cognitiu
- Tres nivells de la creativitat: nou, original i exemplar
- Goodman: 5 modes de crear: Composició y descomposició, Ponderació, Ordenació, Supresió y complementación, Deformació
- El mode 6: resignificació i apropiació
- Creativitat en ciència, filosofia i art
- Crear és resisitir (Deleuze)