UN MOVIMIENTO PLASTICO DE VANGUARDIA EN BUENOS AIRES
SUS CREADORES, SUS DIFUSORES Y SU PUBLICO
Materiales para un estudio sociológico de la vida artística e intelectual

Marta R. F. de Slemenson
Germán Kratochwill

33

INSTITUTO T. DI TELLA
BIBLIOTECA DE CIENCIAS SOCIALES

Simposio sobre Sociología
de los Intelectuales

Buenos Aires, 3 al 5 de Julio, 1967

Han participado en la encuesta de público la arquitecta Rosa K. de Koenisberg y la Sra. Silvia Karp de Kratochwil. Han procesado los datos del "cuestionario de público" las licenciadas Susana Cristal, Dora González y Mirta Parnés de De la Vega. A todas ellas, así como a las personas entrevistadas y a las instituciones visitadas, nuestro agradecimiento.

I. ALGUNOS COMENTARIOS METODOLOGICOS

1. El orígen del estudio y sus objetivos generales

El propósito inicial de este estudio fue un enfoque sociológico de la plástica de vanguardia en Buenos Aires (excluído todo propósito de evaluación estética). Nuestro interés se centró en el estudio de las relaciones existentes entre el artista, como individuo inmerso en un contexto socio-cultural que se desarrolla, y las estructuras sociales con las que entra en contacto.

Carecíamos no sólo de un cuerpo teórico organizado, sino también de material fáctico extraído de investigaciones semejantes en nuestro país. Resultaba obvio que debíamos limitar nuestros objetivos a formulaciones preliminares de carácter exploratorio y al pretest de instrumentos a utilizar en futuras investigaciones con características más definidas.

2. Tres preguntas básicas

Nuestra primera pregunta fué: ¿Qué significa hablar de "plástica de vanguardia" en Buenos Aires? Aceptamos como punto de partida la opinión de Noé según la cual "la tendencia al objeto abstracto junto con la nueva figuración configuran esa realidad en nuestro país" (1) (Creemos que en este momento es necesario tomar en cuenta adicionalmente la tendencia que el Prof. J. Romero Brest sintetizó en una reciente exposición como la nueva geometría). Aceptar la delimitación de Noé implicaba ponerse en contacto con varios movimientos. Decidimos trabajarlos a la manera de un mosaico: determinando los componentes de cada uno de ellos y penetrando luego en los demás a través de los miembros que servían de enlace entre uno y otro.

¿Corresponde a la realidad de este tipo de muestreo? Creemos que sí, y en este sentido nos da la razón Romero Brest cuando dice: "...Entonces se advierte que no hay una situación, sino tantas situaciones como grupos de creadores y contempladores, cada uno de los cuales tiene, además, sus coleccionistas, su prensa, sus revistas y sus museos..." (2). Quiere decir que cada una de las partes de nuestro mosaico incluiría, no sólo a un grupo de artistas conectados entre sí, sino también a aquellos -individuos, grupos, instituciones- que participan

en la producción, en la difusión y en el consumo de las creaciones de vanguardia.

Llegar a este punto implicó la emergencia de nuevas preguntas:

a) ¿Qué movimiento artístico elegir en primer término y por qué?
b) ¿Cómo delimitar a sus tres componentes: creadores, difusores y público?
c) ¿Cómo establecer las conexiones entre un movimiento y los demás?

a) Para responder a la primera pregunta debíamos aislar nuestra primera muestra. La decisión surgió un poco por azar. Asistimos a una conferencia ofrecida por el ensayista Oscar Masotta en el Museo de Arte Moderno de Buenos Aires. En su transcurso éste bosquejó una clasificación de los grupos de artistas que en ese momento configuraban las manifestaciones plásticas de la vanguardia experimental en Buenos Aires. Se nos ofreció así la posibilidad de aislar un movimiento a partir de la opinión de un especialista en la materia.

b) Para delimitarlo correctamente utilizamos varias fuentes:
- La citada conferencia de O. Masotta;
- Uno de los artistas presentes, a quien conocíamos, nos facilitó algunos nombres y números de teléfono;
- Una galería de arte, "La Ruche", agregó nuevas direcciones;
- Completamos la lista utilizando la técnica llamada de "Bola de nieve" por la que los mismos entrevistados la completaban, dando los nombres de los trabajos que cada uno de ellos consideraba como más cercano a sus trabajos artísticos y dando información sobre difusores y público;
- En otras entrevistas, hechas a los difusores, se completó la delimitación del movimiento.

c) Supusimos que algunos de los individuos integrantes de nuestra lista iban a servir de conexión: 1) con otros movimientos a los que hubiesen estado ligados en algún momento de su evolución artística; 2) con otros movimientos, a los que estuviesen a punto de integrarse. Esta hipótesis se vió confirmada en la práctica.

3.. Muestra "A": Los artistas

Mediante la técnica señalada se listaron 21 nombres que incluían artistas de la Capital, Gran Buenos Aires y uno de La Plata. Creemos que esta lista corresponde a nuestro fín explícito: agrupar a artistas de modalidad plástica coincidente, representantes de un sector específico, visto como distinto por ellos mismos y por integrantes de otros movimientos, y vinculado a un mismo conjunto de difusores (3).

3.a El instrumento de recolección de datos

Determinamos los siguientes temas sobre los que queríamos obtener información:

1) Datos censales de rutina;
2) Situación ocupacional en el presente (desde el punto de vista económico y profesional);
3) Evolución artística;
4) Obra presente (aspectos mentados y reales)
5) Conexiones con otras ideas y movimientos artísticos;
6) Conexiones con los demás miembros del grupo;
7) Conexiones con la sociedad global;
8) Conexiones con los individuos, grupos e instituciones difusoras de arte;
9) Conexiones con el público de arte.

Los 31 items desarrollados en 74 preguntas, no deben ser interpretados como un cuestionario de preguntas abiertas en el sentido habitual de esta técnica. Preveíamos que la especial modalidad de la gran parte de nuestros sujetos iba a dificultar la aplicación de un cuestionario y realizamos su manejo aplicando técnicas de "entrevistas en profundidad".

3.b Tareas de los encuestadores hasta llegar a la situación de entrevista y la aplicación del cuestionario

Los artistas plásticos fueron encuestados entre junio y agosto de 1966 (con excepción de uno, que lo fue en abril de 1967). Se citó telefónicamente a los sujetos, dando como referencia al entrevistado que había proporcionado el nombre y el teléfono. Se trató de visitar a los artistas en su lugar de trabajo (casa o taller), no sólo para interiorizarse de las obras que estaban realizando en ese momento, sino también para lograr un clima amable e informal en la entrevista.

En general se consiguió ese objetivo. Sólo en un caso no se pudo fijar una cita y en otro, el entrevistado manifestó su rechazo porque "no creo que la sociología pueda meterse en estas cosas". Sin embargo se obtuvo en este caso un 50 por ciento de las respuestas previstas.

La actitud general fue de colaboración. Algunos artistas se expresaron con gran fluidez y riqueza de contenido. La principal dificultad residió en cumplir con el propósito de evitar que vivenciasen una situación estructurada dentro de límites demasiado rígidos o con propósitos inquisitivos demasiado netos.

En todos los casos posibles se comenzó con una charla acerca de las obras

en taller. Cuando la entrevista se desarrolló en otros lugares frecuentados por ellos (el bar del Instituto Torcuato Di Tella, el Bar Moderno) trajeron diapositivas y fotografías de su obra.

No se utilizó grabador. Se tomaron notas en el momento que fueron completadas a posteriori con observaciones del encuestador.

Las entrevistas duraron entre cuarenta minutos y dos horas, según la cantidad de obras a ver y la locuacidad de cada entrevistado. Los artistas comentaban entre ellos el hecho que se estuviese haciendo este trabajo, y algunos aún no entrevistados expresaron su deseo de serlo.

En las ocasiones en que volvimos a ver los artistas, las relaciones fueron cordiales. La aparición de un primer informe sobre esta parte del trabajo en la revista Primera Plana (4) despertó cierta incomodidad en algunos de ellos. Tratamos de aclarar las dudas personalmente y creemos haberlo logrado.

Durante algo más de tres meses recorrimos ateliers y caminamos repetidamente una zona de Buenos Aires: el área delimitada entre M.T.de Alvear, Lavalle, Carlos Pellegrini y Reconquista. Esta zona ha adquirido características que la harían merecedora de un estudio a la manera de los realizados sobre Greenwich Village o Montparnasse. La experiencia nos resultó ciertamente enriquecedora y disipó toda posible duda sobre la factibilidad de ser rechazados como "científicos" por un grupo constituido por artistas. Usaríamos idéntico método de poder seguir con nuestro trabajo.

4. Muestra "B": Los difusores

Seleccionamos unicamente a aquellos difusores que se destacan en relación al manejo de productos de los artistas incluidos en la muestra anterior.

Se aplicó la misma técnica de cuestionarios no estructurados que había dado buenos resultados en la encuesta del grupo de artistas. Como en aquellas, las entrevistas se realizaron en lo posible en el lugar de trabajo. Para completar la información sobre difusores utilizamos también material impreso que contuviese referencias sobre los difusores seleccionados (revistas, catálogos y libros).

5. Muestra "C": El público

Decidimos muestrear al público del Instituto Torcuato Di Tella que en ese momento centralizaba las actividades del arte pop de la Capital. Al surgir poco

más tarde un espectáculo muy exitoso en el teatro "La Recova" agregamos una pequeña muestra del mismo a nuestros datos anteriores.

La muestra fue extraida tomando: una de cada tres personas asistentes a las dos últimas funciones ofrecidas por la bailarina Graciela Martínez (Instituto T.Di Tella: "Juguemos en la bañadera"); una de cada dos personas en tres funciones del espectáculo teatral "Drácula" (Instituto T.Di Tella); y una de cada dos personas en una función del espectáculo teatral "Help, Valentino!!" (La Recova). La selección del público de estos espectáculos se debió a que los mismos tenían vinculación directa con el movimiento seleccionado, vinculación detectada durante las entrevistas con los artistas.

Cinco minutos antes de comenzar cada función se hizo un anuncio por micrófono, explicando el contenido y fines de la encuesta que se había repartido a medida que el público entraba a la sala. Se sugirió que contestasen todo menos la última sección, antes de iniciarse el espectáculo y que dejasen esta última parte para después de terminado el mismo. Los cuestionarios se recogían a la salida, donde también se contestaba todas las preguntas que surgiesen.

El público mostró interes e hizo frecuentes preguntas. Hubo espectadores que se mostraron ofendidos por no haber recibido un cuestionario. Pero hubo también una apreciable cantidad de cuestionarios devueltos en blanco o parcialmente contestados. El mayor número de dificultades se presentó en los sectores de preguntas abiertas. Ello se evidenció especialmente en la sección a contestar después del espectáculo.

5.a El cuestionario

Inicialmente se pensó en adoptar el cuestionario utilizado por R.Gibaja (5) limitando nuestro trabajo a los aspectos comparativos. Pero casi inmediatamente surgió la necesidad de introducir reformas basadas en: 1) la excesiva longitud del cuestionario original; 2) nuestro interés en ahondar en la relación de comunicación entre público y creadores.

Para solucionar 1) se redujo el cuestionario de 71 a 49 ítems, dividido en cinco campos. Cuatro correspondían al cuestionario original: 1. datos personales: edad, sexo, nacionalidad, lugar de residencia, estado civil, estudios realizados, ideología e identificación de clase, ocupación y status socioeconómico; 2. actitudes y valorización frente a las exposiciones y espectáculos del Instituto T.Di Tella. Pero aquí se introdujeron algunas modificaciones: en lugar de abarcar exclusivamente los años 1960 y 1961, se consideraron las exposiciones del Instituto "en general". Además se repitió este conjunto de preguntas para medir actitudes y valorización "frente a otros espectáculos pop"; 3. conducta cultural y pautas de comu

nicación de masa: 4. actitudes frente a la cultura, el arte y las comunicaciones masivas.

Para solucionar 2) se agregó un quinto campo correspondiente a actitudes y valoración frente al espectáculo que se termina de ver. Se suprimieron dos campos de la encuesta-tipo: uno referente a "pautas de ocio y actividades de tiempo libre" y el otro a "efectos de la publicidad".

Los datos analizados en este trabajo no representan el total de la muestra de público obtenida. Hemos tratado de aislar un grupo muy vinculado a las manifestaciones plásticas de vanguardia. Por ello seleccionamos 92 sujetos que dicen haber asistido tanto a otros espectáculos del Instituto T.Di Tella como a otros espectáculos caracterizados como de arte pop.

II. LOS ARTISTAS

1. Descripción de la población

El escaso número de individuos que compone la muestra invalida el análisis cuantitativo de las variables. Sin embargo quisiéramos sintetizar algunos aspectos censales de la misma con el sólo fin de delinear mejor sus componentes.

C.1 SEXO Y EDAD

Edad	sexo masculino	femenino	totales
menos de 20 años	-	-	-
21 a 25 años	7	4	11
26 a 30 años	2	-	2
31 a 35 años	3	1	4
36 a 40 años	-	-	-
41 a 45 años	2		2
46 años o más	1	-	1
Totales	15	5	20

El grupo se compone de cinco mujeres y quince hombres. Vemos que 11 sujetos están entre los 21 y los 25 años de edad. Entre ellos se hallan los que son vistos como núcleo del movimiento. Ampliando el margen de edad a los 35 años podemos abarcar 15 sujetos.

En el grupo que va de los 35 años en adelante encontramos a los individuos que hemos llamado "eslabones hacia atrás", es decir, aquellos que por su evolución artística sirvieron de conexión con otros grupos que son considerados como precursores "superados" por los más jóvenes.

En el grupo joven, en cambio, pueden diferenciarse ya "eslabones hacia adelante", es decir, posibles miembros que se están por desprender del grupo para dirigirse a nuevas tendencias. Se trata pues de un grupo de límites muy inestables.

C.2 SEXO Y ESTADO CIVIL

Estado civ.	Sexo M	F	totales
Soltero	7	-	7
Casado	7	4	11
Separado	1	1	2
Totales	15	5	20

Entre los 11 artistas casados, seis están casados entre sí. Esta afinidad profesional se acentúa al inquirir sobre la profesión del cónyuge en los otros casos: dos están casados con artistas (bailarinas) dentro de una corriente vanguardista, y un tercero con una fotógrafa con quien comparte esta profesión para poder vivir. Solamente dos sujetos casados, (un hombre y una mujer) lo están con individuos cuya actividad profesional es ajena al arte.

C.3 CASAMIENTO Y AFINIDAD PROFESIONAL

Casados con artistas	Casados con sujetos de profesiones afines	Casados con sujetos sin afinidad profes.	Sexo
3	3	1	M
3	-	1	F
6	3	2	totales

Todos los artistas del grupo son argentinos y sólo dos proceden de las provincias. En su gran mayoría descienden de las grandes olas inmigratorias de fines del siglo pasado y comienzos del actual. Sobre los cuarenta abuelos maternos y paternos, 28 son de origen extranjero, y de éstos 18 son de origen español e italiano.

C.4 PAIS DE ORIGEN DE LOS ANTECESORES FAMILIARES

Familiar	país de origen									
	Arg.	Alem.	Armen.	Esp.	EE. UU	Franc	Ingl.	Ital.	Polon.	Rusia
padre	13	1	1	2	–	–	1	2	–	–
madre	16	–	1	2	–	–	–	–	1	–
ab. pat.	6	1	1	5	1	1	1	2	–	1
ab. mat.	6	1	1	7	–	–	–	3	1	–
totales	41	3	4	16	1	1	2	8	2	1

(faltan datos de un abuelo materno)

C.5 GENERACION DE ARGENTINOS QUE REPRESENTAN SEGUN ASCENDENCIA PATERNA Y MATERNA

Ascendencia	tercera generación	segunda generación	primera generación	total
materna	7	9	4	20
paterna	6	7	7	20

Siguiendo las características habituales de esta inmigración finisecular, tenemos un alto porcentaje de clase baja ascendiendo hacia clase media baja y media media en la siguiente generación.

C.6 OCUPACION Y ORIGEN DE LOS ANTECESORES FAMILIARES

Ocupación	abuelo pat.		abuelo mat.		padre		madre		total
	arg.	extr.	arg.	extr.	arg.	extr.	arg.	extr.	
campesino	–	3	–	2	–	–	–	–	5
artesano	–	5	–	2	–	3	–	–	10
obrero	–	–	–	–	2	–	–	–	2
empleado	–	1	–	–	3	1	4(1)	–	9

C. 6 (continuación)

Ocupación	abuelo pat.		abuelo mat.		padre		madre		
	arg.	extr.	arg.	extr.	arg.	extr.	arg.	extr.	total
pequeño comerciante	1	2	2	8	1	2	-	-	16
pequeño industrial	1	-	-	-	1	1	-	-	3
profesional	1	2	-	-	6	-	-	-	9
otras (amas de casa)	-	-	-	-	-	-	12	4	16
no sabe	3	1	5	1	-	-	-	-	10

Los inmigrantes tienden a afincarse a través del casamiento con hijas del país (16 madres argentinas). Forman hogares tradicionales en que sólo en muy pocos casos se da un desempeño profesional femenino a través de la clásica carrera de maestra (1).

La posición tradicional hacia la educación de las hijas sigue apareciendo en nuestra población: si bien se trata de un grupo con alto nivel educacional, éste es mucho mayor entre los hombres que entre las mujeres. Cinco de aquellos han cursado estudios universitarios y tres han completado una carrera universitaria, mientras que ninguna mujer ha sobrepasado los estudios de nivel secundario (colocamos en este nivel a las escuelas de arte).

C. 7 ESTUDIOS REALIZADOS SEGUN SEXO

Estudios realizados	Sexo		
	M	F	totales
primaria completa	1	-	1
secundaria incompleta	1	-	1
secundaria completa	2	2	4
academia incompleta	2	1	3
academia completa	1	2	3
universit. incompleta	5	-	5
universit. completa	3	-	3
totales	15	5	20

Quiere decir que el 75 por ciento de la muestra ha completado estudios se-

cundarios y/o universitarios. El 50 por ciento ha realizado además estudios especializados en talleres de pintura (generalmente por lapsos breves y a menudo en varios talleres) y el 70 por ciento ha cursado estudios -completos o no- en la Academia de Bellas Artes o en talleres artísticos.

Quisiéramos terminar esta descripción de la población de ártistas diciendo algo sobre su realidad económico-profesional. Nos limitaremos aquí a hablar sobre su nivel de ingresos real, sobre la fuente de esos ingresos y sobre sus aspiraciones económicas.

C.8. REALIDAD ECONOMICA COMPARADA CON ASPIRACIONES ECONOMICAS

pesos m$n	Ingresos M	Ingresos F	total	Aspiraciones M	Aspiraciones F	total
10 a 20.000	3	2	5	-	-	-
21 a 30.000	7	-	7	-	-	-
31 a 40.000	2	1	3	1	-	-
41 a 50.000	-	2	2	5	-	5
51 a 100.000	2	-	2	7	4	10
más de 100.000	-	-	-	1	1	2
no sabe	1	-	1	1	-	1

Siete entre los veinte sujetos ganan entre 21 y 30.000 pesos mensuales, quince entre 10 y 40.000 pesos mensuales y el 90 porciento aspira a ganar más que ese tope. El 50 por ciento quisiera ganar entre 51 y 100.000 pesos mensuales.

Se trata pues de un grupo francamente disconforme con sus ingresos. Hay un solo caso en el que el entrevistado dice que sus ingresos reales coinciden aproximadamente con sus aspiraciones económicas, pero se encuentra entre los que ganan más de 51.000 pesos.

1.a Fuente de ingresos y profesionalización

La situación económica y profesional es aún más grave de lo que surge del Cuadro 8. Trece de los artistas confiesan no vivir de su producción artística, cuatro dicen que "más o menos", y sólo tres contestan que sí. Entre éstos uno aclara que sólo desde hace un año y el otro que recién ahora, a raíz de un premio importante que acaba de obtener, ha cambiado sus perspectivas económicas.

Ambos pertenecen al grupo de los mayores de 41 años.

¿De qué viven entonces? Ocho ejercen profesiones totalmente ajenas a su arte (empleado, profesor, fotógrafo comercial, abogado, etc.). Seis dicen ser mantenidos parcial o totalmente por sus familiares (tres hombres y tres mujeres). Tres ejercen profesiones técnicas en las que aplican sus conocimientos (publicidad) y seis viven total o parcialmente de formas menores de arte (cerámica, diseños para artículos de moda, etc.).

Merece ser destacado el hecho de que si bien aproximadamente la mitad se mantiene con tareas que en alguna forma se relacionan con el arte, no las consideran como sus actividades principales y conservan, en este sentido también, un rechazo que es de índole tradicional (de ahí que hayamos conservado la denominación de "formas menores" con que aparecen en las historias del arte, sin que ello comprometa una evaluación de nuestra parte). Resulta doblemente curioso porque gran parte del renombre de que gozan los artistas del movimiento se basa justamente en esas cerámicas, tapices, aros, pequeños muebles, espejos, decoraciones de locales, etc. que se ven con frecuencia en la zona de la Capital que hemos delimitado.

Queremos destacar igualmente que si bien todos los entrevistados se autodefinen como "artistas", no se los puede considerar "profesionalizados" en el sentido habitual del término. Es decir, no son individuos que hacen su modus vivendi del oficio, técnica o profesión en la que están especializándose.

¿Cómo explicar este fenómeno? ¿Podría deberse a que consideran como transitoria su situación económico-profesional? Les hemos preguntado: ¿cuáles son las posibilidades que tiene un artista plástico en la Argentina de vivir de su arte? Sólo un sujeto ha contestado rotundamente que existen, frente a diez "no existen" igualmente enfáticos, y nueve respuestas reticentes ("pocas, quizá a la larga, prácticamente nulas", etc.).

Coinciden en que la posibilidad de vivir de la plástica existe únicamente para aquellos artistas que por su posición en el mercado son considerados como inversión por el público comprador, y ello ocurre -a su entender- en el momento en que el artista "se ha estancado, vuelto conformista, dado lo mejor de sí", etc.

¿Cuáles son sus posibles soluciones económicas? Hablan sobre todo de saber hacer otra cosa, "rebuscárselas como se pueda". Sin embargo creemos que evaden el problema, quizá por demasiado conflictivo. Les sirve para crear lo que suponemos una barrera defensiva: ese clima con "la nota común del cosmopolitismo, la alegría y el ocio como motores", al que alude Romero Brest. No se trata de negar la verdad de estas características, sino de suponer que existe un trasfondo, menos evidente, menos consciente, que se entreteje con aquéllas. Nos hemos preguntado si no se refieren sobre todo a pautas que responden más a una imagen

buscada por los núcleos difusores y público, que a los creadores. El deseo de escapar a la rutina diaria a través de la compenetración con la "dorada juventud" y la aparente libertad del artista. Dice un artista: "Mucha gente se nos acerca para no parecer vieja. Es una manera de unirse a la juventud".

Nosotros hemos visto más tenacidad y trabajo sostenido que ocio, más entusiasmo juvenil que alegría, más intuición y curiosidad que verdadero cosmopolitismo. Y simultáneamente hemos encontrado síntomas de inseguridad, de ambigüedad y de frustración. ¿Es alegría lo que hace responder a una artista a la que se le pregunta que solución posible ve a su situación económica: "casarme con un millonario"? - ¿Es ociosa la conducta de otro que nos cuenta que no trabaja y tiene tiempo de estudiar, porque ha vendido su máquina fotográfica (se mantiene con la fotografía) para comprar los materiales con los que se prepara para dos premios?

¿Cuáles son las posibilidades de estos veinte artistas de obtener algún beneficio económico directamente de su arte? La respuesta es casi obvia: las becas y los premios. En la actualidad la casi totalidad del grupo encuestado se halla becado en el exterior, y diez han ganado premios entre los años 1966 y 1967. Este hecho nos da algunas pistas para la comprensión de aspectos que aparecen, a primera vista, como fruto de una "irresponsable bohemia". A saber: el destino que dan a sus obras y sus horas de trabajo.

1.b El destino de las obras

Este aspecto es particularmente significativo para la comprensión de lo expuesto. Recordemos primeramente que siete de nuestros artistas nunca han vendido sus obras y de los restantes sólo dos lo hacen con relativa regularidad. ¿Qué sucede entonces con sus obras? La respuesta resulta sorprendente: cinco entre ellos quisieran destruirlas y casi todos trabajan con materiales perecederos; es decir que se trata en muchos casos de obras que se "auto-destruyen".

¿A qué se debe esta actitud? La mayoría trabaja con miras a una exposición o a la obtención de premios. Las obras son concebidas en función de una determinada sala de exposición. La intención es postularse a un premio, mostrar lo hecho. No se cree en la posible venta de la obra. ¿Por qué renunciar entonces a obras de gran tamaño, que son armadas en el salón de exposición y desarmadas al ser retiradas? ¿Por qué negarse al uso de materiales perecederos, sean o no costosos, como papel maché, cartón, trapos, yeso, polyester? Que la obra desaparezca porque es desarmada al final de una exposición, o porque se deforme, o pierda color es, en resumidas cuentas lo mismo. Es imposible llenar con ellas los talleres o la propia habitación.

¿Estos hechos son pruebas de desinterés hacia la propia obra? Por cierto que no, significa, como lo dice Margaret Mead, buscar la creatividad por líneas distintas. En una cultura en que la propia realización aparece como disfuncional, en que el arte en su singularidad original pierde su frescura a través de las reproducciones en serie con que nos inundan los medios de comunicación de masas, puede darse una nueva solución para los detectadores de la creatividad: "Concedido que un objeto ha sido consecuencia del deseo de un sólo artista de hacer algo nuevo y fresco, importa poco lo que habrá de ocurrirle posteriormente. Quizá sea prontamente destrozado (...) En estos casos, parte de la característica frescura emanará de la conciencia que cada espectador posee de la corta vida que tendrá (...) Al día siguiente, todo ésto estará desmantelado, marchito e incluso devorado. Sólo aquéllos que hayan estado presentes el día de la celebración lo habrán llegado a ver, luego persistirá entre los recuerdos nostálgicos de quienes lo hayan realizado, y sustentará creaciones nuevas o nuevas aplicaciones entre quienes pudieron verlo y disfrutarlo". (6)

En una época industrializada como la nuestra no puede extrañarnos que el recuerdo se complementa con las diapositivas y las fotografías que guardan los autores. Y si los balinenses de M. Mead tenían creadores que dedicaban todos sus esfuerzos a obras utilizadas en una única celebración, por qué asombrarse de que nuestros artistas den también a su destrucción un cariz espectacular. Las obras son incendiadas, hundidas en el río, desmontadas. Un artista nos sugirió una nueva idea poética a poner en práctica: "Me agradaría que mis obras se pierdan en el horizonte, arrastradas por grandes globos".

2. Horas de trabajo

Aún trabajando en otra cosa, los artistas se hacen del tiempo necesario para dedicarse a su labor. "Me lo tomo". "me las arreglo", etc. Pero ese tiempo no es regular. Se planifica casi siempre en base a fechas de exposiciones o premios. En esos momentos trabajan intensamente durante cortos períodos. "Hasta diez horas cuando se acerca una exposición". "...en esos momentos trabajamos plenamente y casi no dormimos", etc.

3. Lugares en que trabajan

Resumiendo la información obtenida sobre las condiciones de trabajo, podemos decir:

6 tienen vivienda sin taller:
5 no tienen otra cosa que el taller y viven en el mismo:

4 comparten un taller con otro y viven en vivienda separada;
5 poseen un taller individual.

Como se ve, once artistas no han resuelto el problema de su vivienda profesional. Seis no tienen taller (varios de ellos viven con sus familiares y han instalado su lugar de trabajo en sus dormitorios) y cinco tienen taller individual.

Seis artistas han expresado con cierto carácter de urgencia su necesidad de resolver su problema de vivienda profesional. Algunos se quejaron de que el monto de los alquileres hace mucho más difícil encontrar una vivienda adecuada para un artista plástico y dos señalaron que en este sentido hay mayores facilidades en EE.UU. y en Europa.

4. Evolución artística y caracter de las obras actuales

Todos los artistas entrevistados han pasado por distintas etapas en su evolución artística. Hemos construido una escala, compuesta por seis items que coinciden con las sucesivas etapas previsibles en este desarrollo.

La escala se basa en la idea de que en las artes plásticas modernas, luego de agotar las distintas posibilidades de la pintura a la manera tradicional sobre plano, y luego de un pasaje por formas mixtas en las que objetos tridimensionales se unen al plano, los artistas se dedican a la construcción de objetos tridimensionales, sobre los que aplican o no todas las técnicas que aplicaron al plano. Estos objetos a su vez pueden ser (a la manera de la pintura) figurativos o abstractos.

Diagrama 1 CARACTER DE LA OBRA Y ETAPA EN LA EVOLUCION ARTISTICA

Carácter de la obra		1a etapa	2a etapa	3a etapa (actual)
sobre planos	pintura figurativa	9	4	2
	pintura abstracta	5	6	1
	pintura + otras técnicas	1	3	-
	pintura + otras técnicas + objetos tridimension.	2	-	1
objet. tridimensionales	pintura + otras técnicas (objeto figurativo)	3	7	11
	pintura + otras técnicas (objeto abstracto)	-	-	5

El diagrama sirve para dar una somera idea de lo que sucedió en los estadios de creación de los artistas entrevistados. La llamada "etapa intermedia" se compone en realidad de varias sub-etapas; algunos desarrollos se caracterizan por un verdadero zigzagueo entre estilos. A su vez, la primera etapa depende de de la moda o de la escuela que frecuenta el joven artista y se caracteriza por una inquietud general frente al plano tradicional. Durante la segunda etapa o etapa intermedia, siete artistas incursionan en la confección de objetos y sólo uno vuelve a abandonar este trabajo. De los 14 artistas que en la primera etapa de su desarrollo artístico pueden llamarse pintores en el sentido tradicional de la palabra, sólo tres lo son en la etapa actual. Entre éstos, sólo uno comenzó dentro de la técnica tradicional. Las líneas indican el proceso sufrido: cada una corresponde a un curriculum artístico. Es interesante destacar el caso de tres artistas que inician su labor con objetos tridimensionales y no abandonan esta práctica. Se trata además de tres artistas que conviven y comparten el taller.

En la tercera etapa se presenta un doble problema:

1) El problema de la imágen: debe decidirse entre la realización de algo figurativo o la creación de objetos abstractos.

2) El problema de los materiales: debe decidirse que materiales se seleccionan para la confección de los objetos. De ello dependerá frecuentemente la forma y la expresión lograda. Uno de los "objetistas" comenta: "Quizá el polyester de color sea conveniente, porque es menos pretexto para pintar sobre él que la madera". Todos muestran un interés creciente por los nuevos materiales. Esta fascinación ya la previó Roland Barthes: "En casos extremos se inventarán objetos por el placer de utilizar el plástico" (7). Y dice Barthes que la moda del plástico señala un desarrollo en el mito de la imitación. Este era algo típicamente burgués y quería ser noble. Pero en el caso del plástico, por vez primera la imitación, lo artificial, tienden a lo común y no a lo exquisito.

A veces los artistas adoptan materiales de corta duración que se adecúan muy bien a la idea de la temporalidad limitada de la obra. Otros motivos que originaron cambios en sus técnicas y estilos son:

1) El efecto ejercido sobre ellos por otros artistas "que ya estaban en otra cosa".

2) La influencia de la moda, que no se puede evitar.

3) Pérdida del interés por una determinada técnica y forma, y curiosidad por otras.

4) Profundos cambios de origen personal que requieren otra expresión.

Las obras actuales de los artistas entrevistados incluyen objetos y pinturas con las siguientes características:

Pintura figurativa

Telas de gran tamaño. Colores monótonos (gris oscuro, gris claro, sepia, etc.). Temas del mundo moderno: cantante de jazz, astronauta. Uso de esmaltes industriales.

Pintura abstracta

Telas de gran tamaño, romboidales. Colores fuertes, distribuidos en campos pulcramente delimitados. "Temas": líneas, ondulaciones, polígonos irregulares.

Objetos tridimensionales figurativos

Flores de polyester en tamaño gigante; figuras humanas en tamaño natural, de papel maché pintadas con poximix o revestidas con papel de estaño; una bandera de polyester; una escalera de polyester. Paisajes: árboles, cascadas, de material plástico. (Recordamos a Barthes cuando dice: La jerarquía de la substancia está destruida, una única sustituye todas las otras: todo el mundo puede ser plastificado y hasta la vida orgánica...)(8). Carpas de seda con almohadas, grandes corsés de yeso forrados con telas estampadas, de dos metros de alto.

Objetos tridimensionales abstractos

Objetos de variada geometría, pintados o monocromos de madera, polyester, cartón, planchas metálicas, acrílicos cromados, etc.

Frecuentemente ambos tipos de objetos llevan alguna instalación luminosa. Algunos han sido provistos de un motor que confiere movimiento a una parte del objeto.

5. Participación en otras actividades artísticas

La participación en otras actividades artísticas puede tener varios orígenes: a) puede ser la expresión de otro talento o inquietud del individuo; b) puede ser una consecuencia necesaria de la tendencia experimental imprimida a la actividad plástica del individuo; c) puede estar relacionada con algún hecho de índole privada que une al artista con otras formas de expresión (por ej.: casamiento, amistad, trabajo, etc.).

El cuadro siguiente ofrece información sobre otras actividades artísticas desarrolladas por los sujetos entrevistados.

C.9 PARTICIPACION EN OTRAS ACTIVIDADES ARTISTICAS

Actividad	Nro. de Casos
Artes escénicas, espectáculos (happenings, microsucesos, escenografía y vestuarios de ballet) cine	9
Artes literarias (poesía, ensayo)	4
Otras (artes menores: fotografía, publicidad, moda, alfarería)	8
Sin otra actividad artística	2

NOTA: algunos entrevistados han desarrollado más de una actividad.

La mayoría de los trabajos escénicos fueron posibles gracias a la disponibilidad de las instalaciones del Centro de Experimentación Audiovisual del Instituto T. Di Tella. En el caso de las "artes menores" influye, como ya hemos destacado, la necesidad de obtener ingresos complementarios. Sólo en un caso la actividad complementaria se transforma en principal (publicidad), y la actividad artística aparece como secundaria. Algunos entrevistados manifestaron abiertamente que no están seguros de "pertenecer realmente" a las artes plásticas, y que sus futuros intereses apuntan con la misma facilidad a otras artes: teatro, cine, televisión. Dada la franca disponibilidad de los artistas para otras formas de arte, la decisión del cambio parece depender sobre todo de la aparición de una oportunidad. Algunos entrevistados expresaron que deseaban que se concreten ofrecimientos de alguna forma de colaboración en otras actividades artísticas.

6. Relaciones intra e intergrupales

Muy pocos entre nuestros encuestados admiten influencias en la gestación de su obra. Sólo tres aceptan ser clasificados dentro de un grupo determinado (un artista "pop", un "objetista" y un "geométrico"). Uno se describe entre los que "buscan el trasvasamiento de lenguajes a través de la teoría de la comunicación". Cuando aceptan influencias las refieren a etapas tempranas de su evolución y las mencionan como recibidas de artistas que en este momento "están en otra cosa".

Prefieren en cambio hablar de ciertas afinidades que no los comprometen como parte de un movimiento: "Tengo algo de los futuristas del nuevo estilo, retomo cosas, que ellos no hicieron"; "no creo pertenecer al pop, mi estilo es más inge-

nuo"; "estoy con la gente que hace algo nuevo". En otros casos la aceptación de afinidades es aún más imprecisa: "Nos influimos de cierta manera porque somos producto del medio"; "me entiendo con alguna gente más que con otra"; "hay cierta coincidencia con algunos".

Aceptan la existencia de un lazo con cierta gente y lo explicitan a través de tres funciones: a) posibilitar relaciones de amistad entre los que están "en la misma cosa" (muchos se ven diariamente); b) proporcionar información sobre lo que ocurre "en el ambiente"; c) proveer entretenimiento.

Sugeriríamos una cuarta función, la de "evaluación artística" inferida de algunos comentarios. Por ejemplo: "No necesitamos el juicio de la posteridad para saber si somos buenos o malos. Somos tan pocos y nos conocemos tanto que los mismos compañeros se encargan de avisarte que no servís y de despedazarte comosifuesen lobos".

Si bien niegan por unanimidad que el grupo cumpla una función teorizadora y lo basan en exclusivas relaciones de amistad, en algunos casos la convivencia en un lugar se expresa a través de similitudes técnicas que son rechazadas por ese específico subgrupo pero aceptadas por los demás miembros.

En síntesis: Tenemos una muestra de veinte individuos que en algún momento fueron caracterizados como grupo: a) desde afuera por la crítica y las invitaciones de galerías y museos para exponer en forma conjunta; b) desde adentro por afinidades profesionales y lazos afectivos nacidos de la frecuentación contínua y/o la convivencia en talleres.

Pero nuestra impresión es que esa unión está muy resquebrajada y que el grupo como tal está a punto de desplomarse. Basamos esta suposición en que:

- No existe ya un sujeto o grupo de sujetos (integrantes del grupo) capaces de nuclear a los demás.
- La unidad se ve afectada por una gran carga ansiógena emergente de rivalidades internas.
- La afinidad artística que nucleaba la gran parte de las relaciones tiende a desaparecer.
- Puede preveerse que las becas que han obtenido recientemente provocarán, no sólo una separación geográfica sino también la desintegración de los lazos remanentes.
- La experiencia existente con dos sujetos, precursores en el grupo y fundamentales en su formación, que han residido por un tiempo en el

extranjero, parece indicar esa pauta. Han sido recibidos con "cordial curiosidad", pero no reintegrados en su seno.

. Los lazos de amistad existentes no parecen ser lo bastante sólidos como para obviar esa situación.

. Puede preveerse que la mayoría de los sujetos pasará a integrar nuevos grupos de afinidad profesional. Constituirían lo que hemos llamado "eslabones hacia adelante".

7. Conexiones con la sociedad global

Hemos estudiado los vínculos de los artistas con la sociedad a través del rol profesional; a través de su autoafiliación de clase y a través de su imagen de una sociedad ideal.

7.a. Conexiones con la sociedad global vistas a través del rol profesional

Las sintetizamos en cuatro preguntas:

¿Cree Ud. que existe alguna relación entre la realidad económica, política y social de una sociedad y el tipo de arte que ella produce?

¿Cree que el arte tiene alguna función en la sociedad?

¿Qué trata de expresar con su obra?

¿El hecho de ser artista incide en su relación con los demás?

Si bien trece de los veinte artistas creen que existe una relación entre la realidad económica, política y social de una sociedad y el arte que se produce en ella, la índole de esa relación no es precisada: "Es una relación poco definible"; "puede haber... pero no se cual"; "tiene que haber una relación, pero es muy sutil".

En la medida en que la relación es aceptada se expresa como factores del medio que actúan sobre el individuo: "El artista necesita de un caldo de cultivo favorable"; "es importante porque si un país vive en el siglo XX el artista se siente apoyado, reforzado".

Los elementos extraídos del contorno social para enriquecimiento de ese "caldo de cultivo favorable" varían según las necesidades individuales. Pueden ser:

- la identificación política: "la presidencia de Frondizi me dió esperanzas, la caída me hizo mal a mí también";

- la estabilidad económica: "sin un nivel económico razonable no hay posibilidades de hacer arte";

- el impacto producido en el artista por el cambio social: "con los cambios de la sociedad cambian las formas de crear y expresarse"; "concretamente: un artista puede estar imposibilitado de expresarse por falta de materiales y, viceversa, puede expresar en un momento cosas que surgen de los materiales que le provee su sociedad y que él aprovecha".

En todos los casos la opinión se apoya en alguna vivencia personal, pero no se trata ni de una ideología específica ni de una idea elaborada científicamente, en el sentido de saber que debe pedirle el artista a la sociedad. Si, como hemos visto, la sociedad puede prestar al artista los elementos necesarios para su florecimiento, el artista devolverá lo recibido a través de una visión afinada, enriquecida, esclarecedora del mundo. La posibilidad que tiene el artista de actuar como "intermediario y proveedor, al percibir una realidad que los otros no ven y pasarla a los demás hombres", reposa sobre una sensibilidad agudizada profesionalmente. "Yo hago lo que los demás no pueden hacer por falta de imaginación. Es una división del trabajo".

Esta cualidad puede desplegarse en tres niveles temporales:

- Aspectos permanentes: La función del arte será "enseñar a ver muchas cosas de la realidad cotidiana... es importante porque puede despertar a la masa haciéndoles notar las cosas que la rodean y dándoles un valor"; "hacemos el arte de las cosas; buscamos la integración de los objetos cotidianos. Efectuamos un redescubrimiento de lo que nos rodea"; "hablamos de lo exterior y sin embargo queremos enseñarle algo a la gente: a usar sus sentidos y nada más".

- Aspectos cambiantes: La posibilidad de ver lo que no puede percibir el hombre no-artista le permite al creador "señalar el cambio" con mayor rapidez y "dinamizar la imagen del mundo".

- Aspectos futuros: El artista podrá acceder a una experiencia cuasi profética presentando una imagen temprana del futuro inmediato: "El artista es un poco atisbador de estructuras futuras en el sentido de anticipación"; "mostramos lo que se ve mirando hacia adelante".

Donde quizá surgen los elementos más novedosos es en relación al contenido de la obra. Las dos notas dominantes son: una búsqueda permanente de lo nuevo y experimental; una búsqueda de contacto inmediato con el espectador.

Podría decirse que el ensayo de técnicas nuevas o la necesidad de entrar en contacto con el público distan mucho de ser novedad en arte. Lo diferente está en el énfasis dado a cada una de estas búsquedas. La persecución de lo nuevo deja de ser un medio para lograr, por ejemplo, una mayor perfección en la realización artística y se convierte en un fin en sí mismo: "estoy con la gente que hace algo nuevo. Es un espíritu diferente, como una filosofía internacional"; "nuestros valores comunes son difíciles de definir. Quizá lo más semejante es que consideramos todo provisional y que queremos una permanente experimentación".

También la búsqueda de contacto con el espectador adquiere características distintas. No se trata de comunicar un mensaje, que a veces no existe ("quiero simplemente provocar reacciones de gusto o placer"), sino de hacerlo "observador participante" en la situación: "queríamos dejar de lado nuestra propia carga emocional, personal, y ofrecer una situación inexpresiva de la cual el otro fuera cómplice... vencer el acto de la simple contemplación".

Lograrlo implica romper viejos esquemas, superar la división entre sujeto que observa y obra contemplada, una participación total y activa con la obra y aún con su creador. De ahí que a menudo sea necesario "chocar para producir un efecto librador". Conseguirlo significa hacer que "el arte deje de ser algo solemne y misterioso" para convertirlo en "una realidad accesible a todos".

Resumiendo: Las respuestas a nuestras tres primeras preguntas parecían indicar que las conexiones con la sociedad global, vistas a través del rol profesional, son suficientemente satisfactorias. Los artistas creen que reciben de la sociedad, aún cuando la índole de la relación no es explícita. Y, con mayor claridad, perciben que pueden dar a esa misma sociedad elementos valiosos.

Pero esa imagen comienza a resquebrajarse en cuanto se alude a contactos con otros grupos no profesionales de la sociedad global. Al preguntar sobre la incidencia del rol profesional en la interacción social, todos nuestros entrevistados, menos uno (que dice que la suya es "una profesión como cualquier otra") admiten que les crea dificultades.

No parecen haberse preguntado demasiado sobre el porqué de esas dificultades, y se limitan a verificar que: "Me ven como distinto, hay gente que reacciona negativamente a eso"; "hay poca gente que comprenda eso de que uno se dedique al arte".

Dos artistas se adentraron más en el problema. Uno puso la nota sobre el factor económico en el sentido de que el arte no aparece como serio o digno de respeto porque no constituye una fuente de ingresos permanente. "Suelen tenerlo a uno por un bicho raro, un individuo que se juega por cosas gratuitas"; "ahora (acaba de ganar un premio importante) me respetan más porque gané dinero". El otro artista muestra que su rol profesional es totalmente invasor con respecto a

otros sectores de su vida social y afectiva: "Sí, a veces hace más difíciles las relaciones. Al comienzo tuve que romper afectos. Pensé que sólo debía vincularme con artistas, pero estando mucho con ellos uno empieza a tener un gran desprecio por lo cotidiano. Actualmente vuelvo a tener relaciones con no-artistas porque el desprecio por lo cotidiano me parece mal". En este caso, la pérdida de contacto con los demás no se debió a un rechazo originado por ser "distinto", sino a la centralización de intereses en fines ajenos a los cotidianos y más comunes, el aislamiento en una realidad "propia del artista".

7.b. Conexiones con la sociedad global vistas a través de la autoafiliación de clase

La descripción que hace el grupo de la estratificación social argentina no presenta características especiales. Nueve sujetos adhieren a la imagen jerárquica neutral (9) (clase alta, media y baja). De los restantes, cuatro no lo pensaron nunca y uno no contesta; cuatro utilizan una imágen más ideológica (p.ej.: "dos aristocracias, proletariado y clase media") uno utiliza una imagen socioeconómica ("los poderosos y los que no tienen nada"), y uno utiliza una imagen en términos de cualidades personales ("los inteligentes y los tontos").

Quizá el aspecto más llamativo esté justamente en la apatía política que aparece en la mayoría de las entrevistas. Al pedirle a los artistas que se autoubiquen dentro de las clases que mencionamos, surgen nuevos elementos: aumenta ligeramente el número de "no interesados" (seis); los catorce restantes muestran características de "marginalidad social".

La marginalidad toma tres formas:

1. La sensación de ser un "grupo aparte": esto puede sentirse como un pseudo-privilegio. "Yo estoy bien con todos. Como con el banquero y converso con el diariero con igual comodidad"; "estamos fuera de esquemas: somos los poderosos con nada". O puede vivirse como ambigüedad: "Estamos con la alta pero vivimos con la baja"; "la clase alta nos incorpora, pero por snobismo".

2. Sensación de rechazo: "En general provenimos de la clase media, pero ésta no acepta nuestra forma de vida"; "nosotros estamos bien afuera aunque lo que quisiéramos es estar bien adentro"; "somos un poco los bufones de todos, somos una diversión".

3. Actitud de rechazo: la agresión se desplaza hacia grupos vividos como tradicionales en su cosmovisión y que se identifican generalmente con núcleos de la clase media. "La clase media es peligrosa porque no quiere lo nuevo".

7.c. Conexiones con la sociedad global vistas a través de su imagen de una sociedad ideal

Existiendo conflicto social y tratándose de individuos dotados de imaginación creadora, era presumible que íbamos a encontrarnos con utopías abundantes y ricas. La realidad fue distinta.

Cinco artistas declaran "estar de acuerdo" con la sociedad existente. "Estoy conforme con esta sociedad. En una sociedad distinta yo no tendría sentido. Soy lo que soy porque la sociedad es así". Otros cinco no contestan o no lo pensaron. Entre los diez artistas restantes podemos distinguir tres tipos de utopías:

1. La utopía económica: "Una sociedad comunista"; "una sociedad con riqueza mejor distribuida y mayor dinamismo"; (dos casos).

2. La utopía del mundo perfecto: "Una sociedad en que no haya hambre, crueldad ni ignorancia"; "completamente distinta a la presente, algo así como un mundo de Las Mil y Una Noches"; (dos casos).

3. La utopía de la aceptación: "Una sociedad que garantice al máximo la personalidad de cada uno"; "donde se respeta a los demás y no nos miren como a bichos raros"; (seis casos).

La necesidad de aceptación es tan grande que inclusive se admitiría dejar de ser lo que se es, para ser totalmente incluido: "Una sociedad en la que no hubiese artistas porque todos pintarían el cuadro que quisieran en una etapa de amor al prójimo, sin dinero".

Surge claramente que el imaginario disconformismo queda relegado ante dos actitudes opuestas pero complementarias:

- La vivencia de pertenecer a un grupo marginado.
- El deseo de ser integrado en la sociedad, tal como se es.

8. Conclusiones

Creemos que lo más importante es destacar la incongruencia de status que surge del análisis de los cuatro indicadores clásicos de clase social (aplicados aquí pese a no tratarse de un análisis cuantitativo).

Si resumimos nuestros datos sobre "vivienda" (en este caso vivienda profesional), "ingresos", "educación" y "ocupación", tenemos que:

a. Vivienda (profesional):

trabajan en sus propias casas o utilizan talleres humildes, que en varios casos comparten. Se quejan de la dificultad que significa resolver este problema por la carestía de los alquileres que está por encima de sus ingresos. Más de la mitad necesita resolver con cierta urgencia esta inadecuación.

b. Ingresos:

Si bien obtienen ingresos que están dentro de los que en nuestro país obtienen los individuos de clase baja y clase media baja, a la que pertenece la mayoría, casi todos suponen que necesitarían ganar aproximadamente el doble de sus ingresos reales para vivir dentro de sus aspiraciones.

c. Educación:

Es alta y generalmente han cursado estudios complementarios dentro de su profesión.

d. Ocupación:

Los límites del concepto aparecen sumamente borrosos. Todos se incluyen bajo la denominación común de "artistas" pero muestran una cierta reticencia frente al rol tradicional de artista y prefieren imaginarse como "exploradores" en función de las exigencias de novedad que propone el medio. Sólo tres pueden considerarse "profesionales" y ello en un período muy reciente. Algo menos de la mitad de la muestra complementa sus ingresos con actividades referidas directa o indirectamente a la profesión a la que adhieren. Pero sólo uno de ellos posee una imágen profesional que le permite incluir dentro de la misma a la tarea en que se desempeña.

Resumiendo: Tenemos un grupo que podemos definir como de:

a. nivel educacional alto y netamente por encima de su origen de clase;
b. nivel de ingresos aproximadamente correspondiente a su origen de clase pero vivido como francamente insatisfactorio para sus necesidades y aspiraciones presentes;
c. nivel de ocupación que responde a un modelo cultural de límites confusos y en evidente situación de cambio;
d. nivel de vivienda inadecuado a sus necesidades actuales.

Combinando este análisis con el criterio más subjetivo de autoafiliación de clase, se mantienen las características de incongruencia. Hemos dicho que, si bien la mayoría admite la visibilidad de una estratificación social en la sociedad global, las imágenes de clase presentadas son dispersas y aproximadamente la mitad adhiere a imágenes de clases neutrales. Esta sensación de apatía se perfila más decisivamente al sumar los individuos que no pensaron nunca en el problema (cinco) y al inquirir sobre su autopercepción de clase.

La única forma de encontrar un elemento de unión identificatorio es utilizar el criterio de "asociación a través de actividades comunes" (a la manera de Warner) (10). Si nos hacemos eco de las críticas que se han hecho a este tipo de clasificación, en el sentido de que no delimita clases sociales sino estratos de población definidos por asociación, debemos deducir que:

. los integrantes de este grupo poseen un status social incongruente que dificulta su autofiliación de clase;

. se autoidentifican grupalmente con estratos profesionales.

Por otra parte, a través de las respuestas, surge el hecho de que para la mayoría de los artistas, los grupos de referencia están constituidos por núcleos de clase media y clase media alta, a los que suelen pertenecer los difusores de arte, y que los artistas frecuentan. Se daría así el siguiente planteo paradojal:

1. Los artistas surgen en su generalidad de la clase baja y media baja.

2. Adquieren un nivel de educación superior al de su pertenencia de clase.

3. El rol que desempeñan posee ciertas características de prestigio que les permite la frecuentación informal del núcleo de difusores de arte. El nivel educacional adquirido facilita una aparente comunidad simbólica en esa frecuentación.

4. Simultáneamente, el rol carece de una pauta institucional actualizada que permita recortar sus límites con nitidez.

5. Los sujetos se identifican con las pautas de consumo del grupo de difusores.

6. Como parte de su actividad social, entablan relación con pares a los que aparecen unidos por el doble juego de la afinidad profesional y del concenso social que irradia de los medios difusores. Se favorece así la creación del "estrato profesional definido por actividades comunes". Gradualmente estos nexos conforman un verdadero grupo de pertenencia al reforzarse con lazos de simpatía basados en la convivencia (y en muchos casos atracciones sexuales) y con notas defensivas frente a la sociedad global que suele percibirse como hostil, diferente o lejana. Este es el momento en que el grupo actúa simultáneamente como barrera aislante y sostén emocional.

7. Pero a poco, el grupo de pertenencia se debilita -y creemos que se disuelve definitivamente- bajo el impacto de fuertes presiones.
Entre ellas:
   a) Un aparente ascenso social muy rápido pero que parece ser vivenciado como muy ambiguo. Los sujetos sienten que la aceptación por parte

de los difusores es inestable y que su mantenimiento implica la necesidad de innovación continua.

b) Esta necesidad de innovar los impulsa a una evolución artística en la que queman las distintas etapas de la plástica de vanguardia, muy acelerados no sólo por sus impulsos creativos sino también por la necesidad de no quedar atrás. Llega un momento en que sólo resta la experimentación con los ojos puestos en las novedades de los países más desarrollados.

c) Las pautas de consumo recientemente adquiridas les crean situaciones de frustración económica acentuadas por la pobreza del mercado de arte capitalino.

d) Aunque el grupo es bastante reducido, sus miembros comienzan a sufrir con carácter de urgencia la necesidad de ser seleccionados por los difusores más influyentes (que, como veremos en la próxima sección del trabajo, no sólo son muy escasos sino que constituyen su única oportunidad de avance económico-profesional).

e) Se crean situaciones intragrupales de índole competitiva que debilitan los lazos internos del, hasta entonces grupo de pertenencia, y diluyen la única imagen clara de autoidentificación que poseían los sujetos.

8. La paradoja finaliza su ciclo cuando el grupo de referencia y el grupo de pertenencia acentúan la incongruencia del status que, hasta entonces, apuntalaban.

III. LOS DIFUSORES

En esta tercera parte nos ocuparemos de los individuos, los grupos y las instituciones que actúan como contacto entre artistas y público. Son los críticos de arte, "los marchands", los dueños y directores de galerías, los profesionales "adaptadores" (que integran las obras artísticas en otras formas de creación: arquitectos, decoradores, modistos, joyeros, etc.), los coleccionistas, los museos y galerías, publicaciones periódicas y las instituciones que otorgan premios para las artes plásticas.

Seleccionamos únicamente a aquellos difusores que han tenido actuación destacada en relación a los productos de los artistas incluidos en nuestra encuesta. Han sido detectados tal como señalamos en la introducción metodológica.

La idea de difusión implica la expansión de la información y la distribución de algún producto. Incluye también la "mediación", entendida en un sentido restringido como "aquello que es acción propia del medio de difusión".

La difusión a cargo de individuos se traduce sociológicamente en un desempeño de roles. Como tal responde a ciertas expectativas de los otros actores y es controlada y sancionada socialmente en los siguientes niveles: a) por los otros difusores; b) por los productores (artistas); c) por los consumidores (público); d) por otros sectores de la sociedad (involucrados por circunstancias imprevistas).

La difusión a cargo de las instituciones se traduce en funciones específicas: a) en la esfera de otras instituciones culturales; b) en relación a las expectativas de artistas y público; c) en relación con los difusores individuales.

Al abordar el estudio de los difusores hemos buscado respuestas a los siguientes interrogantes:

1. ¿Quiénes son los difusores del grupo de artistas estudiado?

2. ¿Cómo realizan sus fines los difusores, y cómo responden a las expectativas puestas en ellos?

3. ¿Cómo interpretan los difusores la producción que difunden, y que valor le asignan?

4. ¿Cuál es la relación entre la influencia ejercida por el proceso de difusión y la producción de este movimiento artístico?

1. ¿Quiénes son los difusores del grupo de artistas estudiado?

1.a. Difusores tradicionales y difusores imprevistos

Introducimos una distinción entre los difusores que se ocupan tradicionalmente de la mediación entre artistas y público y que, en su calidad de tales prestan especial dedicación al grupo estudiado; y los difusores que cumplen con esta función en forma imprevista y temporaria, además de desempeñar otras funciones que no están en relación ni con la creación artística ni con el grupo estudiado.

Llamaremos a los primeros, difusores tradicionales y a los segundos difusores imprevistos.

La distinción cobra especial importancia si relacionamos el tipo de difusor con las expectativas que se crean, el control que se ejerce, las sanciones socia-

les que se aplican y los valores que se asignan a la producción artística. Por ejemplo: se comprende que el papel de un museo es bien distinto al de una agrupación de fábricas textiles momentáneamente vinculada a un grupo de artistas.

En una posición difusora intermedia se hallan las revistas y otras publicaciones no especializadas. Generalmente poseen una sección dedicada a las artes plásticas y en consecuencia pueden ser incluidas entre los difusores tradicionales.

1.b. Difusores tradicionales

Críticos: Según las respuestas de los artistas entrevistados, hay muy pocos críticos que interpretan adecuadamente su obra, y puedan considerarse verdaderos mediadores del grupo. Se destacó durante la gestación del movimiento Rafael Squirru (en aquél momento -1961- Director del Museo de Arte Moderno), especialmente en relación al surgimiento de Marta Minujin y de Delia Puzzovio. En la Argentina sobresalieron además Jorge Romero Brest (Director del Centro de Artes Visuales del Instituto Torcuato Di Tella, que mencionaremos con la sigla C.A.V.), Samuel Paz Pearson (Director adjunto del C.A.V.), Oscar Masotta (del Centro de Estudios Superiores de Arte de la Universidad de Buenos Aires), Fermín Febre (crítico de "El Cronista Comercial"), y Germaine Derbecq (cronista de "Le Quotidien").

Como difusores en el extranjero se desempeñaron oportunamente Lawrence Alloway (Curator del Museo Guggenheim de Nueva York en el período 1962-1966), Thomas Messer (Director del Museo Guggenheim de N.Y.), Michel Ragon (Vicepresidente del sindicato de críticos de arte francés y crítico de arquitectura en la revista Planete), y Pierre Restany (crítico en la misma revista).

El grupo argentino no ofrece denominador común ni puede ser considerado, en el sentido sociológico de la palabra, un grupo. Sus únicos puntos de contacto constituyen su vinculación más o menos íntima con los artistas de nuestra investigación y su vinculación directa o indirecta con el Instituto T. Di Tella.

Los críticos extranjeros comparten con ellos esta vinculación con la institución y ofrecen además un aspecto común: pertenecen todos a la generación nacida entre 1920 y 1930.

Revistas y otras publicaciones: La mayoría de los diarios y revistas importantes se ha ocupado en algún momento de ellos, pero en ningún caso parece haber existido como finalidad la de desempeñarse como difusores de este arte.

Ocupa un lugar aparte el semanario "Primera Plana", que durante largos períodos ha dedicado algún párrafo semanal para comentar aspectos de los artistas del grupo. Esta revista organizó, en sus salones de venta en Mar del Plata, la primera exposición de artesanía Pop en el país. En uno de sus números le dedicó una portada, un ensayo crítico y un ensayo sociológico (11).

Han aparecido artículos sobre su producción en revistas de otros países america-

nos y europeos. En ello influyeron las relaciones que mantienen con críticos extranjeros Samuel Paz y J.R. Brest (este último colabora por contrato regularmente con Art International).

Marchands y coleccionistas: En este sector no surgen figuras importantes. Hay algunos compradores ocasionales, generalmente unidos por amistad a los artistas. Quien más se aproxima al rol es el arquitecto O. Ghieso, de quien preferimos ocuparnos en su caracter de profesional adaptador en una sección posterior.

Galerías: Entre el centenar fluctuante de pequeñas y grandes galerías existentes en Buenos Aires, unas diez han expuesto obras de nuestros artistas. Entre ellas se destacan:

* Lirolay: entre 1960 y 1965 expusieron 15 artistas
* R. Lambert: en 1966 expusieron 11 artistas
* Guernica: entre 1964 y 1965 expusieron 7 artistas
* Vignes: entre 1965 y 1966 expusieron 4 artistas

Otras galerías en las que han expuesto artistas del grupo son: El Sol, Galatea, Bonino, Pizarro, Kala y Van Riel.

Como se desprende de los datos arriba citados, la galería Lirolay (cuyos dueños tienen vínculos amistosos desde hace muchos años con Romero Brest) fue la primera en presentar a los artistas de la vanguardia estudiada.

Cuando se inauguró la galería Ronald Lambert, R. Brest ya ejercía la dirección del C.A.V. y expresó su deseo de que la nueva galería centralizase a los artistas promovidos por este Centro. El proyecto no fructiferó porque la galería no quiso identificarse con las líneas o estilos plásticos determinados por la institución. Romero Brest nos manifestó que si bien continuó su búsqueda de alguna galería difusora de este movimiento plástico, no pudo concretar su propósito.

Premios: Tres premios se destacan en la promoción del grupo: 1) El premio "Ver y Estimar", que invitó desde 1962 a la mayoría del grupo; 2) el premio "Braque", en el que participaron varios artistas desde 1965; 3) el premio "Nacional T. Di Tella", que los invitó desde 1964. En todos ellos, no sólo han sido destacados por la invitación, sino que han obtenido menciones, fajas de honor y las máximas distinciones.

Fuera del ámbito de la Capital sobresale el primer premio obtenido por César Paternostro en la Tercera Bienal de Córdoba. Todos estos premios pertenecen a los de mayor importancia que un artista plástico puede obtener en la Argentina.

Otras instituciones: Se destacan los tres centros de arte del Instituto T. Di Tella: el C.A.V.; el Centro de Experimentación Audiovisual (que ha desempeñado un importante papel en el traspaso de las manifestaciones plásticas de los artistas estudiados al espectáculo teatral y de ballet), y el Centro de Altos Estudios Musicales. Todos nuestros artistas han tenido mayor o menor relación con el C.A.V. si bien no ha llamado la atención que este hecho no ha surgido espontáneamente durante las entrevistas.

1.c. Difusores imprevistos

En Septiembre de 1966, la Cámara Argentina de la Industria Plástica organizó una muestra, "Plástica con Plásticos", en el Museo Nacional de Bellas Artes, a la que fueron invitados varios artistas del grupo. El diseño gráfico del catálogo y la impresión del mismo estuvieron a cargo de las mismas personas que los realizan para el Instituto T. Di Tella.

El INTI (Instituto Nacional de Tecnología Industrial) piensa realizar una exposición similar con los siguientes materiales: acero, metales no ferrosos, vidrio, tejidos fibras sintéticas, cemento, mármoles, pintura, papel, cuero, madera y aparatos electrónicos.

Un profesional adaptador, el arquitecto Osvaldo Ghieso, abre sus proyectos a la inventiva de los artistas y hace conocer por este camino el estilo en otros productos.

Debemos nombrar también algunos pequeños comercios y boutiques, que en forma secundaria cumplen una función difusora. Se destacan "La Oveja Boba" y "La mordedura tierna" (artesanía Pop), los "Picacobres" (decoraciones y fantasías Pop) "Dé-Dé" (una boutique de modas vinculada con la boutique "Parafernalia" de Nueva York).

Otro efecto difusor se concretará de realizarse el plan de Ignacio Pirovano (ex-director del Museo Nacional de Arte Decorativo), de obtener el permiso municipal para que los artistas del grupo pinten y decoren el vasto parque de diversiones Ital-Park.

Sobre un limitado sector de la clase alta se extiende la actividad difusora de un peinador de moda, "Christian", que se manifestó en un moderno "mecenazgo" a traves de invitaciones a su domicilio particular y venta de productos de los artistas en su peluquería.

1.d. Conclusiones

Esta visión general de los difusores del grupo estudiado, permite las siguientes respuestas a nuestra primera pregunta:

a) Actúan como difusores un conjunto de personas e instituciones, limitado en su número pero de gravitación en la vida cultural del país.

b) Existen contactos con difusores en el extranjero, especialmente en Nueva York y en París.

c) No hay marchands ni coleccionistas de arte que se ocupen exclusivamente del grupo.

d) No hay galerías ni publicaciones especialmente dedicadas a difundir la producción de los artistas estudiados.

e) Los artistas han tenido acceso a, y obtenido distinciones en los principales premios plásticos del país.

f) Como promotores se destacan el Director del C.A.V., Jorge Romero Brest y la cronista G.Derbecq.

g) Se hicieron intentos de promoción a través de mediadores imprevistos tales como: empresas industriales, un instituto tecnológico, comercios, talleres artesanales y profesionales de la arquitectura.

h) Entre las publicaciones difusoras se destaca la revista semanal Primera Plana.

2.: . ¿Cómo realizan sus fines los difusores, y cómo responden a las expectativas puestas en ellos ?

2.a. La acción de los difusores tradicionales

Críticos: Las entrevistas con los artistas mostraron que los críticos no responden a las expectativas del grupo artístico porque: a) consideran insuficiente su preparación teórica; b) no hay críticos teóricos capaces de interpretarlos; c) deploran que los críticos estén lejos de la vida del artista y no logren por ello, comprenderlo ("Masotta no dice lo que nosotros hacemos, sino lo que él piensa que hacemos"; "Romero Brest nos ayuda, pero está lejos de nosotros, no sabe como vivimos").
Germaine Derbecq es admirada por su participación en los círculos de la juventud. Esta francesa sexagenaria que llegó a la Argentina en 1951, siendo esposa del escultor Curatella Manes. Consideró insuficiente la crítica de arte en el país y gestionó su participación como tal en "Le Quotidien". Este diario de la colectividad francesa tiene una circulación reducida pero es leído por miembros de una minoría vinculada a la vida artística. Como amiga de la familia Fano, participó en la apertura de la galería Lirolay y se desempeñó en la misma como primera directora artística. Desde allí ofreció, entre 1962 y 1964, las posibilidades más espectaculares al grupo de artistas de vanguardia para que se expongan al juicio del público. Realizó también selecciones para otras galerías, en las que incluyó artistas de nuestro grupo. Actualmente espera que éstos "se muevan sólos" y ya no se

interesa tanto por ellos. Con todo, los artistas siguen acudiendo a ella porque la respetan, tiene muchas relaciones en el ámbito de las artes plásticas y participa en los jurados de premios importantes.
O. Masotta ha dictado varias conferencias y seminarios en los que ofreció su interpretación de los nuevos fenómenos artísticos. Sus teorías influyen en algunos artistas del grupo. Representa el único teorizador argentino del movimiento, aunque se basa ante todo en datos y teorías francesas y estadounidenses (12).
En los primeros años del movimiento, Rafael Squirru prestó su apoyo dinámico a los nuevos artistas. Para una exposición de Delia Puzzovio, casada con su hermano Carlos Squirru, escribe en el catálogo: "He querido tan sólo en estas breves palabras introductorias, rendir mi sencillo homenaje a esta artista, que está en la primera fila de nuestros creadores". Y para Marta Minujin: "En nombre de todos los hombres nuevos, te compro todo lo que haces y todo lo que hagas hasta el día que sigas haciendo y propongo el museo de tus obras, que será este universo hasta la esquina de Josafat".
Sobre la acción de Romero Brest hablaremos al referirnos al C.A.V.
Thomas Messer publicó en 1966 un libro importante "The Emergent Decade", sobre la moderna plástica latinoamericana. Pasó tres veces por la Argentina y mantiene contactos epistolares con Samuel Paz (del C.A.V.). Aunque no es partidario declarado del Op y Pop Arte, en su libro nombra y presenta entre otros artistas argentinos, a Delia Puzzovio, Marta Minujin y Pablo Suarez.
Durante las entrevistas se observó frecuentemente el interés especial de los artistas en obtener reconocimientos de cualquier índole desde el extranjero.

Diarios y revistas: Los artistas no se sentían, según sus manifestaciones, representados ni interpretados correctamente por ningún órgano de difusión periodístico. Se lamentan porque "al hablar de nosotros insisten sobre la nota escandalosa, sensacionalista o chocante".
Algún crítico más aceptado, como Masotta, "no tiene tribuna"; Rafael Squirru "está en Washington". Sin embargo, si se tiene en cuenta el espacio que los órganos de difusión impresos dedican generalmente a las artes plásticas, se puede decir, que los artistas del grupo recibieron suficiente difusión periodística. Pero la crítica de los artistas es quizás más acertada, cuando sostienen que no han sido interpretados en el nivel deseado por ellos.
Pensamos que tal interpretación se ve dificultada por el hecho de no haber planteado en ningún momento, mediante algún manifiesto o alguna publicación, sus principales lineamientos estéticos. Exigen una comprensión inmediata de obras, que se oponen a todo lo que tradicionalmente se ha hecho en artes plásticas en el país.

Galerías: Las galerías no cumplen plenamente con los artistas quizás porque éstos no pueden cumplir plenamente con ellas. Estas instituciones presuponen, por lo menos en principio, una postura tradicional frente a la obra plástica: "que ésta pueda ser exhibida para obtener el reconocimiento y la inversión del público".
Dice una directora de galería, que no expone arte de vanguardia: "El pop y los

objetos divorciaron de la vanguardia a los tranquilos inversores. Esos nuevos movimientos y formas son elogiadas por la crítica, difundidos por el Instituto T. Di Tella y algunas galerías, pero no son aceptados por los coleccionistas (13).

Debe señalarse que antes de 1955, las galerías de Buenos Aires eran simplemente salas ocupadas por un pintor que las alquilaba para exhibir sus obras. A partir de 1955 cambió el panorama bajo el impacto de los siguientes hechos: a) la creación del Museo de Arte Moderno, bajo la dirección del poco convencional Rafael Squirru; b) el cambio total en la orientación plástica impuesto al Museo Nacional de Bellas Artes por J. Romero Brest; c) mayores gastos en el mercado de arte; d) diferenciación de las galerías según corriente o estilo preferido.

Pero estas innovaciones favorecieron más a la pintura tradicional que a las obras de vanguardia, en cuanto a ventas. El público, cuando compra, se decide por pintores ya consagrados y alejados de la polémica.

El grupo de artistas estudiado encontró varias galerías que les ofrecieron sus instalaciones mediante una invitación sin costos. La obra expuesta obligó en varias oportunidades a modificar la práctica tradicional de exhibición. Es el caso de una presentación de Pablo Suarez quien convirtió la sala de la galería Vignes en "la obra propiamente dicha". Se intentaba alterar lo que normalmente esperan los visitantes de las galerías de arte, ofreciéndoles el mismo espacio pero modificado en su integridad por un tabique y líneas divisorias "como las de un campo de basquetbol" (14).

En otros casos, a los artistas sólo les correspondió la función de organizar una bulliciosa reunión de inauguración de una galería. Por ejemplo, cuando una sucursal de la galería Rubbers expuso obras de otros pintores como "ambientación" de Marta Minujin y David Lamelas (1966).

Las galerías de Buenos Aires no incluyen decididos baluartes de la vanguardia estudiada. Puede distinguirse sin embargo; a) un núcleo que subraya los valores tradicionales - lo representa la Asociación de Anticuarios y Galerías de Arte, integrada por siete galerías y presidido por el director de la galería Wildenstein; b) un amplio grupo que no se mantiene totalmente ajeno a la experimentación esporádica.

Un representante del primer grupo dice sobre el segundo: "Son las que gozan de más propaganda, pero las expresiones nuevas que cultivan las están conduciendo al abismo (...) Sólo el arte antiguo rinde frutos". (15). Los artistas que "rinden frutos": Vicente Forte, Spilimbergo, Daneri, etc.

La mayoría de los artistas entrevistados expuso en las galerías por invitación. Unos pocos comenzaron con el alquiler de la sala y en varios casos aún lo deben. Las invitaciones se gestionan siempre mediante algún crítico conocido y mediante el apoyo mutuo que se ofrecen los artistas. Las galerías han sido, para casi todos: a) el lugar del primer encuentro (al ver la obra del otro, conocieron a quienes estaban en la misma búsqueda plástica); b) un lugar de estudio para conocer las reacciones del público; c) el punto de partida para la difusión personal.

En resumen: Las galerías significan un factor decisivo de promoción y difusión. Hasta los más entusiastas reformadores de la expresión plástica tienen conciencia de ello y las utilizan. Claro que -agregan- "las galerías dispuestas a participar deben modificar sus normas".

Museos: Los museos se hallan intimamente determinados por las líneas propuestas por sus directores. El Museo de Arte Moderno (Hugo A. Parpagnoli) y el Museo Nacional de Bellas Artes (Samuel Oliver) muestran una posición algo más reservada frente a la experimentación total, proclamada por el grupo estudiado (si bien el último se considera un alumno de Romero Brest). Por lo general estos museos han prestado sus instalaciones para la realización de los premios muy institucionalizados (por ej.: "Ver y Estimar", "Braque"), o para muestras de gran interés como "Plástica con Plásticos".

Premios: Los tres premios mencionados han mantenido en los últimos años una posición de apertura a las manifestaciones artísticas del grupo estudiado. Puede haber influido en este hecho la buena relación entre los tres jurados y la presencia de algunos de los miembros en dos o en los tres. Se observa una notable coherencia de juicio en los premios otorgados en los últimos dos años.
Es fácil de imaginar el impacto que tiene esta actitud en el medio artístico: el artista puede suponer que en la medida en que se presenta coincidiendo con esta línea, mejoran sus posibilidades de aspirar a alguna distinción. Algunos artistas nos manifestaron francamente, que trabajaban en función de las expectativas y de las sugerencias vinculadas a estos premios; este hecho surge con especial nitidez en relación al Premio Nacional T. Di Tella, en el que se participa por invitación y donde suele pedirse a los artistas que presenten previamente los planos de sus obras, para que éstos sean aprobados o reciban posibles sugerencias de modificación.
Otro premio invitación, el de "Ver y Estimar" se halla muy vinculado con el C. A. V. a través de la personalidad de Romero Brest. Destacarse en él, puede ser el primer paso para recibir una invitación en el Premio T. Di Tella. "Hay que tratar que a uno lo inviten", manifiesta G. Derbecq. "Los mismos artistas presentan a sus amigos. Además - vivimos como en un pequeño pueblo, cada uno conoce al otro. Lo más importante: hay que estar en el núcleo de la juventud".
El premio "Braque" invita tras una presentación formal. Hay que entregar el curriculum y diapositivas y se observa una mayor diferencia de criterios en relación a los otros dos premios.

El Centro de Artes Visuales del Instituto Torcuato Di Tella: Analizaremos con algún detalle a esta institución porque muestra una continuidad teórica, fundamental para el desarrollo del grupo estudiado. A diferencia de los premios y de las galerías, el mismo lugar físico del Instituto es un lugar de encuentro permanentemente utilizado. El Director del C.A.V. y sus colaboradores explicitan su intención de ejercer efectos pedagógicos sobre el grupo. "Al crear el C.A.V., se han tenido muy en cuenta las implicancias que el arte y la labor del artista tienen en el medio social en el que se desarrollan, atendiendo a la energía que insuflan en ese medio, a la expresión de libertad que les es propia y a la gran profundización que hacen de nuestro mundo, al rastrear y elevar a la superficie sensible de la forma, fenómenos que aparecen confusos e inadvertidos a la visión cotidiana" (16).
A estos objetivos que equivalen a una manifestación ideológica general, se agregan

otros más específicos:

- mantener contactos con centros similares y personas vinculadas a las artes visuales, en el país y en el extranjero;
- ofrecer al artista un lugar de encuentro y un respaldo;
- atraer mediante diversas formas de promoción a un público numeroso y ponerlo en contacto con el arte que considera de vanguardia.

Seguramente estos objetivos son similares a los que aparecen en las galerías nombradas anteriormente, pero el C.A.V. ofrece un marco institucional que contiene un elemento esencial: la asignación de fondos que no provienen de la venta de los productos que promociona.

En cuanto a los contactos mencionados, nacionales e internacionales, el C.A.V. ha sido ante todo un importante puente de contacto para sus artistas (o lo que llama "la línea del Di Tella"). Se ha tratado de convertirlo en un verdadero "lugar de encuentro"; ésto se debe directamente al estilo de relaciones humanas que aplican el director del Centro, su esposa, su secretaria y el director adjunto. "Me preguntan por cualquier cosa", expresa Romero Brest, "y cuando están en el extranjero me escriben como a un padre. Tienen muy buenas relaciones con ellos también mi mujer y Samuel Paz". "Siempre nos invitan a sus fiestas, muchas veces vamos aunque sea sólo por un rato. Ultimamente hemos atraído hasta a los más reacios y comunizantes, como Carreira y Jacoby".

Su director define al C.A.V. como un centro de experimentación. El mismo se autotitula un político. "Tengo muchos amigos y enemigos. A los enemigos les deseo que se hundan. Escribo en el Art International tan sólo para promover a nuestra gente. También trato de organizar exposiciones para ellos en el extranjero. Tuvimos mucho éxito con la exposición "New Art in Argentina" realizada en Minneapolis hace dos años".

¿Cómo detecta el C.A.V. los nuevos artistas que promueve? Esto es un proceso complejo pero informal. Como ya señalamos, los mismos artistas presentan sus amigos artistas. "Tenemos muchos contactos con el ambiente artístico y conocemos muchos creadores". Hay también mucho interés por lo que sucede en las provincias. Se han tomado contactos con artistas que satisfacen las exigencias experimentales del C.A.V. en La Plata, Mar del Plata, Rosario, Bahía Blanca, Córdoba. Sólo un artista del grupo expresó su rechazo hacia el C.A.V. "Estar en él es como estar en una Academia (...) Es algo así como una institución de beneficencia".

La acción del C.A.V. es muchas veces confundida con la de todo el Instituto. A consecuencia de su indiscutible influencia en el medio artístico ha recibido interpretaciones impregnadas de elementos subjetivos.

La atracción de público al C.A.V. se ve favorecida por la ubicación céntrica: en una zona, donde se encuentran la mayoría de las galerías. Influyen además una amplia información periodística (tanto favorable como desfavorable) y la participación o vinculación de varias personalidades influyente, especialmente del medio industrial.

Recientemente el Instituto ha creado un departamento para el fomento de las relaciones públicas: el "Departamento de Adherentes a los Centros de Arte del Institu

to T. Di Tella". La actual directora de este departamento, Sra. Uribelarrea, conoció el membership department del Museo de Arte Moderno de Nueva York y propuso una institución similar al director del Instituto, ingeniero Enrique Oteiza, a quien le entusiasmó la sugerencia. Comenzó a funcionar bajo su dirección y con tres asesores (dos de ellos son el arquitecto Ghieso y el pintor y médico Florentino Sanguinetti (h)) en julio de 1966. Actualmente cuenta con más de 800 adherentes entre los cuales figuran también instituciones como Ford, Fiat, Escuelas de Artes Gráficas, etc., los que pagan una pequeña suma y reciben regularmente los programas de los tres Centros. Las personas se asocian libremente debido a contactos personales. En su mayoría se trata de individuos de menos de 30 años. Un aspecto novedoso a destacar es la práctica del alquiler de obras de arte. Algunos integrantes del grupo investigado han sido invitados a traer obras para exponerlas en la sala de alquiler, pero no los han entregado. Por otro lado, la directora estima difícil su alquiler, ya que "la gente quiere cuadros para colgar en las paredes".

Dos reacciones características: La acción de los difusores mencionados ha despertado, en medios artísticos de otra orientación, reacciones dignas de ser destacadas por la intensidad emocional con que se manifiestan . También se han ocupado de ellos ensayistas sociales. Quisiéramos citar un ejemplo de cada uno.

a) Un artista: "Es curiosa la comprobación: en Buenos Aires ocurre lo que en Europa con relación a lo internacional. Allá hay un numeroso grupo de seudoartistas que hace una tremenda bulla para disfrazar su incapacidad. Respaldados por los marchands y las galerías comerciales, impiden que se conozca a ese otro grupo menor de artistas auténticos que trabajan silenciosa, tenazmente, sin buscar publicidad. Nada les interesa sino su arte. Por eso la visión que se quiere dar del arte contemporáneo es falsa, pensando en aquella mayoría. En Buenos Aires, el grupo de organismos oficiales - Museo de Bellas Artes, Museo de Arte Moderno, etc. - y algún instituto de poderosa solvencia como para hacer ese mismo varullo que impide oir la música, logran que se tenga también una falsa idea del hacer artístico. Hasta que no desaparezcan esas causas, se seguirá insistiendo en el error y se postergará a los que valen. El otro mal, acaso el peor, es que se desoriente -se orienta mal- a la juventud" (17).

b) Un ensayista social: A. Moffatt, analizando la "cultura de los ejecutivos" sostiene (18): "Esta cultura tiene sus artistas y sus científicos. Un pintor en esta estructura, primero se promueve, luego se "cotiza" y por fin "se impone en el mercado". Para indicar lo valioso de una creación artística, se dicen los pesos (o dólares) que se pagaron para adquirirla. El Instituto Di Tella, estrechamente ligado al Museo de Arte Moderno de Nueva York, es el coordinador (y sostenedor económico) del "artista ejecutivo", quien juego con las mismas reglas que si quisiera imponer una nueva "coca-cola", tal vez prometiendo que será 'more exciting!'".

Dejando de lado todo intento de evaluación de estos párrafos, creemos que en nues

tras páginas hay un material extraído de la realidad, que corrige adecuadamente este tipo de enfoque.

2.b. La acción de los difusores imprevistos

1. La ya citada exposición de la Cámara Argentina de la Industria Plástica, invitó a un grupo de artistas para que realicen obras con el material producido por las empresas patrocinadoras. Se organizó un cursillo previo para explicar a los artistas las posibilidades y las técnicas de tratamiento del material. Hubo también práctica de laboratorio y asesoramiento para los artistas en cualquier momento de su trabajo.
El jurado estuvo integrado por G. Derbecq, Th. Messer, Michel Ragon y Aldo Pellegrini.

2. La acción difusora del arquitecto O. Ghieso se compone de varios aspectos. Ha colocado algunos objetos producidos por integrantes del grupo en su casa y en su estudio. Con otros artistas ha realizado decoraciones de interiores. También obtuvo la colaboración para la decoración de una perfumería, pero cuando ya había concluido con los planes la representante de Helena Rubinstein intervino contra el proyecto. Ha realizado la decoración de su nuevo estudio de arquitectura con la participación de varios artistas del grupo y desea instalar allí un lugar de encuentro y de entretenimiento para el grupo y sus adherentes. Favorecen este objetivo la instalación de una pileta de natación, de una parrilla y de un jardín decorado por trabajos de D. Lamelas. Piensa extender estas colaboraciones al diseño de muebles.

Las boutiques ofrecen a algunos artistas la posibilidad de ingresos económicos, a la vez que ayudan a la difusión, pues en ese marco los objetos nuevos son aceptados con mayor facilidad. Los colores, las formas, los símbolos característicos del grupo, aparecen en aros, pulseras, platos, marcos de espejos, tapices, etc. Preparan en cierta medida la percepción para la obra propiamente dicha y desligada de toda funcionalidad práctica.

2.c. Conclusiones

El análisis de la acción de los principales difusores del grupo investigado permite formular las siguientes conclusiones:

a) Los pocos difusores actúan con intensidad en la propagación de un arte experimental, pero los artistas juzgan insuficiente el esfuerzo.

b) Los difusores tienen, según los artistas, una comprensión inadecuada del fenómeno artístico que difunden.

c) El carácter de las obras dificulta la difusión tradicional de las mismas y conduce a cambios entre los mismos difusores.

d) Existe la tendencia, dentro del reducido grupo de difusores, de apoyar con cierta continuidad un estilo de manifestación plástica, independientemente del hecho de que otros artistas, vistos individualmente y fuera del estilo promovido, hayan producido obras de valor.

e) Las relaciones entre los difusores y los artistas son informales y se basan en contactos personales muy frecuentes.

f) Para tal fin se mueven dentro de una determinada zona de la ciudad en la que se hallan la mayoría de las galerías, los bares que frecuentan y el C.A.V.

g) Los difusores argentinos "claves" sirven como puente con los difusores en el extranjero.

h) Los difusores imprevistos ofrecen varias posibilidades de continuar la función artística en relación con una función práctica: el límite está dado por el grado de aceptación y rechazo del cliente.

i) Los difusores actuales del arte de nuestro grupo son identificados como tales en el medio de otros difusores, y atacados o festejados por este hecho.

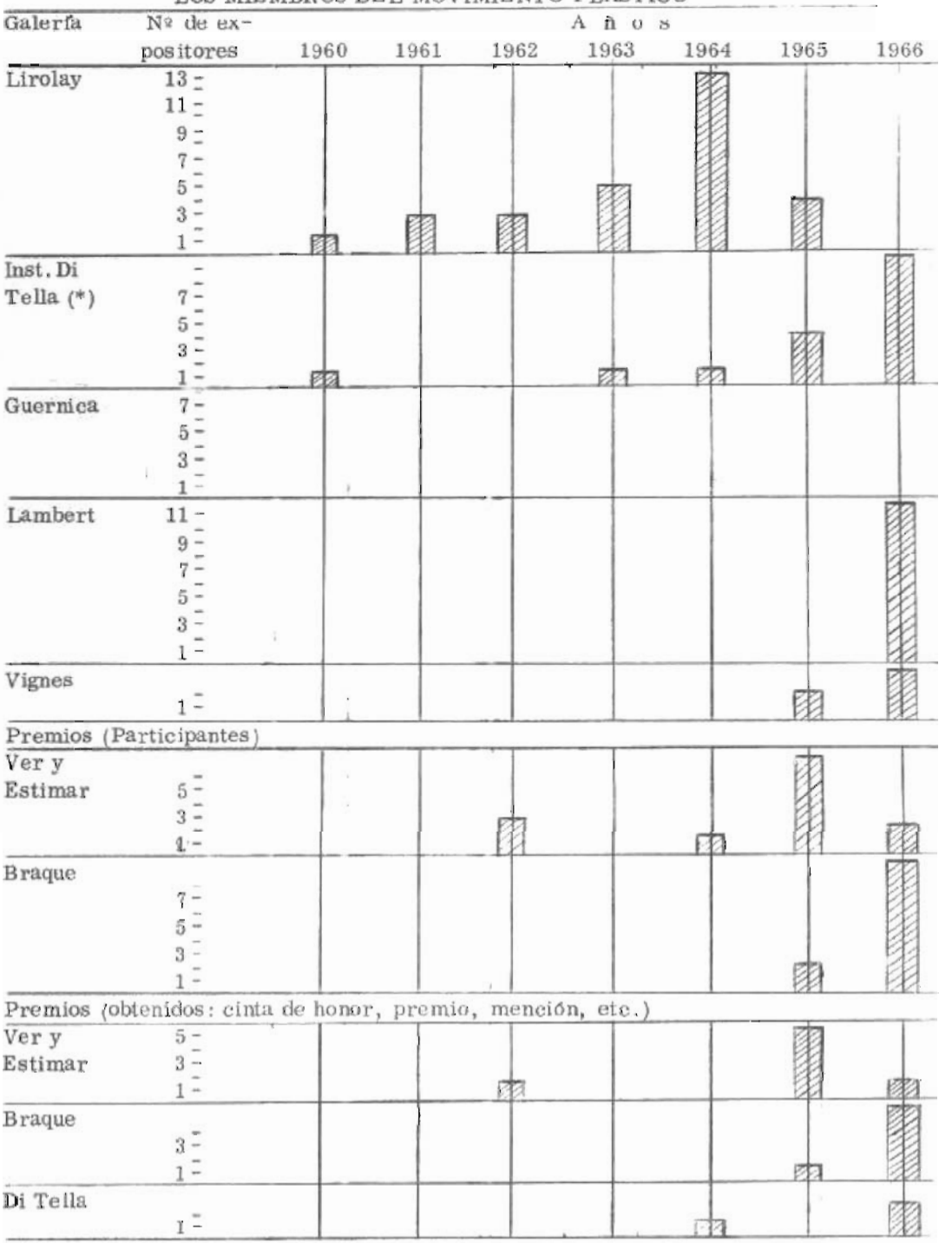
j) En cuanto a los pasos de la promoción (a través de exposiciones y los principales premios), podemos observar el siguiente proceso (ver diagrama 2): 1) La exposición y consecuente difusión debido a una determinada galería; 2) la adhesión expresada en tal oportunidad por críticos destacados (Squirru, Romero Brest, etc.); 3) la consagración de algunos mediante un premio y la exposición en varias otras galerías; 4) la galería pionera es casi abandonada después de otorgados los premios más cotizados; 5) dispersión de los lugares de exposición

Esto último coincide con la dispersión geográfica (viajes a Europa y a Estados Unidos de la mayoría de los artistas) y a la desaparición del grupo como tal.

3. ¿Cómo interpretan los difusores la producción que difunden y qué valor le asignan?

En esta sección citaremos sobre todo posiciones positivas, desde que los di

DIAGRAMA 2 - DESARROLLO TEMPORAL DE EXPOSICIONES Y PREMIOS DE LOS MIEMBROS DEL MOVIMIENTO PLASTICO



(*) Los números corresponden a los participantes invitados al Premio.

fusores acusarán actitudes preferenciales por lo que difunden. Las interpretaciones y los juicios de valor resultan difíciles de agrupar, porque se trata de una mezcla de elementos muy intrincada: Aparecen posturas resueltamente subjetivistas mezcladas con pretensiones de objetividad; interpretaciones históricas con interpretaciones metafísicas, intereses comerciales y de propaganda; compromisos de toda índole y una gran inseguridad en la evaluación, que emana de la diversidad de producción artística y que dificulta una postura clara frente al grupo en su totalidad (hay en él elementos póp, geometrismo, etc.).

3.a. Reseña histórica

Resumimos una reseña histórica extraída de las manifestaciones de los entrevistados:

1959 G. Derbecq observa obras innovadoras (entre ellas algunas de Alberto Greco y Kemble) en el Museo Sívori. Cuando se crea la
1960 Galería Lirolay organiza, como directora artística, la primera exposición con estos artistas. Dos años después se presentan en
1962 la misma galería, Santantonin con "cosas" y Marta Minujin con "collages". En este momento está en decadencia el movimiento de los geométricos que existía previamente. Aparecen algunos experimentadores inspirados en el arte pop de Estados Unidos que se mueven con gran dinamismo. A Marta Minujin y Ruben Santantonin se agregan Delia Puzzovio, Carlos Squirru, el binomio Cancela-Mesejean. La primera aparición espectacular se produce
1964 en la exposición conjunta realizada en Lirolay. Estas apariciones continúan en los años siguientes: "Significó llevar la plástica argentina al nivel internacional de experimentación. Dice Masotta: "Hay una relación evidente entre el boom de los medios de comunicación y el pop. Esto se ha dado también hasta cierto punto en Buenos Aires. Además los artistas saben lo que pasa en otras partes, esencialmente por las revistas, lo que hace que las artes plásticas tengan hoy carácter internacional". Según G. Derbecq, el pop "aparece como el realismo de nuestra vida actual, significa los ojos abiertos en la calle". "Siempre hubo un amor por los objetos, esto se manifestó en distintos estilos y expresiones. Durante los últimos tiempos se ha hecho demasiado en pintura, hay cierto cansancio de los creadores. Por ello ahora se observa un mayor interés por los objetos".

El profesor J. Romero Brest acota: "Comprendo a los que se ofenden con la actitud de los jóvenes. El hábito de por aquí era pintar o esculpir bien haciendo obras que debían perdurar, y a estos creadores iconoclásticos les importa en cambio la actitud cambiante, en procura de una verdad inasible en forma definitiva, pero por eso mismo rica y auténtica (...) En el país hubo conciencia de imágen, pero no conciencia de imaginar (...) (Pero) la carencia de base económica fundada en

la abundancia y la despreocupación para consumir -aquí hay pocos compradores de obras nuevas, nadie ha vendido su colección heredada para adquirirlos- puede provocar el aborto de la situación que nos está llevando a ser considerados como productores de buena mercancía con valor internacional. Si los grupos difíciles de definir (...) entre los pudientes y los trabajadores (incluyendo muchos comerciantes e industriales) inclinan sus gustos hacia las obras del pasado lejano o del próximo, salvo los que carecen de aprobación periodística, es porque así como ellos no tienen ubicación precisa en la estructura social, no la tienen en la cultural (...) A pesar de lo cual entre ellos se reclutan los pocos que apoyan a los artistas nuevos"(19). R. Brest prevee además el surgimiento de un nuevo movimiento: "Hubo desde el primer momento algunos geométricos encubiertos que ahora, agotada la búsqueda de carácter pop, se manifiestan más claramente".

3.b. Posturas subjetivas, mezcladas con intenciones objetivas

G. Derbecq: "Hay que estar con la juventud".

Romero Brest: "Por un lado soy un político del arte, un agitador, en tanto considero una valoración social de la obra; y por otro soy un gozador del arte, fuera de toda determinación y de toda ideología, en cuanto hago arte, fuera de toda determinación y de toda ideología, en cuanto hago juicios de valorización contemplativa" (20).

Mario Fano (galería Lirolay): "Estamos dedicados a la vanguardia. Queremos mostrar qué hacen los nuevos movimientos. Tenemos predilección por los artistas que no hacen cosas sólo para vender, sino que pintan por una búsqueda y se preocupan por crear algo nuevo".

Lawrence Alloway: "Aquí los artistas que he visto son extravagantes en extremo, se los mira con desconfianza: eso no quiere decir que los artistas sean anormales. Ellos son normales, la sociedad argentina es la infranormal, exagerada, puntillosa, controladora" (21).

En el primer Salón Hisisa de Arte Aplicado (otro esfuerzo de un difusor imprevisto, similar al caso de la Cámara de los Plásticos) se escuchó decir a un industrial: "Este salón será sin duda la más acabada muestra de arte con auténtico sentido comunitario. La exposición habrá de mancomunar el arte con la industria; y la industria será la encargada de poner al alcance del pueblo las obras que habrán de mostrar nuestros más prestigiosos artistas".

Sobre el grupo y alguno de sus integrantes: "Hacen lo que corresponde a una generación joven. Se juegan con todo, son auténticos" (O. Ghieso). "Muchos son experimentadores y su importancia es fugaz. Esta es, por ejemplo, la base de la an

gustia de M. Minujin, que de pronto siente que no tiene más substancia para la creación" (F. Sanguinetti).

"Cuando los mejores se estereotipan, los dejo y paso a los otros: así voy armando el tendal, inclusive de los que defendí". "Un crítico no es un señor que se casa con nadie. Cuando Marta Minujín empiece a hacer pavadas, soy yo el primero que la va a hundir" (22).

3.c. Conclusiones

El análisis de esta selección de citas nos permite sugerir que:

a) La unión entre difusores y artistas abarca un lapso muy breve, que sólo en pocos casos va más allá de los cuatro años (1962-1966).

b) El movimiento, tal como apareció en el momento de la investigación muestra signos de agotamiento.

c) El mayor desarrollo de este tipo de movimientos se ve coartado por las limitaciones sociales y económicas de nuestra sociedad.

d) El ímpetu innovador significó la puesta al día de las tendencias de la vanguardia plástica argentina con respecto a lo que sucede en el extranjero.

e) Una unión económicamente ventajosa con instituciones socio-económicas de la sociedad podría significar la derivación definitiva hacia las artes aplicadas.

f) Los difusores festejan las notas de juventud y experimentación que caracterizan al grupo.

g) Los que demuestren un agotamiento de su capacidad innovadora corren el peligro de ser abandonados por sus principales difusores.

3.d. Nota

Antes de analizar los principales resultados del material expuesto sobre difusores, debemos completar la información con dos informes adicionales extraídos de las muestras A y B.

1. Las formas más eficaces de auto-promoción, que puede intentar un artista en Buenos Aires.

2. Las características del mercado de arte en Buenos Aires.

1) Los entrevistados respondieron a la pregunta ¿Qué debe hacer un artista en Buenos Aires para hacerse conocer? de la siguiente manera:

a) Debe estar en todas partes y entablar contactos	10 veces
b) Debe exponer y obtener premios	8 veces
c) Debe vincularse con críticos y otras personas	7 veces
d) Debe tener contactos con otros artistas	1 vez

La importancia que revista la primera respuesta, se refleja también en las siguientes observaciones:
"Algunos hacen una sola obra por año, pero están en todas partes y a esos se los conoce más que a un tipo que realmente 'labura'". "Hay que tener un gran aguante físico y autopromocionarse". "Hay formas lícitas y no lícitas. Las no lícitas consisten en perseguir a alguien que sea un crítico y hacer una intensa vida social, para ser visto, seducir y convencer".
Los difusores entrevistados responden de la siguiente manera a la siguiente pregunta:

a) Vincularse con el Di Tella	3 veces
b) Presentarse a los premios	2 veces
c) Contactos personales	2 veces

2) Sobre las características del mercado de arte en Buenos Aires regocimos las siguientes opiniones:
"No hay mercado para la vanguardia"(tres); "es estrecho" (cuatro); "hay mercado para lo tradicional" (cuatro); "hay mercado para los cotizados por la crítica" (uno). La mayoría sostiene que se vende bien hasta los pintores Berni, Castagnino y Alonso. Según el artista Rodríguez Arias "hay un desfasaje entre la capacidad creadora y la adquisitiva. Hay un movimiento grande pero poca absorción". Santantonin: "El mercado es estrecho también porque las cosas que uno hace no son útiles, no se pueden colocar en paredes y es difícil saber que valor decorativo tienen". Ghieso: "Su ubicación (la de las obras) posible no es, en realidad, el espacio íntimo, sino el espacio público".
Los difusores opinan en cuanto al mercado para las obras de vanguardia que: mejora (dos); es pequeño (uno); sigue siendo tradicional (uno).

4. ¿Cuál es la influencia ejercida por el proceso de difusión sobre la producción de este movimiento?

Desde los fines del romanticismo, el artista es postergado cada vez más como fuerza autónoma y los difusores cobran mayor perfil. Según la tesis de Levin Schücking (23), el arte depende, en sus formas definidas, de ciertos sustentadores

de gustos y el grado de éxito de estos grupos depende a su vez del grado en que dominan el mecanismo de la vida estética. ¿Cómo se articula la dependencia de estas "formas definidas"? o, ¿en otras palabras, como se definen? Nuestra investigación nos sugiere algunas explicaciones.

El grupo de artistas estudiado se presenta como un grupo de vanguardia, no sólo en cuanto a sus propias aspiraciones y a las valorizaciones de sus más declarados difusores, sino también en relación a algunas características de los difusores tradicionales, que deben modificar parcialmente sus pautas para difundir el nuevo arte. Simultáneamente, nos preguntamos hasta que punto el arte mismo se modifica porque los intermediarios están dispuestos a su propia modificación. Ocurre un acercamiento mutuo que hace que el arte sea un producto de ambos. Dice Noé: "Ya no trabajan para el arte pop tan sólo los artistas, sino fundamentalmente los comerciantes" (24). Si bien en nuestro caso los comerciantes tuvieron escasa intervención, a los otros difusores les cupo un importante papel en la determinación de formas definidas de arte. En forma equivalente a la idea de Mc Luhan, de que "el medio es más importante que el mensaje", nosotros sugerimos que, para nuestro grupo, el difusor es más importante que la obra. Intentamos explicarlo a través de dos observaciones.

1. Un elemento clave para que sea percibida la intención vanguardista de una obra es la relación entre el difusor tradicional y la obra que pretende ser de vanguardia.

La gran mayoría de los individuos tiene expectativas bien definidas frente a determinadas instituciones y roles. Cuando se modifica el modelo cultural en que se apoyan, surge una reacción que puede ser de aceptación o de rechazo. Cualquiera sea el caso, la obra de vanguardia para ser percibida como intención artística innovadora, requiere del marco tradicional que rompe o se propone destruir. En un mundo ideal, íntegramente modernizado, no habría vanguardia. Esta se define por su divergencia con lo tradicional que modifica, modificándose. Por ejemplo: En su expresión extrema (las últimas obras de Lamelas, Carreira, Suarez) necesitan del marco de determinadas salas de exposición, cuyas instalaciones tradicionales prestan el trasfondo que al ser reambientado permite destacar los elementos nuevos. En este sentido se constituyen como obras en la medida en que son "obras expuestas". Como consecuencia de lo dicho surge un nuevo hecho:

2. La relación descripta entre el difusor tradicional y la obra de vanguardia implica que, hasta tanto exista un difusor tradicional, debe sustentarse una experimentación permanente.

Observamos que las instituciones se modifican con mayor lentitud que las creaciones artísticas, pero que aumentan prodigiosamente su importancia relativa.

Generalmente se remueve primero su personal. Continúan siendo "galerías" y "museos", pero sus directores cambian y les infunden un nuevo espíritu. Un ejemplo típico lo ofrece la reciente búsqueda del hombre más indicado para ejercer la dirección del Metropolitan Museum de Nueva York. Debía mantenerse una característica (imprescindible en la sociedad capitalista): "El hombre que dirige esta institución colosal, debe ser no sólo un experto en arte, sino también un conocedor, brillante anfitrión social, incansable administrador y suscitador de donaciones". Se lo ha encontrado en Thomas Hoving, que no sólo es un "maestro en el arte de extraer dinero de los que lo poseen, de manera encantadora", sino que posee una segunda -y nueva- característica, "un sentido para la ambientación que linda con el happening; un pirotécnico sentido del humor" (25).

La institución continuará garantizando los más inesperados espectáculos del nuevo director.

Si bien las instituciones difusoras tradicionales perduran, y como tales cumplen una función importante para la definición del arte de vanguardia, los difusores tradicionales individuales tienen cada vez menos importancia para la obra de vanguardia. Las obras no contemplan seriamente ni la permanencia en colecciones, ni una larga historia comercial. Para su caracterización es tan importante el criterio temporal como el espacial. Los difusores vinculados al carácter perenne de la obra no pueden desempeñar un papel importante en relación a estas nuevas creaciones.

La experimentación no significa necesariamente el desarrollo y la profundización de una concepción estética cualquiera, sino la búsqueda de nuevos contrastes que garanticen el papel de vanguardia. Schücking observa: "En la vida de arte actual sorprende la cantidad de personas que participan por un interés intelectual en la experimentación de nuevos medios de arte" (26). Pero no lo percibió como algo inherente a la nueva relación entre difusor y artista, en la cual, como el mismo señaló, el peso se inclina hacia el primero.

5. Conclusiones

Nos hemos formulado cuatro preguntas básicas con respecto al área comprendido entre los artistas y el público: quienes son, como actúan, que piensan y cómo influyen sobre los artistas, los difusores del movimiento de vanguardia estudiado.

Sintetizando los resultados podemos decir:

- Se trata de un conjunto de personas e instituciones pequeño, pero importante, con contactos en el extranjero, que no se dedican en forma exclusiva a la difusión de este movimiento. Son acompañados por algunos difusores im-

previstos que pertenecen a sectores de la industria, el comercio y de las profesiones.

. El conjunto, reconocido por otros como difusor del movimiento, actúa con una intensidad no siempre percibida por los artistas. Lo hace mediante la utilización de contactos informales y dentro de una determinada zona urbana. No rehusa, para la obtención de sus objetivos, adecuarse parcialmente a los cambios en las prácticas de difusión que exigen las obras de arte.

. Artistas y difusores están unidos por una breve historia que parece llegar a su fin pues, según los difusores, las limitaciones económico-sociales limitan también el movimiento.
Los difusores festejan la juventud y el espíritu de experimentación de los artistas, pero están dispuestos a abandonarlos si se agotan sus capacidades innovadoras.

. Las posibilidades ofrecidas por los difusores imprevistos podrían canalizar los impulsos de innovación hacia una transformación en artes aplicadas.

. La relación entre artista y difusores determina:
a) su carácter de vanguardia;
b) el predominio de la experimentación sobre la profundización y el perfeccionamiento;
c) la acentuación del rol que ejercen las instituciones a través de sus individuos más dinámicos y en detrimento de los difusores individuales.

IV. LOS RECEPTORES DE LA OBRA

1. El público visto por los creadores

Pensar en la obra de arte desde el punto de vista del artista significa preguntarse quiénes son pensados como sus receptores en el momento en que es concebida. En el cuestionario correspondiente a la muestra A, enfocamos este problema a través de cinco preguntas: 1) ¿Para quién pinta? ; 2) ¿qué significa el público para Ud?; 3) ¿cuál considera que es SU público?; 4) ¿cómo es el público

Generalmente se remueve primero su personal. Continúan siendo "galerías" y "museos", pero sus directores cambian y les infunden un nuevo espíritu. Un ejemplo típico lo ofrece la reciente búsqueda del hombre más indicado para ejercer la dirección del Metropolitan Museum de Nueva York. Debía mantenerse una característica (imprescindible en la sociedad capitalista): "El hombre que dirige esta institución colosal, debe ser no sólo un experto en arte, sino también un conocedor, brillante anfitrión social, incansable administrador y suscitador de donaciones". Se lo ha encontrado en Thomas Hoving, que no sólo es un "maestro en el arte de extraer dinero de los que lo poseen, de manera encantadora", sino que posee una segunda -y nueva- característica, "un sentido para la ambientación que linda con el happening; un pirotécnico sentido del humor" (25).

La institución continuará garantizando los más inesperados espectáculos del nuevo director.

Si bien las instituciones difusoras tradicionales perduran, y como tales cumplen una función importante para la definición del arte de vanguardia, los difusores tradicionales individuales tienen cada vez menos importancia para la obra de vanguardia. Las obras no contemplan seriamente ni la permanencia en colecciones, ni una larga historia comercial. Para su caracterización es tan importante el criterio temporal como el espacial. Los difusores vinculados al carácter perenne de la obra no pueden desempeñar un papel importante en relación a estas nuevas creaciones.

La experimentación no significa necesariamente el desarrollo y la profundización de una concepción estética cualquiera, sino la búsqueda de nuevos contrastes que garanticen el papel de vanguardia. Schücking observa: "En la vida de arte actual sorprende la cantidad de personas que participan por un interés intelectual en la experimentación de nuevos medios de arte" (26). Pero no lo percibió como algo inherente a la nueva relación entre difusor y artista, en la cual, como el mismo señaló, el peso se inclina hacia el primero.

5. Conclusiones

Nos hemos formulado cuatro preguntas básicas con respecto al área comprendido entre los artistas y el público: quienes son, como actúan, que piensan y cómo influyen sobre los artistas, los difusores del movimiento de vanguardia estudiado.

Sintetizando los resultados podemos decir:

- Se trata de un conjunto de personas e instituciones pequeño, pero importante, con contactos en el extranjero, que no se dedican en forma exclusiva a la difusión de este movimiento. Son acompañados por algunos difusores im-

previstos que pertenecen a sectores de la industria, el comercio y de las profesiones.

. El conjunto, reconocido por otros como difusor del movimiento, actúa con una intensidad no siempre percibida por los artistas. Lo hace mediante la utilización de contactos informales y dentro de una determinada zona urbana. No rehusa, para la obtención de sus objetivos, adecuarse parcialmente a los cambios en las prácticas de difusión que exigen las obras de arte.

. Artistas y difusores están unidos por una breve historia que parece llegar a su fin pues, según los difusores, las limitaciones económico-sociales limitan también el movimiento.
Los difusores festejan la juventud y el espíritu de experimentación de los artistas, pero están dispuestos a abandonarlos si se agotan sus capacidades innovadoras.

. Las posibilidades ofrecidas por los difusores imprevistos podrían canalizar los impulsos de innovación hacia una transformación en artes aplicadas.

. La relación entre artista y difusores determina:
a) su carácter de vanguardia;
b) el predominio de la experimentación sobre la profundización y el perfeccionamiento;
c) la acentuación del rol que ejercen las instituciones a través de sus individuos más dinámicos y en detrimento de los difusores individuales.

IV. LOS RECEPTORES DE LA OBRA

1. El público visto por los creadores

Pensar en la obra de arte desde el punto de vista del artista significa preguntarse quiénes son pensados como sus receptores en el momento en que es concebida. En el cuestionario correspondiente a la muestra A, enfocamos este problema a través de cinco preguntas: 1) ¿Para quién pinta? ; 2) ¿qué significa el público para Ud?; 3) ¿cuál considera que es SU público?; 4) ¿cómo es el público

argentino?; 5) ¿Cómo se imagina al público ideal?

De las respuestas surge que:

a) ningún entrevistado piensa que su obra responde a una necesidad expresiva que se satisface en el mismo acto de la creación;

b) cabe afirmar que la obra tiene siempre receptores (desde el punto de vista de quienes crean), es decir, un público potencial.

¿Cómo está compuesto en sentido amplio, el público? Coincidimos con Rosemberg y Fliegel (27) en que puede pensarse una división en cuatro grupos:

1) Un grupo 'íntimo', primario, inmediato, formado por amigos personales del artista y, a veces, por otros artistas. En nuestro caso incluiría a los integrantes de otras corrientes artísticas afines o de corrientes similares dentro de artes diferentes (sería el caso de los músicos M.A.Rondano y Dellechega; los integrantes de la revista "Airón", las bailarinas Marilú Marini y G. Martínez, todos citados por los entrevistados) y otros amigos personales.

2) Un grupo de críticos, coleccionistas, marchands, instituciones que hemos tratado en la sección anterior.

3) El grupo general de los que compran, sin ser mayormente identificados (en nuestro caso inexistente).

4) El grupo de "los que miran" que es el que más reponde a la imagen de "público" que tienen nuestros artistas.

Al preguntar "¿para quién pinta?" las respuestas denotan que la mayor parte no contesta (once) y uno no sabe. Entre los que opinan, siete "trabajan para el público" que viene a ver, y uno para "la pequeña minoría" que sigue su obra.

Los artistas que no contestan tampoco lo hacen al preguntarles "qué significa el público" para ellos. De los diez sujetos que contestan, para tres es "lo básico", para otros tres "lo que nos importa, es una fuente de estímulo" y para uno no significa nada y "no lo tiene en cuenta".

Interesan especialmente los tres individuos que confiesan que para ellos el público es algo "incomprensible, anónimo y abstracto"; "porque uno pone la obra y no sabe nada más. No sabe la cara que ponen o lo que sienten".

Tratamos de concretar un poco la imagen preguntando "¿cómo es el público específico del artista?".

Trece no contestan, uno describe muy concretamente a sus compradores (una pequeña minoría burguesa, con ciertos conocimientos y con dinero); siete sujetos lo describen como "moderno, sofisticado, sin prejuicios" (es curioso ver que repiten la imagen con que habitualmente se los describe a ellos mismos). Vuelven a ser muy dubitativos al preguntarles su opinión sobre el público argentino. El mayor número sigue siendo el que no contesta (nueve). Los demás se agrupan alrededor de dos tendencias: cuatro sujetos se quejan de su "superficialidad" y "falta de interés", mientras los siete restantes suponen que "tiende a mejorar, a mostrarse más interesado y emocional", aún cuando lo dicen sin gran convencimiento: "quizás no es tan negativo como se piensa"; "participa más que en otros países" (son mencionados Brasil e Italia).

Resumiendo: Si intentásemos confeccionar una escala para medir conexión entre artistas y público, tendríamos tres hitos:

1) El punto de mayor rechazo: sería el que corresponde a algo más de la mitad del grupo, que no desea contestar ni para quien pinta, ni qué significa para ellos el público, ni si tiene un público que considera como propio, ni quiere dar opinión sobre el público argentino. Para ellos la desconexión es total y se traduce en negación.

2) El punto de rechazo intermedio: sería el que corresponde al pequeño grupo que lo ve como "abstracto incomprensible", además de "frío, superficial y apático". La desconexión sigue siendo marcada, pero al menos aparece elaborada a través de la posibilidad de verbalización.

3) El punto de aceptación moderada: corresponde al grupo que tiende a considerar al público como lógico receptor de sus creaciones y se interesa en él (aunque con grados de intensidad que varían). Lo caracterizan como "mejorando en sus actitudes hacia el arte". La conexión no es muy sólida pero asoma una posición de confianza.

Se observa que no hay ningún sector que pueda asimilarse a una conexión francamente positiva.

Queda por contestar la quinta pregunta: ¿Cómo se imaginan al público ideal?

El contraste con los datos anteriores es evidente y resulta un tanto patético. Todos los artistas tienen una imagen "ideal" de público. Doce quisieran un público "vital, interesado, que los comprenda y participe de la obra". Un público como: "el que tienen los Beatles, muy joven, muy entusiasta, que se sumerge sin preguntar".

Otros cuatro artistas extienden su deseo de comunicación a toda la sociedad: "el prójimo, directamente"; "todo el público de las calles". Dos siguen pensando

en una minoría: "formada por gente culta: universitarios o pertenecientes a los círculos intelectuales".

Finalmente otros dos (una pareja) ponen el acento en lo económico y desearían un público compuesto por "grandes empresarios".

Resumiendo, podemos observar que la utopía que prevalece corresponde a una conexión intensa y total, ausente en la realidad que viven. Se cumple sólo en la fantasía el hito de "mayor aceptación", que nos faltaba para completar nuestra supuesta escala.

2. El público como es en la realidad.

Hemos aclarado en la sección dedicada a observaciones metodológicas que de la muestra total de público hemos aislado 92 sujetos con mayor relación con el Instituto T. Di Tella y espectáculos pop. Los criterios, por los que hemos seleccionado este grupo nos permiten suponer que representan al tipo de personas que asisten usualmente a manifestaciones de la plástica de vanguardia.

En esta parte utilizaremos la palabra pop como semejante a "plástica de vanguardia", no porque creamos que son realmente sinónimos (ya hemos dicho que la plástica de vanguardia incluye distintos movimientos), sino porque aquél es el término que hemos empleado en los cuestionarios de público.

2.a. Descripción del público.

(Todos los datos se encuentran en los cuadros que se adjuntan en el apéndice).

Como era de esperar, la mayoría del público es argentino y reside en la Capital y Gran Buenos Aires. El 59 por ciento de la muestra tiene entre 18 y 30 años. Hay más representantes del sexo masculino (61%) y el 59% es soltero).

El nivel educacional es muy alto, ya que el 97% ha iniciado estudios secundarios, el 44% posee educación universitaria incompleta (es de suponer que la muestra incluye un alto número de estudiantes que aún cursan carreras universitarias) y un 25% son profesionales. El treinta porciento de estos profesionales son arquitectos y el 25% ha salido de la Facultad de Filosofía y Letras y los profesorados. El otro porcentaje alto (17%) corresponde a la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. Puede decirse que hay gran mayoría de profesionales conectados con intereses técnico-visuales y humanísticos.

Además de estos estudios, el 43% de las personas ha realizado otros conectados con la actividad artística, y el 60% realiza actividades de tipo artístico o está directamente conectada a través de su trabajo con personas que las ejercen.

El 51% de las personas tiene una ocupación remunerada y el 25% se dedica exclusivamente al estudio.

El 87% ha decidido con antelación su asistencia al teatro. Si nos guiamos por el índice de "interés" que maneja P. Gibaja en su trabajo (28), se trataría de un público muy interesado. Esta definición debe ser tomada con cierta cautela en nuestro caso, pues la dificultad existente para conseguir localidades (sobre todo en el espectáculo de la bailarina Graciela Martínez) hacía un poco obligatoria esta actitud.

Creemos sin embargo que a la decisión anticipada de ir al teatro le podemos sumar indicadores que lo presentan como efectivamente interesado: a) la concurrencia anterior a otros espectáculos similares; y b) la forma de información que manejan antes de tomar la decisión. El 43% se ha informado previamente de la existencia y nivel del espectáculo a través de la lectura de diarios y revistas, y el 36% ha recibido comentarios de amigos y familiares.

Es interesante señalar que el 51% del público lee el semanario Primera Plana, que hemos considerado entre los difusores tradicionales de la plástica de vanguardia. Se trata, como es de esperarse en un público de alto nivel educacional, de sujetos muy lectores. El 72% lee diarios todos los días (los más leídos son "La Nación" y "La Prensa") y sólo una persona manifiesta no leer libros. Eligen fundamentalmente "poesía, crítica literaria o teatro" (el 29%), "novelas o libros de viajes" (27%) e "historia, política, filosofía y economía" (19%).

Por otra parte, este interés en las manifestaciones culturales se extiende a otros órdenes de la actividad intelectual; el 47% concurre a las exposiciones y va al cine "más de una vez por semana", el 25 por ciento concurre con igual asiduidad al teatro, y un 19% también a los conciertos. Pese a ir mucho al cine, el 48% ve poco cine argentino y el 26% lo ve con bastante frecuencia. Algo más apreciado parece el teatro nacional que un 33% ve con bastante frecuencia, aunque un porcentaje casi similar, el 31%, lo ve muy poco. El 74% encuentra tiempo para escuchar radio, pero casi siempre sintoniza audiciones musicales (de música clásica el 39%, y de música popular el 26%).

CUADRO COMPARATIVO ENTRE LAS CARACTERISTICAS DEL PUBLICO DE ARTE POP Y DEL PUBLICO DE ARTE EN GENERAL

Características	Público pop	Público de arte (*)
Edad	entre 18 y 30 años 59% más de 40, 10%	entre 18 y 30 años 41% más de 40, 22%
Sexo	Masculino 61%	masculino 50%
Nivel educacional a) educación formal	secundario 28% univ.incomp. 44% univ.compl. 25% (arquitectura 30%) filosofía 25%)	secundario 48,7% univ.incomp. 22,9% univ.compl. 19,7% (ingeniería, filosofía, derecho)
b) Estudios artísticos	43%	"cerca de la mitad" sin especificar porcentaje
Situación ocupacional	ocupación remunerada: 51% Estudiantes: 25%	Ocupación remunerada: 54% Estudiantes: 23%
Interés en el espectáculo decidió su concurrencia anticip.	87%	76%
Realizan activ.artísticas	60%	54%
Diarios: leo diariamente	72%	63%
prefieren	1. La Nación 28% 2. La Prensa 22%	1. La Nación 48% 2. La Prensa 24%
Revistas pref.	Políticas, de interés general: 38% a) Primera Plana 25% b) Otras 13% Extranjeras 14%	Extranjeras: 42,2% Políticas, de interés general: 15%
Radio		
a) Escucha radio "si"	74%	84%
b) programas selec.	música 65%	música (sin especif.)
Televisión: poseen	100%	59%
Frecuencia con que ven:	todos los días 5%	22%
Cine: frecuencia	más de 1 vez por semana: 47%	semanalmente 34,2%
argentino	muy poco: 48%	muy poco: 44%
Exposiciones: frecuentemente	47%	55%
Tipo de música preferida	Clásica y popular 31% Clásica 19%	28% 60%
Lectura de libros preferida	1. poesía, crítica lit., teatro 29% 2. nov.viajes 27% 3. hist.polít,econ.19%	1. nov.biogr.viajes 36,4% 2. filosof. hist.cienc.29,8% 3. poesía, crít.lit.22,8%

(*) "Público de arte" según los datos de la investigación de P.Gibaja (29)

La comparación entre el público seleccionado por nosotros y el de Gibaja muestra las siguientes diferencias significativas:

a) el público es ligeramente más joven;
b) el público pop tiene un nivel educacional algo más alto;
c) el público pop aparece menos interesado en música clásica y asiste menos a conciertos;
d) si bien el público pop posee más televisores, ve menos televisión;
e) el público pop lee menos revistas extranjeras y más revistas "políticas y de interés general". Sin embargo este dato no es fácilmente comparable pues este tipo de revista ha adquirido su auge posteriormente al estudio de Gibaja.
f) El público pop ve más teatro nacional. Nuevamente aparece el elemento tiempo, pues en los últimos años surgió un interesante núcleo de autores argentinos.

Sintetizando: en los puntos a) y b) sólo encontramos una acentuación en sentido congruente de las características de ambos públicos. En los puntos e) y f) encontramos diferencias que podrían ser explicadas por factores de cambio social.

Las diferencias que aparecen en el punto d) son coincidentes con trabajos realizados sobre "público de arte y medios de comunicación masiva" en otros países. Sólo queda el punto c) como diferencia notoria entre ambos públicos. Podría quizás relacionarse parcialmente con la mayor juventud de nuestro público, puesto que "en un medio culturalmente más completo, la mayor madurez (cronológica) conduce a una mayor atención hacia expresiones como la 'buena música'" (30).

Los datos que tenemos hasta aquí pueden resumirse diciendo que se trata de públicos integrados por individuos jóvenes, con alto nivel educacional que tienen ocupaciones remuneradas o se dedican al estudio. Aparecen interesados en todo tipo de manifestación cultural, ya sea a través del alto grado de asistencia a los mismos, de estudios especiales realizados, o de actividades desarrolladas o conexiones existentes con el medio artístico.

A través de esta comparación debemos concluir, que estamos ante un público que puede considerarse como perteneciente a una minoría cultural o un "público de arte" en general. No tenemos sin embargo elementos para concluir que el público de nuestra muestra pueda definirse como un público pop, en el sentido de público seguidor de este movimiento de plástica de vanguardia.

Quisiéramos elaborar esta opinión analizando aspectos motivacionales que hemos incorporado a nuestro trabajo.

El 32% del público ha asistido al espectáculo llevado por la "curiosidad" o por un "interés cultural general", mientras que sólo el 5% asiste para "ver algo nuevo o distinto". Esto parece indicar que el interés existe más bien hacia formas cultura-

les generales que hacia aspectos específicos de innovación o experimentación.

Cuando se les pide que opinen sobre los motivos que han llevado a asistir a los demás componentes del público, el 29% se inclina por el "snobismo", un 28% cree ver un verdadero "interés en el espectáculo" y un 22 % cree que se trata de "interés en la cultura en general".

Preguntados sobre su opinión acerca de otros espectáculos pop y otros espectáculos del Instituto T. Di Tella que han visto obtuvimos el siguiente resultado:

C.10 EVALUACION COMPARATIVA ENTRE OTROS ESPECTACULOS POP VS. OTROS ESPECTACULOS DE L INSTITUTO T. DI TELLA (ITDT)

Evaluación	Pop %	ITDT %
muy buenos	7	33
buenos	37	41
regulares	22	12
malos	2	-
muy malos	4	-
otras opiniones	13	6
no contesta	15	8

Aparece muy claramente que las actitudes hacia los espectáculos presentados por el ITDT son mucho más positivas, no sólo en porcentajes totales sino también en los extremos. Parece justo concluir que este público es mucho más un público del Instituto T. Di Tella que un público de espectáculos pop.

Cabe preguntarse: a) Hasta donde se trata de un público que asiste "circunstancialmente" a espectáculos pop porque éstos se dan en el marco de una institución que es evaluada positivamente?

b) Hasta dónde este público seguirá asistiendo a espectáculos pop en el caso de que el ITDT (u otras instituciones difusoras de arte y aceptadas como tales por este núcleo) dejase de apoyar este tipo de manifestaciones artísticas?

Por último hemos querido saber: a) cómo han sido percibidos los fines de los creadores de los espectáculos encuestados: y b) como ha reaccionado el público en relación a la percepción de esos fines. Las preguntas formuladas con tal fin en nuestro cuestionario dieron los siguientes resultados.

C.11 COMPARACION ENTRE LA PERCEPCION DE FINES QUE CREEN VER LOS ESPECTADORES EN LOS CREADORES DE LOS ESPECTACULOS Y SUS RESPUESTAS A LOS MISMOS

Ven	fines positivos	no sabe	Fines negativos	otros	no contesta	totales
	49%	11%	11%	6%	23%	100%
Evalúan	positivo	neutral	negativo	otras	no contesta	totales
	52%	13%	12%	-	23%	100%

Los datos parecen indicar que, en líneas generales, los supuestos se cumplen, es decir que la evaluación negativa coincide con un desacuerdo sobre los fines del espectáculo y viceversa. Los resultados se ven un tanto oscurecidos por el alto porcentaje de personas que no contestaron las preguntas. Si bien es mayor la parte del público que tiende a ver actitudes positivas y responde también positivamente, hay demasiados sujetos que se abstienen de contestar o que tienen actitudes neutrales como para que podamos describirlo como un grupo de "seguidores de este tipo de espectáculos".

3. Conclusiones

- Creemos haber muestreado un "público de arte" o una minoría cultural" pero no un público que podamos describir específicamente como "seguidor de la plástica de vanguardia".

- Este público se caracteriza por un interés general hacia las actividades culturales mucho más que por un interés específico en los aspectos experimentales o innovadores.

- Parece ser sobre todo un público seguidor de una institución que podemos definir como "difusora tradicional del movimiento de los plásticos de vanguardia".

- No tenemos motivos para suponer que este público seguirá apoyando este movimiento en caso de ser abandonado por los difusores de arte.

V. OBSERVACIONES FINALES

Analizábamos el material recogido entre los artistas plásticos, cuando llegó a nuestras manos un trabajo de Rosenberg y Fliegel (31) cuyos fines y características técnicas eran muy semejantes a los nuestros. Los autores vieron a siete mujeres y veintidós hombres, pintores y escultores.

Aquí terminaban, aparentemente, las semejanzas entre ambos trabajos, porque:

1) con respecto a la muestra:
   - Limitaron su búsqueda a una muestra de artistas, sin entrevistar ni a difusores ni a público.
   - Seleccionaron artistas consagrados para evitar que la posible frustración originada por el fracaso, produjese elementos accesorios de alienación.
   - Ningún sujeto pertenecía a las generaciones más jóvenes.
   - Todos gozaban de una posición económica desahogada.
   - Todos formaban parte de movimientos artísticos inmediatamente anteriores al arte pop (Los datos fueron relevados entre 1961 y 1962).

2) Con respecto al contexto sociocultural:
   - Todos desarrollaron su carrera artística en un período de gran auge en el que Nueva York se convierte en el centro artístico mundial, tomando el lugar que hasta ese momento poseía París.
   - El mercado de arte se ve muy favorecido porque:
     a) hay gran cantidad de dinero circulante;
     b) los valores sociales favorecen el apoyo a las artes plásticas;
     c) estos hechos impulsan a gran cantidad de nuevos coleccionistas (asesorados por especialistas) que invierten su sobrante económico en objetos culturales. Logran así un doble propósito: evaden impuestos a la vez que se afianzan socialmente.
     d) las normas vigentes están a favor del nacionalismo en arte. Los coleccionistas llegan a vender colecciones heredadas (integradas por autores europeos), para reemplazarlas por creaciones de artistas norteamericanos.
   - La segunda Guerra Mundial provoca una afluencia de artistas europeos famosos que durante años se dedicaron con exclusividad al ejercicio de su profesión. Ello constituye una revelación para los artistas norteamericanos que advierten que se puede ser artista y nada más. Esta toma de conciencia con respecto a sus posibilidades de profesionalización, unida a los factores anteriores, les da la sensación de ser los artífices de una verdadera revolución cultural.

Pero, y esto es lo que más nos interesó, pese a las diferencias en la muestra y en el contexto sociocultural, las variables que apuntan a la relación artista-sociedad, se mantienen notablemente semejantes en ambas investigaciones.

1) El artista aparece como no alienado con respecto a su trabajo, porque:
   . deriva satisfacción y plenitud de este trabajo;
   . cree en la función social del arte que practica y la sintetiza en tres ideas fundamentales: a) valorizar el presente en sus formas cotidianas; b) señalar el cambio; y c) anticipar el futuro.

2) El artista aparece como conflictivo con respecto a la sociedad global, porque:
   . se manifiesta en contra de los valores vigentes en ella (cuyos representantes típicos cree ver en la clase media);
   . niega toda autoafiliación de clase.

3) El artista aparece como conflictivo con respecto a sus grupos de pertenencia y referencia, porque:
   . si bien admite la influencia de la crítica y busca su beneplácito, la considera inadecuada para los fines que supuestamente predica.
   . necesita de y utiliza el apoyo de los difusores tradicionales, pero se queja de la presión que ejercen sobre su creación.
   . el grupo de pertenencia parece estar mucho más integrado en los EE. UU. Pero si bien se respeta la mutua evaluación y producción se acentúa, como en Buenos Aires, el inevitable individualismo de la propia creación.
   . En ambos casos existe conflicto con el "mercado de arte". Entre nuestros artistas por considerarlo dominado por el "gusto tradicional". Entre los artistas norteamericanos (muy buscados por éste), porque lo ven amenazando la propia libertad de producción. En ambos casos se considera que el público "que compra" es más "inversor" que "conocedor".
   . en ambos casos hay inseguridad con respecto a las posibilidades de comunicación con el público "que mira". Se aspira a "ganarlo" pero se teme su "potencial pasividad".

Cómo explicar estas similitudes? Aparecen dos notas positivas:

a) una es común en ambas muestras: la no-alienación del artista en relación con su trabajo. De lo mucho dicho y escrito sobre el tema, quisiéramos rescatar dos elementos: las características artesanales del trabajo que incluyen todas las etapas del proceso creativo, y el hecho de que en ambas sociedades existe una valorización positiva hacia la función creadora (ello no implica desconocer las características de ambigüedad implícitas).

b) la otra nota positiva aparece solamente en el grupo norteamericano y se refiere a los lazos intragrupales mucho más intensos.

Creemos que este hecho refuerza nuestro supuesto de que el tamaño muy reducido del grupo de difusores y las pésimas condiciones del mercado de arte en Buenos Aires, acentúan los elementos ya existentes de competencia interna hasta

llegar a la desintegración del grupo de pertenencia.

En el grupo norteamericano, los elementos competitivos aparecen sobre todo a través de la intensificación de las características "individualísticas" y del rechazo intergeneracional.

Quedan por ver los elementos conflictivos comunes:

a) con respecto a la sociedad global: los artistas vivencian la incongruencia de su status por el cual, en ambas sociedades, son buscados y festejados por su talento (lo que implica en muchos casos un ascenso social aparente). Pero por el cual, simultáneamente, se los ve como distintos por su especial sensibilidad y por su aparente disconformismo frente a los valores sociales en vigencia.
b) con respecto a los grupos de referencia: en ambas sociedades se destaca la importancia creciente de los grupos de difusores tradicionales.

Este fenómeno parece desgajarse del proceso de democratización. Según Mannheim (32) el proceso de democratización incluye siempre tres elementos estructurales: a) la igualdad esencial de todos los seres humanos; b) la autonomía del individuo, y c) una forma propia de seleccionar y controlar a sus minorías.

Paralelamente a la transición de la "comunidad" a la "sociedad" se da un pluralismo en la estructura social y una descentralización del control. Son seleccionadas una multitud de minorías que teorizan sobre los ideales, los valores, las ideologías y las autointerpretaciones de toda la sociedad.

Así, al lado de minorías que poseen el poder económico y político, coexisten otras que tienen por función la exploración del mundo cultural; ..."en épocas de rápidos cambios, deben existir grupos reducidos que exploren las nuevas posibilidades culturales y lleven a cabo experimentos en vivo para otros. De esta forma, elaboran nuevos tipos de experiencias que pueden llegar a ser, posteriormente, el patrón general" (33).

Lo que más cambia en este curso de democratización -siempre según Mannheim- es la distancia social entre la minoría y el hombre de la calle. Así, la democratización quiere decir "una reducción de la distancia vertical, una des-distanciación entre minorías y masa."

Los procesos de diversificación inherentes al proceso democrático hacen que las minorías exploradoras no sólo estén vinculadas a y sostenidas por minorías muy diversas, sino que su experimentación incursiona en campos cada vez especiales y "esotéricos" (34).

La reducción de la distancia vertical va acompañada por una mayor distancia

ciación horizontal. Surge el problema de la comunicación entre las partes distanciadas pues, si bien los lenguajes se nivelan en el des distanciamiento vertical, otros lenguajes se diferencian en la distanciación horizontal.

Corresponderá a las minorías exploradoras la búsqueda de nuevas formas de comunicación (o lenguajes) y de ello resulta una reducción de la comunicación inmediata entre estas minorías y el grueso de la sociedad que, al nivelarse, reduce las diferencias de lenguaje entre sí.

El grado en que un grupo de pintores se expresa en símbolos esotéricos o exotéricos dependerá, entonces, de:

a) los estratos sociales con los que intenta comunicarse;
b) el grado en que representa a una minoría experimental y, por ende, se ha visto forzado a utilizar un lenguaje esotérico que le permita expresar nuevas dimensiones (35).

En una sociedad aristocrática, los artistas selectos y la aristocracia se comunicaban en un mismo lenguaje. En una sociedad pluralista, las minorías exploradoras se comunican con "grupos intermedios" que funcionan como traductores.

Se comprende así la creciente importancia que tienen estos traductores (nosotros los hemos llamado difusores) en una sociedad en proceso de democratización. Constituyen la agencia encargada de comunicar a la minoría experimentadora con la masa.

Pero, la "posibilidad" de traducción no significa necesariamente la "necesidad" de traducción. La proliferación de minorías exploradoras y las múltiples traducciones que fluyen sobre la masa hacen que ésta se vuelva, hasta cierto punto, impasible y desinteresada.

Este conflicto no hace sino acentuar la importancia de los traductores. Estos eligen la minoría exploradora, y transmiten su lenguaje en competencia con otras agencias movidas por el mismo fin. Es decir, agregan la función de selección a la de transmisión. Y en la medida en que el medio de transmisión se hace más complejo, los traductores crean nuevas formas para imponer los lenguajes que intentan difundir. Agregan así la función de innovación a las de selección y transmisión.

Esta situación introduce relaciones espúreas entre la minoría exploradora y la minoría traductora. Los unos no se sienten correctamente interpretados, los otros piden de las minorías sistemas siempre renovados que les garanticen un buen lugar en la competencia con otros traductores.

El mayor o menor desequilibrio en el conflicto dependerá de:

- el número de minorías exploradoras;
- el número de minorías traductoras;
- las condiciones más o menos favorables que ofrece el medio para esta traducción;
- la distancia existente entre minorías y masa.

Creemos que el caso argentino que presentamos representa una forma de conflicto acentuado entre "minoría exploradora" y "minoría difusora" porque:

a) la minoría traductora es tanto más poderosa cuando más reducida;
b) la minoría traductora, aún cuando bien intencionada y no guiada por intereses materiales, se retroalimenta en sus opiniones sin posibilidad de compararlas con grupos afines dentro del país (o de la Capital);
c) la minoría exploradora ve reducidas al mínimo sus posibilidades de elección entre varias minorías de traductores (difusores);
d) la minoría exploradora pasa a ser "seleccionada" por la minoría difusora que posee las únicas posibilidades de apoyo y retribución;
e) la minoría difusora obligada por dificultades ambientales, exige la posibilidad de colaborar en la producción misma de los nuevos lenguajes, y de dictar los criterios de orientación para los mismos.

Cuando se llega a esta situación, la minoría exploradora deja de ser autónoma para convertirse en "dirigida" por los otros. Sucede con ellos lo mismo que con los "bohemios y rebeldes" no-creadores de los que nos habla Riesman (36): "Están cuidadosamente sintonizados para percibir las señales del grupo desafiante, que encuentra el sentido de la vida en una disconformidad compulsiva en relación al grupo mayoritario".

Sólo los difusores conservan un carácter autónomo "al tener autoconciencia del hecho de la elección entre formas posibles de vida"; y pasan a ser una "reserva salvadora" en la medida en que pueden realizar esa elección en "forma alegre y vital aún en tiempos de confusión" (37).

Sintetizando: quisiéramos haber explicitado nuestro supuesto de que los dos grupos de artistas comparados presentan aspectos distintos de un mismo proceso de democratización.

El enfoque de un movimiento artístico como una unidad compuesta por artistas, difusores y público en constante interacción, nos parece acertado. Aislando cada componente para su análisis, hemos observado la necesidad de introducir los otros dos como variables imprescindibles para la interpretación de los hechos. Todos están envueltos en un idéntico flujo de comunicación. En nuestra búsqueda de la importancia comparativa de cada uno de los tres componentes hemos creído

encontrar una gravitación creciente de la minoría difusora. Esta minoría difusora actúa en un medio social y económico que otorga caracteres específicos a su etapa de democratización.

La experimentación se da -como hemos visto- en una onda expansiva que agota rápidamente sus propios límites.

Estas restricciones sociales limitan movimientos como el que acabamos de estudiar y le dejan sólo dos posibilidades de combatir su agotamiento: la exportación de sus miembros o la innovación con características tales de velocidad que superan el ritmo europeo y norteamericano.

La situación del difusor en un país periférico (en el sentido utilizado por R. Prebisch) se perfila así en toda su dificultad; debe a menudo inducir movimientos que aparecen como prematuros, e introducir experiencias detectadas en ámbitos que, por su potencia socio-económica y grado de pluralidad democrática, han logrado un avance mucho mayor.

No estando en nuestras manos la posibilidad de resolver el conflicto queremos al menos proponerlo como fundamental para la comprensión de la vida intelectual del país.

A P E N D I C E

Cuadros de la sección LOS RECEPTORES DE LAS OBRAS

C.I NACIONALIDAD

1. argentinos	91%
2. extranjeros	9%
Total	100%

C.II LUGAR DE RESIDENCIA

1. Capital	76%
2. Gran Bs. Aires	16%
3. Interior	5%
4. extranjero	3%
Total	100%

C.III EDAD

1. menos de 14 años	1%
2. de 14 a 17 años	9%
3. de 18 a 30 años	59%
4. de 31 a 40 años	20%
5. más de 40 años	10%
6. no contesta	1%
Total	100%

C.IV SEXO

1. varón	61%
2. mujer	38%
3. no contesta	1%
Total	100%

C.V ESTADO CIVIL

1. soltero	59%
2. casado	34%
3. viudo	1%
4. separado/divorc.	5%
5. no contesta	1%
Total	100%

C.VI ESTUDIOS REALIZADOS

1. sin estudios	1%
2. primaria incompleta	0%
3. primaria completa	2%
4. secundaria incompleta	12%
5. secundaria completa	16%
6. universit. completa	25%
7. universit, incompl.	44%
Total	100%

C.VII ESPECIFICACION DE ESTUDIOS UNIVERSITARIOS COMPLETOS

1. medicina	8%
2. derecho	17%
3. humanidades, filosofía, profesorados	25%
4. ciencias económicas, ciencias políticas	0%
5. agronomía, veterinaria	0%
6. arquitectura	30%
7. ingeniería	4%
8. ciencias físico-naturales y exactas	4%
9. farmacia, odontología	8%
10. otros	4%
Total	100%

C.VIII OTROS ESTUDIOS REALIZADOS

1. técnicos	4%
2. artesanales	4%
3. mercantiles	4%
4. vinculados con el arte	43%
5. periodismo	5%
6. humanísticos	9%
7. otros	17%
8. ninguno	6%
9. no contesta	8%
Total	100%

C.IX REALIZACION DE ACTIVIDADES ARTISTICAS

1. realiza act.artíst.	60%
2. no realiza act,art.	29%
3. no contesta	11%
Total	100%

C.X SITUACION OCUPACIONAL

1. ocupación remunerada	51%
2. quehaceres domésticos	8%
3. vive de sus rentas	2%
4. jubilado, pensionado, retirado	0%
5. desocupado, busca trabajo	2%
6. estudiante	25%
7. otra	8%
8. no contesta	4%
Total	100%

C.XI MOMENTO EN QUE HA DECIDIDO IR AL TEATRO

1. lo había decidido de antemano	87%
2. lo decidió al pasar frente al teatro	5%
3. no contesta	8%
Total	100%

C.XII COMO SE HA ENTERADO DE LA EXISTENCIA DEL ESPECTACULO

1. por diarios y revistas	43%
2. por fotografías en la vidriera del I.D.T.	15%
3. por afiches	1%
4. por amigos y/o familiares	36%
5. otros	1%
6. no contesta	4%
Total	100%

C.XIII FRECUENCIA DE LECTURA DE DIARIOS

1. todos los días	72%
2. a veces	14%
3. raramente	3%
4. nunca	3%
5. no contesta	8%
Total	100%

C. XIV DIARIOS QUE LEE REGULARMENTE

1. La Nación	28%
2. La Prensa	22%
3. La Razón	11%
4. El Mundo	10%
5. El Clarín	8%
6. Buenos Aires Herald	2%
7. La Crónica	2%
8. El Día	1%
9. New York Times	1%
10. La Capital	1%
11. no contesta	14%
Total	100%

C. XV TIPO DE LIBROS PREFERIDO

1. novelas, viajes	27%
2. poesía, crítica literar., teatro	29%
3. historia, política, filosofía, economía	19%
4. detectives, ficción, aventuras	4%
5. clásicos	4%
6. especialidades: cine, mecánica, ciencias	6%
7. sin preferencias	4%
8. otros	2%
9. no lee libros	1%
10. no contesta	4%
Total	100%

C. XVI FRECUENCIA DE LA CONCURRENCIA A MANIFESTACIONES CULTURALES

	Concurrenc. exposic.	Concurrenc. conciert.	Concurrenc. cine	Concurrenc. teatro
1. más de 5 veces por mes	47%	19%	47%	25%
2. menos de 5 veces por mes	45%	45%	42%	64%
3. nunca	1%	22%	3%	4%
4. no contesta	7%	10%	8%	7%
Total	100%	100%	100%	100%

C.XVII VIO CINE ARGENTINO EN LOS ULTIMOS DOS AÑOS?

1. con bastante frecuencia	26%
2. muy poco	48%
3. nada	12%
4. no contesta	14%
Total	100%

C.XVIII VIO TEATRO DE AUTORES ARGENTINOS EN LOS ULTIMOS 2 AÑOS?

1. con bastante frecuencia	33%
2. muy poco	31%
3. nada	16%
4. no contesta	20%
Total	100%

C.XIX ESCUCHA RADIO?

1. sí	74%
2. no	18%
3. no contesta	8%
Total	100%

C.XX AUDICIONES PREFERIDAS DE RADIO

1. música clásica	39%
2. música popular	26%
3. teatro	2%
4. noticias, comentarios (incluyendo políticas)	10%
5. educativas, religiosas	1%
6. entretenimientos, variedades	1%
7. radioteatro	0%
8. domésticas, femeninas	1%
9. otras	1%
10. no contesta	19%
Total	100%

C.XXI FRECUENCIA DE OBSERVACION DE TV

1. todos los días	5%
2. casi todos los días	16%
3. a veces	19%
4. casi nunca	15%

5. cuando le interesa una audición especial	20%
6. nunca	0%
7. no contesta	25%
Total	100%

C. XXII PROGRAMAS PREFERIDOS DE TV

1. cine	24%
2. variedades	5%
3. domésticas, femenin.	2%
4. dramáticos	3%
5. informativos, periodísticos	19%
6. deportivos	3%
7. educativos	1%
8. conciertos, ballet	12%
9. otros	3%
10. no contesta	28%
Total	100%

C. XXIII AUTOAFILIACION DE CLASE

1. pertenezco a la clase alta	6%
2. pertenezco a la clase media alta	37%
3. pertenezco a la clase media baja	21%
4. pertenezco a la clase baja	0%
5. no pertenezco a ninguna clase	20%
6. otras	0%
7. no contesta	16%
Total	100%

C. XXIV TIPO DE MUSICA QUE PREFIERE

1. clásica	19%
2. popular	4%
3. gusta de ambas	31%
4. ninguna	0%
5. tango	8%

6. folklórica nacional	7%
7. folklórica extranjera	4%
8. jazz	15%
9. otras	2%
10. no contesta	10%
Total	100%

C.XXV MOTIVOS QUE LO LLEVARON A ASISTIR AL ESPECTACULO

1. porque sí, por invitac.	9%
2. por referencias (amigos, familiares, crítica)	9%
3. curiosidad, interés general	32%
4. divertirse, pasarla bien	8%
5. conocimiento previo y/o prestigio del I.D.T.	4%
6. conocimiento previo y/o prestigio de los realizadores del espectáculo	10%
7. ver algo nuevo o distinto	5%
8. otros	5%
9. no contesta	18%
Total:	100%

C.XXVI QUE MOTIVOS CREE UD. QUE HA TENIDO EL PUBLICO PARA ASISTIR AL ESPECTACULO?

1. interés por la obra	28%
2. interés, cultura gral.	22%
3. snobismo	29%
4. amistad, conocimiento previo con los realizadores del espectáculo	3%
5. propaganda hecha al espectáculo	5%
6. otros	2%
7. no contesta	11%
Total	100%

C.XXVII FINES DE LOS CREADORES DEL ESPECTACULO

1. crear o expresarse	16%
2. divertir, divertirse	15%
3. innovar, experimentar	12%

4. difundir lo innovado	6%
5. producir escándalo, shock	8%
6. motivos económicos	3%
7. no sabe	11%
8. otros	6%
9. no contesta	29%
Total	100%

C. XXVIII APRECIACION DEL SIGNIFICADO DEL ESPECTACULO PARA EL PUBLICO

1. un aporte por lo novedoso	19%
2. una diversión	21%
3. una expresión de arte	12%
4. actitudes neutrales	13%
5. actitudes de franco rechazo	6%
6. no contesta	23%
Total	100%

NOTAS BIBLIOGRAFICAS Y NOTAS

(1) NOE, Luis Felipe: Antiestética, Ed. Van Riel, Buenos Aires, 1965, p.148

(2) ROMERO BREST, Jorge: El Arte en la Argentina, en "Primera Plana", Nº 225, 1967, Buenos Aires

(3) Se entrevistaron los siguientes artistas: Oscar Bony, Delia Cancela, Ricardo Carreiras, Edgardo Giménez, Roberto Jacoby, Kenneth Kemble, David Lamelas, Florencio Méndez Casariego, Pablo Mesejean, Marta Minujin, Stella Newbery, César Paternosto, Oscar Palacio, Delia Puzzovio, Alfredo Rodriguez Arias, Susana Salgado, Rubén Santantonin, Carlos Squirru, Juan Carlos Stoppani, Pablo Suárez, Luis A. Wells

(4) SLEMENSON, Marta y KRATOCHWIL, Germán: Sociología del Pop, en "Primera Plana", Nº 191, 1966, Buenos Aires

(5) GIBAJA, P.E.: El público de arte, Informes de Eudeba, Edit.Universitaria de Buenos Aires-Instituto T. Di Tella, Buenos Aires, 1964

(6) MEAD, Margaret: La situación actual de las artes visuales, en "Cuadernos del taller", Nº18, ediciones 3, Buenos Aires, 1960

(7) BARTHES, Roland: Mythologies, Editions du Seuil, Paris, 1957

(8) Op.cit.

(9) Hemos utilizado con pequeñas modificaciones el código de "psicotipos de imágenes de clase" como aparecen en Nasatir, D.: Estudio sobre la juventud argentina, Instituto de Sociología de la Universidad de Buenos Aires

(10) KORNHAUSER, Ruth: La estratificación social según Warner, Boletín del Instituto de Sociología, Cuaderno Nº15, Fac. de Filosofía y Letras, Univ.de Buenos Aires

(11) "Primera Plana", Nº191, Buenos Aires, 1966

(12) Pero debemos recordar las páginas dedicadas al arte pop y a los objetos en Romero Brest, J.: Ensayo sobre la contemplación artística, Edit. Universitaria de Buenos Aires, Bs.As., 1966

(13) "Primera Plana", Nº222, Bs.Aires, 1967

(14) "Primera Plana", Nº 206, Bs.Aires, 1966

(15) "Primera Plana", Nº 222, Bs.Aires, 1967

(16) Catálogo del Premio Nacional Instituto Torcuato Di Tella", 1966

(17) PETTORUTI, E. Entrevista en "Clarín", 12 sept. 1966

(18) MOFFATT, Alfredo: Estrategias para sobrevivir en Buenos Aires, Ed. Jorge Alvarez S.A., Buenos Aires, 1967

(19) ROMERO BREST, J. en "Primera Plana", Nº 225, Buenos Aires, 1967

(20) Ibid.

(21) "Primera Plana", octubre 1966

(22) ROMERO BREST, J., en "Primera Plana" Nº 225, Bs.Aires 1967

(23) SCHUCKING, Levin L.: Soziologie der literarischen Geschmacksbildung, 3a.edición, Ed.Francke Verlag, Bern, 1961, p.92

(24) Cit.en "Primera Plana", Nº 225, 1966

(25) "Primera Plana", Nº 211, 1967

(26) SCHUCKING, op.cit., p.93

(27) ROSENBERG, B. y FLIEGEL: The Vanguard Artist in New York, Quadrangle Books, Chicago, 1965

(28) GIBAJA, P., op.cit.

(29) Ibid

(30) LAZARSFELD, Paul: Interpretación de las relaciones estadísticas como procedimiento de investigación, Cuaderno de Sociología Nº 20, Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires

(31) ROSENBERG y FLIEGEL, op.cit.

(32) MANNHEIM, Karl: Ensayos de Sociología de la cultura, 2a.edición, Ed. Aguilar, Madrid, 1963

(33) Ibid.

(34) WATSON, Bruce A.: Kunst, Künstler und soziale Kontrolle, Westdeutscher Verlag, Köln und Opladen, 1961. Watson distingue entre dos tipos de símbolos: los "exotéricos" que permiten la comunicación con toda la sociedad, y los "esotéricos", que sólo son comprendidos por una minoría.

(35) Ibid.

(36) RIESMAN, David: "From 'Inner-Directed' to 'Other-Directed'" en Social Change, edit. por Amitai y Eva Etzioni, Basic Books, New Nork. London, 1964. p.339

(37) Ibid., p.339

BIBLIOTECA DE CIENCIAS SOCIALES