

Carlos Cruz-Diez,
una experiencia fuera del museo

—
María García Holley

*La cultura se sustenta en nuestras sinapsis...
es más de lo que puede ser reducido a código binario y subido
a la red. Para seguir siendo fundamental, la cultura debe
ser renovada en las mentes de los miembros de cada generación.
Si se externaliza la memoria, se seca la cultura.*

— NICHOLAS G. CARR, *The Shallows*

Del 27 de octubre de 2012 al 24 de febrero de 2013 tuvo lugar la exposición *Carlos Cruz-Diez, el color en el espacio y en el tiempo*, en el Museo Universitario de Arte Contemporáneo (MUAC) de la UNAM. La muestra fue una amplia retrospectiva del trabajo del artista franco-venezolano, desde sus inicios con su obra de protesta social hasta la construcción de una de sus paradigmáticas *cromosaturaciones*.¹ Una exhibición itinerante en América Latina curada por Mari Carmen Ramírez.² En la hoja de la sala de la muestra se podía leer: “Cruz-Diez fundamenta su propuesta en el color, concebido como una realidad autónoma que se modifica en el tiempo y en el espacio real, sin ayuda de la forma y aún, sin necesidad de soporte. Según su perspectiva, el color depende del movimiento del espectador frente a la obra y conlleva una experiencia participativa”.³

La exposición atrajo miles de visitantes al museo, las salas estaban repletas en casi todos sus horarios de apertura. Nunca antes en México se había visto una exposición de arte (contemporáneo, o no) con una respuesta tan activa en las redes sociales, y nada tenía que ver con las estrategias de comunicación del museo. Este ensayo pretende demostrar cómo, al contrario del texto de la hoja de sala, Carlos Cruz-Diez tiene ahora un soporte indispensable para la difusión y consolidación de su obra cromática, un soporte contemporáneo que tiene la misma experiencia participativa que el artista busca dentro del museo, ahora afuera: la fotografía digital en las redes sociales.

El arte de Cruz-Diez ha cambiado su rol porque ahora es llevado de la sala de exposición al espacio personal-virtual de cada uno de sus visitantes, y compartido e interpretado desde ahí, dependiendo no sólo del “movimiento del espectador frente a la obra”, sino de los filtros, la saturación, el contraste, lo que quiera editar, interpretar y compartir el visitante. El fenómeno mediático de la exposición en el MUAC (y probablemente en las otras sedes por las que rota la muestra) tiene que ver directamente con el auge de una de las plataformas para compartir fotografías actuales: Instagram.⁴

EL MAESTRO

Carlos Cruz-Diez nació en Caracas en 1923. Estudió artes plásticas de 1940 a 1945 en la Escuela de Artes Plásticas y Aplicadas para después trabajar en una agencia de publicidad de 1946 a 1951. Más tarde, Cruz-Diez trabajó en publicaciones periódicas y fue ilustrador de *El Nacional*, un diario de circulación nacional en Caracas, sin embargo, nunca paró su producción artística en paralelo que trabajaba para poder tener ingresos modestamente fijos que le permitieran viajar a Europa para aprender de las vanguardias artísticas del momento.

Los primeros periodos plásticos del artista tenían que ver con el arte de denuncia social, en retratar las desigualdades que estaban viviendo los países latinoamericanos, especialmente Venezuela;

-
1. Las *Cromosaturaciones* son ambientes artificiales compuestos de tres cámaras de color, una roja, una verde y una azul que sumerge al visitante en una situación completamente monocromática. Esta experiencia crea una perturbación en la retina que está acostumbrada a recibir un espectro más amplio de colores simultáneamente. La cromosaturación actúa como detonador activando en el espectador la noción del color como situación, transitando el espacio sin ayuda de referentes o soportes.
 2. Mari Carmen Ramírez es Curadora Wortham de Arte Latinoamericano y Directora del International Center for the Arts of the Americas, The Museum of Fine Arts, Houston.
 3. Mari Carmen Ramírez, hoja de sala en *Carlos Cruz-Diez: el color en el espacio y el tiempo*, Exposición organizada por The Museum of Fine Arts, Houston, exhibida en el Museo Universitario de Arte Contemporáneo, México.

-
4. Instagram es una red social que permite que sus usuarios tomen y compartan fotografías y videos, les apliquen un filtro digital y los compartan en una variedad de servicios de redes sociales como Facebook, Twitter, Tumblr y Flickr.

creía que era labor del artista denunciar las injusticias y producir obra socialmente comprometida. Estaba influido directamente por el arte de protesta de los muralistas mexicanos y la Escuela Mexicana de Pintura, en donde los sujetos —normalmente ‘el pueblo’— contextualizaban los abusos del gobierno y la lucha de Revolución. Estos primeros ejercicios figurativos resultaron bastante exitosos entre los compradores, sin embargo, no dejaban tranquilo a Cruz-Diez pues no estaban aportando nada a los fenómenos sociales que estaba denunciando. Así fue que siguió explorando para encontrar un arte que pudiera permear a la sociedad, y buscó cómo cambiar el discurso para crear un arte verdaderamente participativo.⁵ Las primeras obras que ya no eran parte de este supuesto “realismo”, seguían teniendo un componente importante de carga social. En su obra *Proyecto mural* (1954) —una serie de primeras exploraciones sobre el binomio movimiento-color—, los observadores podían manipular las piezas y así él como autor perdía el control sobre el discurso o la estética de la pieza. A partir de aquí se puede trazar el cambio en la plástica del artista en donde la participación del espectador sobre la pieza tenía un papel indispensable en su obra.

En 1955, Cruz-Diez viajó a Europa por primera vez. Llegó a Barcelona con su esposa e hijos, y se trasladaba constantemente a París en donde estaban sucediendo importantes acontecimientos para el arte contemporáneo. En uno de sus viajes se encontró con Jesús Rafael Soto, compañero de la universidad, quien lo introdujo con Denise René, una galerista quien estaba procurando firmar artistas experimentales y representaba buenas oportunidades para los artistas latinoamericanos. Así fue que el contacto que empezó a tener Cruz-Diez con los integrantes del llamado movimiento cinético fueron un importante punto de partida para su obra. En la galería de Denise René, terminaba la exposición *Le Mouvement*, que marcó una importante pauta para la construcción del marco teórico y el an-

damiaje de la propuesta estética y fenomenológica del arte de Cruz-Diez. Teniendo su concepto como artista contemporáneo cada vez más claro, regresó a Venezuela para intentar levantar el movimiento desde ahí, sin embargo, las condiciones no eran las ideales y no había apoyo para las artes, por lo que montó un estudio de diseño gráfico en donde editaba y publicaba sus propios proyectos a la vez que hacía diseño gráfico para la revista *Momentos* en Caracas.

En 1959, Cruz-Diez produjo la primera de sus *Fisicromías*, una pieza conformada por una serie de franjas de cartón de colores (posteriormente experimentó con distintos materiales como aluminio, acetato, acrílico, etcétera) dispuestas en diferentes planos que producían un efecto óptico que cambiaba de escala cromática dependiendo del ángulo del cual se le mirara. Los colores pasaron de ser un complemento en la composición del cuadro a ser el sujeto principal de la pieza, una autonomía cromática que dependía en su totalidad de la visión del espectador. Un año más tarde se le hizo una exposición monográfica en el Museo de Bellas Artes de Venezuela, que tuvo poco éxito pues los visitantes no entendían de qué se trataba la exposición, el carácter abstracto y cinético de la muestra no tenía cabida todavía en la sociedad caraqueña de mediados del siglo xx. Tras esta decepción, regresó a París en 1960, para afincarse y producir su obra desde ahí.

Para 1965, el artista era considerado como uno de los participantes más activos dentro del cinetismo y fue invitado a participar en la exposición del Museo de Arte Moderno (MOMA) de Nueva York *The Responsive Eye*, curada por William Seitz. Esta exposición no dejó muy contentos a los participantes de la corriente estética, sin embargo sirvió como una importante plataforma para consolidar el movimiento y apuntar a sus principales representantes.

El trabajo del artista siguió evolucionando en formatos y soportes. Incursionó en el arte sobre el espacio público, primero en

5. Cf. “Carlos Cruz-Diez”, entrevista por Estrellita B. Brodsky, en *Revista BOMB*, invierno de 2010.

la exposición de Cinetismo en el Museo de Grenoble en 1967 en donde pudo posicionar su arte en la calle oficialmente por primera vez. Tras el éxito de esta exposición y la manera de interacción de las personas con las obras, Cruz-Diez elaboró *Paseo cromático para un lugar público* (1969), un proyecto de arte público que se montó sobre la plaza de Odeón en París para sorprender a todos los transeúntes con una experiencia cinética en donde la interpretación y percepción del visitante le daba sentido a la pieza. Se trataba de 22 cabinas de plexiglás de colores rojo, azul y verde dispuestas en grupos y en una suerte de paseo laberíntico sobre la plaza contigua al metro. Estas cabinas, al ser apropiadas por el espectador, se encargaban de saturar de color el ambiente que lo reodeaba, tanto lo que veía por adentro como todo lo que sucedía al exterior del plexiglás. Esta pieza representó la culminación de los intereses del artista por hacer que el color se volviera parte intrínseca de la participación y el objetivo de sus piezas. Con *Laberinto para un lugar público* se marcó el inicio de la serie de las cromosaturaciones que elaboró hasta el 2004, distintas cabinas de saturación de color en donde la experiencia estética es el objetivo de la pieza.

DOCUMENTAR PARA DIFUNDIR

La documentación de la obra de los artistas contemporáneos forma parte medular de su presencia y trascendencia en el tiempo. Cuando las piezas son efímeras, como *happenings*, *performances* o arte en el espacio público, el testimonio y la validez que obtienen o dejan las piezas depende en gran medida de la fotografía. Lo que se puede insertar dentro del mercado del arte para monetizarse, no es la interacción que tuvo la gente en el espacio público, sino el proceso de documentación de la obra, desde las bitácoras de planeación de las

piezas, el momento de la acción, hasta las fotografías finales que retratan la puesta en escena.

La obra óptica de Cruz-Diez es difícil de documentar. Las cámaras de rollo de 35 milímetros no tienen la capacidad para plasmar el testimonio de la misma manera en que se vive adentro de las cabinas saturadas, pues no es igual documentar luces neones bañando a los espectadores en movimiento, que sacar una fotografía de una pintura fija. Durante muchos años las fotografías de registro de las saturaciones de Cruz-Diez parecían serigrafías a dos tintas de color intenso (normalmente rojo, verde, azul o amarillo) y otra negra, que definía los perfiles de los objetos de la fotografía y daba profundidad al tema. A medida que las técnicas de la fotografía fueron evolucionando, los colores se volvieron más fieles a las experiencias dentro de las cabinas. Si bien la obra de Cruz-Diez es mucho más amplia que las cromosaturaciones, y no todas sus piezas han resultado un reto para la fotografía documental, en este ensayo me enfocaré únicamente a las cámaras de saturación pues la intensidad de los colores es el elemento esencial que hizo que su obra se documentara masivamente en las redes sociales.

FOTOGRAFÍA VIRAL

En noviembre de 2012, Facebook, la mayor red social del mundo anunció que había comprado Instagram por un billón de dólares. La noticia informaba la mayor transacción de algún recurso de la esfera digital-social hasta el momento. El interés de Facebook en Instagram tenía que ver directamente con el hecho de que la pequeña red social estaba generando muchas más imágenes que Facebook —40 millones de imágenes al día—, lo que quería decir que el gigante estaba siendo desplazado como instrumento visual y en

su lugar se posicionaban pequeñas aplicaciones móviles que funcionaban con una interfaz mucho más amigable que la elaborada aplicación de Facebook.

Instagram es una red social basada en el intercambio de fotografías a través de las tecnologías de la telefonía celular en donde cualquier persona que tenga un teléfono celular o dispositivo móvil “inteligente” puede capturar una imagen, encuadrarla, contrastarla y procesarla con alguno de sus filtros para compartirla inmediatamente entre sus pares. El éxito de Instagram tiene que ver con la velocidad del instante fotográfico; cualquier persona que tenga una cámara en su dispositivo puede encuadrar y tirar la fotografía, en pocos segundos ésta será visible en Instagram, Twitter y Facebook así como otras páginas de soporte web como Tumblr y Wordpress. Dentro de la interfaz de Instagram se puede seguir a los usuarios, así como tener interacción con ellos. Instagram es una suerte de Gran Hermano personal que sigue la vida de los usuarios desde el desayuno hasta la cena, nutre una visión documental hacia lo cotidiano y una necesidad por capturar cada momento de la vida de las personas:

Ligado a la noción de inmediatez, una de las cualidades de Instagram es que nunca vemos únicamente una imagen, leemos todas las instantáneas de los usuarios como una serie, una detrás de otra. Permitimos que el usuario nos narre una historia, generalmente de lo cotidiano o en otros casos muestra proyectos artísticos.⁶

De los mayores atractivos de las redes sociales, y la razón básica por la cual estamos hablando de ellas en este ensayo, es la legitimación de los usuarios como entes creativos, como artistas que editan su vida y construyen sus historias. Gracias a los veinte dis-

tintos filtros que tiene la aplicación, las fotografías no sólo son documentales sino que cargan un importante componente “artístico”, digamos mejor, “creativo” de los usuarios. La gran tendencia de volver las imágenes del presente un intento por recrear las antiguas técnicas de fotografía tiene que ver directamente con la nostalgia del presente, como la frase trillada de que “antes todo era mejor”, incluso las técnicas fotográficas. Los filtros que “envejecen” ajustan los contrastes y borran los márgenes de la imagen para simular una profundidad de campo muy superficial, simulan también el grano de la película de celuloide y pueden también incluir rayones e imperfecciones como si se tratase de un negativo o la impresión de una fotografía de formato Polaroid. Así, fotografías que podrían ser banales o intrascendentes como un ramo de flores o una taza de café, al ser editado por los filtros y las herramientas de ajustes, pasan a la red social como una fotografía artística y legitiman a su usuario como alguien interesante, alguien de elevada estética. Lo que hace la red social es básicamente burlar la verdad a través de las instantáneas digitales construyendo una documentación artificial. Si bien la veracidad de las fotografías ha sido puesta en duda desde hace mucho tiempo, la adición por documentar una vida mucho más estética e interesante ha sido, contagiada masivamente por Instagram. Susan Sontag en su maravilloso ensayo *Sobre la fotografía* expresa con claridad:

Las consecuencias de la mentira deben ser más centrales para la fotografía de lo que nunca serán para la pintura, pues las imágenes planas y en general rectangulares de las fotografías ostentan una pretensión de verdad que jamás podrían reclamar las pinturas. Una pintura fraudulenta (cuya atribución es falsa) falsifica la historia del arte. Una fotografía fraudulenta

6. Gabriela Álvarez Hernández, “Instagram Lúcido”, en *Reflexiones Marginales*, año 3, núm. 18. abril-mayo de 2013, <reflexionesmarginales.com/3.0/18-instagram-lucido/>. [Consulta: 15 de octubre de 2013].

(que ha sido retocada o adulterada, o cuyo pie es falso) falsifica la realidad.⁷

LA EXPOSICIÓN

Cuando *El color en el espacio y en el tiempo* de Cruz-Diez llegó al MUAC de la UNAM, Instagram se encontraba en su mejor momento porque la plataforma todavía no tenía la opción de tomar video y la imagen fija era prioridad. El cartel gráfico para la difusión de la muestra era una fotografía de la instalación del artista: *Cromosaturación* (1964/2004). Se trataba de un espacio conformado por un juego de planos bañados por distintos colores de luz neón. Cinco visitantes de la instalación parecen asombrados con el juego de luces: morado intenso, anaranjado fosforescente, verde ácido, y unos focos amarillos fluorescentes en el plafón central, los sujetos miran distintos puntos de la cabina. Una imagen lúdica, seductora que invitaba al juego y a la exploración, para muchos un arte innovador curioso por conocer, algo alejado de las formas tradicionales del arte. La difusión para la exposición era en su mayor parte impresa: carteles en gran formato, afiches, *flyers* y postales. Soportes básicos incapaces de transmitir la percepción del espacio lumínico de Cruz-Diez, pues un espacio de impulsos y de movimiento cromático, de nuevo resulta imposible de representar fielmente en soportes estáticos. En las paradas de autobuses de la ciudad, la exposición parecía un anuncio de tienda de iluminación.

No tardó mucho tiempo para que los visitantes a la exposición y usuarios de redes sociales empezaran a compartir y jugar con el color en el espacio digital. Rara era la fotografía sobre la exposición que mostrara las primeras obras del artista venezolano, incluso las serigrafías, pues con el auge de las instantáneas digitales y los efectos

ópticos que se pueden hacer, una pintura de caballete resulta poco interesante para la construcción del imaginario en redes. Una de las máximas de Cruz-Diez es que la experiencia estética de su obra debe de ser accesible para cualquier persona sin importar la educación estética o el marco teórico que se tenga para analizar la pieza. En este sentido, las Cromosaturaciones cumplen su propósito exponencialmente en las redes sociales, pues la experiencia no sólo resulta interesante para el espectador, sino que la fotografía compartida en redes es de gran interés para los otros usuarios; se vuelve parte de un contagio, parte de la adicción que se mencionó anteriormente para tener una fotografía de tendencia. Con la fotografía instantánea en redes sociales, la difusión de los ambientes de color se vuelve masiva, y lejos queda la interpretación académica de la pieza de arte contemporáneo, pues en el movimiento masivo de información visual y ante un público tan heterogéneo, lo que importa no es la conclusión de la experiencia sino la experiencia misma, la composición de la fotografía y el instante de captura, la legitimación de estar en cierto lugar y apreciarlo de cierta manera 'artística'.

De la misma manera que en el museo, el fenómeno cromático en redes sociales es una situación inestable por todas las combinaciones, saturaciones, filtros y encuadre que el espectador le otorga a la interpretación de su obra. "Para Cruz-Diez la tarea del artista es la de provocar situaciones que desencadenen el diálogo entre lo estable y la naturaleza inestable del color sobre una infinidad de soportes activados, a su vez, por medio de múltiples estrategias y materiales poco convencionales".⁸ En los ambientes cromáticos del artista, el color se presenta como luz, como el sujeto y el objetivo de todo el acontecimiento y así, la inserción dentro de la pieza, el movimiento del espectador dentro del ambiente es lo que produce la transformación de la percepción, lo mismo que buscaba Cruz-Diez en la plaza parisina de Odeón.

7. Susan Sontag, *Sobre la fotografía*, México, Alfaguara, 2006, p. 127.

8. M. C. Rodríguez, *op. cit*

Si entonces, el punto de partida de sus obras es la interacción del espectador con los estímulos perceptivos, se podría decir que Instagram ha servido como una gran herramienta para lograrlo. Pero ¿por qué este fenómeno de difusión masiva es especialmente notorio con la obra de Cruz-Diez? Tiene que ver con el hecho de poder darles a los usuarios de Instagram un lienzo visualmente potente para su experimentación visual. Un ambiente saturado de manera única a un solo color, es un acontecimiento perturbador, pues al borrar los referentes que conocemos de las distintas escalas cromáticas en un contexto normal, pareciera que estamos viviendo en un ambiente desconocido. De la misma manera se traduce el fenómeno a Instagram pues no es normal capturar este tipo de fotografías y aunado a la artificialidad de la pieza en el museo, los ajustes y la composición de cada usuario, se construye un lenguaje universal que no precisa ninguna otra lectura más que la de la experiencia estética.

Como ya se dijo antes la fotografía análoga no logra capturar estos ambientes en su totalidad, al revelar la película las fotografías son planas pues las técnicas de revelado no manejan las saturaciones y escalas cromáticas que el ojo puede captar en la escena. La fotografía digital llega a ser un poco más fiel a la sensación neón, sin embargo esto se logra falseando los ajustes de la cámara en la intensidad del color así como el contraste y la escala de blancos. Ahora, Instagram tiene la facilidad de que con un solo click se ajusta automáticamente el contraste y se puede escoger de entre 20 variaciones de acabados para editar la imagen final.

La estrategia de comunicación de la exposición en el MUAC fue por mucho superada por la viralidad de las imágenes en las redes sociales. Las fotografías de la *Cromosaturación* de Cruz-Diez se volvieron un objeto deseable, y de la misma manera en que las marcas comerciales usan la red social para promocionar sus productos, la obra de Cruz-Diez lo estaba haciendo sin necesidad de un aparato

mercantilista. El tener una fotografía de la cromosaturación o de las fisicromías avalaba de cierta manera al usuario de la red social como alguien interesante y culto que frecuenta exposiciones de arte contemporáneo, así como alguien con buen ojo y creatividad para capturar una sensación lumínica que podría componer de la manera que le gustase. Era casi inevitable capturar el ambiente de la pieza, en otras palabras si algún usuario de Instagram asistía a la exposición con seguridad la fotografía de su visita sería la de la cámara de saturación con las distintas luces de colores bañando los planos del espacio; en otras palabras el otro 95% de contenido de la exposición quedaba olvidado en el mundo de la tendencia de la fotografía digital. Bajo los *hashtags* #cruzdiez #muac #cromosaturación, las imágenes eran casi todas iguales. El potencial que tenía la pieza para ser fotografiada producía básicamente el mismo impulso en quienes la documentaban para insertarla en las redes sociales.

En un estudio más profundo uno puede darse cuenta que incluso es la misma dinámica en todos los países que está visitando la muestra, la imagen como lenguaje universal potencializado por Instagram se vuelve un producto de consumo, no importa el país. Como casos análogos podríamos mencionar la exposición *Aten Reign* de James Turrell en el Guggenheim de Nueva York, en donde el artista jugó con la iluminación del espacio central para crear diferentes atmósferas lumínicas, una de las intervenciones más dramáticas que ha tenido el museo hasta ahora. El atrio del museo se baña de distintos colores jugando con los balcones y la arquitectura del sitio. Las fotografías que inundan las redes sociales con #turrell #guggenheim #light #atenreign tienen el mismo objetivo que con la exposición de Cruz-Diez, consolidar a quien hizo la foto en un lugar, contexto e impregnarle un cierto grado de creatividad y estatus para su portafolio digital de fotografía. Incluso, la mercancía en la tienda del museo parece tener imágenes digitales, probable-

mente editadas con estas aplicaciones de telefonía móvil, lo que consolida este tipo de estética como mercancía. En Zona Maco, por ejemplo, la herramienta de búsqueda en Instagram #ZonaMaco dejó ver las fotografías más populares de la feria de arte contemporáneo, normalmente, las piezas más impactantes, grandes o gore de la muestra, lo que haga más ruido o una mejor composición para la fotografía.

Recordemos ahora el *Proyecto mural* que hizo Cruz-Diez en 1954, en donde el objetivo de la pieza –y la mayor preocupación del artista– era que el control y el desarrollo de la obra fuera únicamente del espectador y no del autor, para lo que puso en la esfera pública una serie de elementos que pudieran ser modificados y apropiados por cualquier persona que tuviera acceso a la obra y así cada quien armara su mural. Si el maestro sigue pensando en la interacción del público con su obra de esta manera espontánea y sin influencias, entonces se podría decir que Instagram resulta una herramienta que apuntala la intención del artista-espectador, consolida su obra como producto de consumo en las redes sociales, y además, lo hace con la misma filosofía y sentido estético que le dio Carlos Cruz-Diez hace más de 50 años a sus primeras aproximaciones al arte público, esta vez dentro de la cultura de la sociedad digital contemporánea.