



**La
creatividad
como
respuesta**

Óscar Nossa *

Introducción

En este ensayo se abordan dos textos que podrían hablar de dos tendencias muy distantes temporalmente, con el fin de revisar los cambios sufridos en las concepciones de la creatividad. Para eso, se van a analizar los textos de Vicente Huidobro publicados en *Las vanguardias literarias en Hispanoamérica* (1995) y el texto de Nicolas Bourriaud “Postproducción. La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo” (2004).

Los textos de Huidobro fueron escritos en la primera mitad del siglo XX. Los de Bourriaud, a comienzos del siglo XXI. Ambos, si bien pertenecen al campo artístico, se diferencian en la materia que trabajan: uno, en la obra poética; el otro, en la producción plástica. Esto permite tener una perspectiva amplia sobre algo que los hace comunes: la creación.

Non serviam sic consumere

Huidobro, en su texto “Non serviam” (1916), elabora la postura del poeta que ha dormido bien y que, decidido, se levanta contra la naturaleza para buscar un nuevo camino en la creación. Cansado de repetir, decide alejarse para explorar otro mundo, para crear otro mundo, donde el poeta deja de servirle a la naturaleza para crear sus propios árboles:

¿Por qué cantáis la rosa? ¡Oh, poetas!

Hacedla florecer en el poema.

* Artista plástico y visual. Estudiante de la Maestría en Creación Literaria de la Universidad Central. Correo electrónico: oscar.nossa@gmail.com.



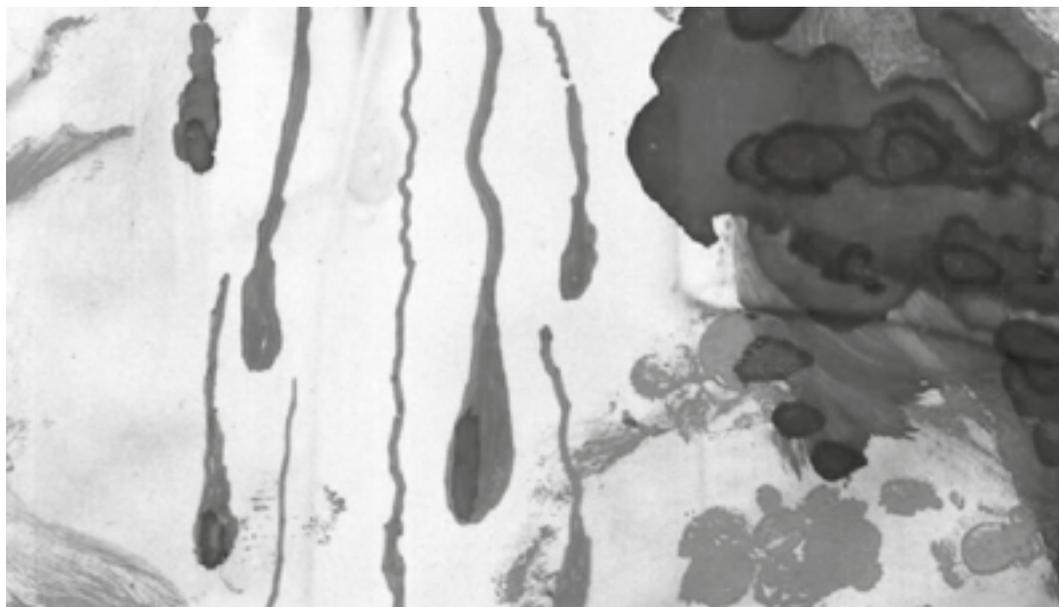
Cuando las cosas que se adquieren en un supermercado han sido desempacadas, lo nuevo se pierde.

El grito que da el poeta está lleno de deseo de ampliar la realidad. Es un llamado a reanimar las cosas, a dar paso a las posibilidades.

Por otra parte, *posproducción* es un término que se utiliza habitualmente en los medios televisivos y que remite a la labor de dar mayor calidad al material grabado para que el resultado sea limpio y final. La información se edita, se intensifica el volumen, se agregan voces en *off* para transmitir los mensajes de manera contundente.

Bourriaud, en su texto, presenta las propuestas de varios artistas que elaboran sus obras partiendo de los materiales ya existentes, de los productos culturales (cine, obras de otros artistas, íconos de la moda) y las mercancías de supermercado. La noción de *uso* es el centro de su propuesta.

Su texto ubica el problema de la creatividad en la reprogramación, en la elaboración, utilizando lo que ya no hace parte de la naturaleza por haber sido modificado por el hombre. El grito que da Bourriaud está más cerca de *¡non disperdere!* ('no desperdiciar') que de *¡non serviam!*



Lo recién nacido y lo recién desempacado

Nacer es empezar a conocer el mundo. Desempacar es estrenar. Romper fuente y romper el empaque no son lo mismo. Huidobro rescata la poesía del lenguaje que se habla, del uso cotidiano que se da a las palabras. Es a través de la poesía como se logra crear *una atmósfera encantada*.

Cuanto más lejano se esté del mundo, entendido como lo aceptado, más cerca se está de la creatividad: la rutina encarcela la creación. La palabra virgen origina un mundo nuevo. Sin embargo, como él lo resalta, tener que utilizar las palabras usuales para elaborar lo inexistente es una labor angustiada, similar a la que provoca la distancia entre las cosas y su representación.² Cuando las cosas que se adquieren en un supermercado han sido desempacadas, lo nuevo se pierde. Sin ni siquiera la primera lavada, la ropa empieza a ser vieja. Los zapatos han dejado de ir a la remontadora y se acumulan en los basureros. La estética de lo nuevo inunda los hogares fascinados por los precios chinos. La novedad, como característica, se deshace rápidamente. ¿Se puede encontrar la creatividad en lo usado?

Nicolas Bourriaud señala cómo varios de los artistas de los años noventa han decidido ir al mercado de las pulgas para construir sus propuestas. En lo usado convive el pasado y el presente.

El artista Christian Boltansky, en una de sus propuestas, pone una silla de madera y, junto a ella, un letrero que parece una

burla para el espectador en el que se lee la palabra *silla*.

Explorando esta propuesta, se descubre que la silla es un objeto que pertenece a una mujer que falleció. Y la familia, en un afán por olvidar y ganar algo de dinero, decidió sacar todos los objetos a una venta de garaje. ¿El nuevo uso que se da a lo viejo conserva algo de los tiempos del parto del universo?

La creación pura contra el DJ de los ochenta

En su ensayo de estética “La creación pura”, Huidobro hace una clasificación de tres tipos de arte, según la prioridad que se dé entre la inteligencia y la sensibilidad. Los denomina y caracteriza así:

– Arte inferior al medio (arte reproductivo). Inteligencia sobre sensibilidad (arte egipcio, chino, griego, Renacimiento, el clásico, etc.).

– Arte en armonía con el medio (arte de adaptación). Armonía entre la sensibilidad y la inteligencia (apogeo del arte).

– Arte superior al medio (arte creativo). Predominio de la sensibilidad sobre la inteligencia (decadencia del arte).

Condensa la caracterización que presenta definiendo cada uno de los momentos del arte:

En el primero momento, analiza cómo el arte se preocupa por representar y comprender la realidad, por lo que la inteligencia prima sobre la sensibilidad. En el segundo, el arte ya deja de preocuparse por la representación y permite que la inteligencia se *barnice* de cierto calor sensible. Y, en el último, la decadencia del arte, la sensibilidad se va convirtiendo en algo maquinal.

² Huidobro (1995, p. 207) define al poeta como aquel que guarda en sí los días de la creación: “Solo los que llevan el recuerdo de aquel tiempo, solo los que no han olvidado los vagidos del parto universal ni los acentos del mundo en su formación, son poetas”.

Las divisiones en etapas que ha tenido el arte le permiten a Huidobro observar cómo el hombre ha dejado la representación (hombre-espejo) y se va acercando a la creación absoluta (hombre-Dios).

La creación absoluta sería, entonces, la elaboración de una verdad singular que es paralela a la verdad de la vida. El trabajo del artista consistiría en que toma “sus motivos y sus elementos del mundo objetivo, los transforma y combina y los devuelve al mundo objetivo bajo la forma de nuevos hechos” (Huidobro, 1995, p. 207).

La mezcla de imágenes en las artes visuales ha estado presente desde tiempos muy antiguos. En la Edad Media, la aparición del mismo personaje en un cuadro generaba una narrativa religiosa que permitía entender los evangelios. El cubismo, sin embargo, es el movimiento que más ha utilizado la mezcla y reorganización de imágenes: el *collage*.

En este movimiento, la prioridad era abordar la realidad de manera más completa: se yuxtaponían fragmentos de periódicos, revistas, pinturas y, en casos extremos, partes de objetos. Así, se establecía un diálogo entre la presentación y la representación.

Marcel Duchamp, para hablar del *ready-made* recíproco, dijo: “Rembrandt utilizado como tabla de planchar”. En su ejemplo se utiliza un objeto cultural para hacer una labor cotidiana. Como en muchos de sus planteamientos, Duchamp se adelanta a su tiempo. Genera una ruptura entre los códigos asignados a los objetos que llegan a ser arte, o que dejan de ser arte para ser utilizados como herramientas.

El camino recorrido por las artes en busca de ampliar la realidad (como en el cubismo), o de disociarse de ella o de crear una nueva (producida por el *ready-made* o el surrealismo), adquiere un nuevo rumbo al mirar el mercado como el centro del mundo.

El *pop art* toma lo que los supermercados venden, las vallas de las carreteras anuncian o simplemente el pavimento. La creatividad establece sus límites al mirar las condiciones de vida de Estado Unidos (pocos casos fuera de ese país) y se centra en la actitud para olvidar la guerra.

Consumir y dejar las grandes preocupaciones de lado, para centrarse en los problemas amorosos (tema central de películas de entreguerras: *Casa Blanca*, 1942; *Lo que el viento se llevó*, 1936), aparecen en la obra de los artistas del movimiento *pop*.

La televisión, y sobre todo el maravilloso invento del control remoto, sirve de pasamanos para adquirir la fortaleza necesaria para entender el arte de los años ochenta. Pasar cien canales en un minuto permite acercarnos de manera natural a la cultura DJ.

En los años ochenta, la música empezó a dejar la figura del intérprete por la del DJ, que mezcla de manera, muchas veces arbitraria, diferentes propuestas musicales para crear nuevas canciones. Se agrupaba la historia de la humanidad en el deseo de una armonía nueva.

Los artistas, sintiendo el peso de la historia en forma de objetos artísticos, desean dejar de producirlos y empiezan a ver más televisión. En sus propuestas aparecen diversos “canales”, en los que se transmiten diversas obras preexistentes que se reúnen en el mismo “aparato” y crean una nueva obra.

“Una pintura de Bernard Buffet sola no está muy bien. Pero una pintura de Bernard Buffet con Jan Verduyck se vuelve algo extraordinario”, dice John Armleder al hablar de su trabajo (Bourriaud y Troncy, 1994).

Tanto el planteamiento de Huidobro, respecto a la función del poeta de producir *nuevos hechos*, como la función de los artistas de la posproducción parecen no estar tan

distantes, si se tiene en cuenta que se dedican a la producción de visiones particulares, a la creación de mundos paralelos.

En el caso de Huidobro, mundos al margen de la naturaleza (imitación). En la cultura DJ, paralelos al mundo del mercado y los objetos culturales preexistentes. ¿Cuál es, entonces, el papel de la creatividad?

Pulgas, roedores y una mujer tan hermosa que no podía hablar

Al leer “El creacionismo”, de Vicente Huidobro, se obtiene mayor claridad sobre la función que él da al poeta. Lo responsabiliza de *decir aquellas cosas que nunca se dirían sin él*. Revela cómo la poesía creacionista hace uso de todas las herramientas de la poesía tradicional y destaca la diferencia esencial: no le interesa ni la realidad ni la veracidad.

Cada verso de esta poesía es un acto único. Una manifestación de subjetividad que privilegia la imaginación sobre la sensibilidad. Los artistas mencionados en el texto de Bourriaud tienen también la responsabilidad

de decir las cosas que nunca se dirían sin ellos. Son los encargados de dañar la mercancía almacenada en las grandes bodegas de la historia del arte y en las de los productos recién fabricados.

Operan como roedores ansiosos que rompen empaques. Derraman contenidos. Su subjetividad está condicionada por el consumo y su imaginación es la única herramienta para lograr el paso gigante que hay entre un consumidor y un creador. No les interesa respetar el pasado y se mueven con la tranquilidad de saber que tal vez también usen su trabajo como referencia en otra propuesta artística.

Si los mercados de las pulgas son como cementerios de tecnologías y objetos en desuso, y las mujeres no hablan de tanta hermosura, el único camino posible es reanimar el pasado y cegar a las mujeres para que desconozcan su belleza.

La creatividad es la manera de animar el mundo. De lo contrario, las artes serían otra nostalgia y el artista quedaría mirando por la ventana, fotografiando, desde los mismos ángulos, las mismas imágenes inertes. ■

Bibliografía

- Bourriaud, N. “Posproducción. La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo”. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora, 2004.
- Bourriaud N. y Troncy, E. “Entrevista con John Armleder”. *Documents sur l’art* 6, (1994).
- Huidobro, V. “El creacionismo”. *Las vanguardias literarias en Hispanoamérica*, Verani, H. (ed.). México: Fondo de Cultura Económica, 1995. 218-227.
- Huidobro, V. “La poesía”. *Las vanguardias literarias en Hispanoamérica*, Verani, H. (ed.). México: Fondo de Cultura Económica, 1995.