



Sonhos Contactáveis

<http://domadordesonhos.pt.vu/>

**NOTAS SOBRE A MAIL ART**

por: Tartarugo



*¿Ten a mail art un discurso propio? En principio, semella que existe unha absoluta unanimidade verbo dos principios básicos da praxe mailartística desde a súa fundación: socialización da práctica artística, ruptura coas canles tradicionais de exhibición, cuestionamiento da autoridade da institución arte. Agora ben, calquera práctica necesita dunhas regras para poder ser definida. No caso da mail art, ¿cales son estas regras? ou ben ¿cal é a gramática propia do discurso mailartístico?*

A resposta podería vir dada pola observación da xenealoxía do movemento, xa descrita dabondo por numerosos autores e que se

remonta polo menos ó movemento Dadá. Daquela, poderíamos apuntar unha serie de estratexias formais que ó longo de todo o século veñen conformando unha certa tradición de cuestionamento da propia natureza do artístico, na liña das propostas duchampianas sobre a intervención do acto creativo na vida cotiá ou, máis en xeral, da busca do achegamento entre vida e arte presente xa nas primeiras vangardas históricas.

Se ben a análise destas estratexias debuxaría unha paisaxe ben descritiva dos produtos xerados polo movemento, non acabaría de explicar a diferenza ontolóxica que se establece entre a propia institución arte e a mail art ou, dito doutro xeito, acabaría por levarnos a unha descrición da mail art nos termos empregados pola propia institución fronte á que se quere establecer a diferenza.

Se así fose, a mail art non tería un estatus diferente do de calquera outro movemento que se integrase dentro da ortodoxia da práctica artística.

Nembargantes, parece clara a diverxencia nos procedementos da mail art con respecto á institución arte. Despois de, aproximadamente, corenta anos de existencia, a arte correo segue a ser sistematicamente ignorada polo mundo

«oficial» da arte e as poucas excepcións que se dan a esta regra débense sobre todo a tentativas de museización dalgúns dos integrantes do movemento (coma no recente caso de Ray Johnson e o Whitney Museum). Estas operacións, aínda que poden ter éxito no que respecta á integración dalgúns artistas da Eternal Network nos circuitos da arte comercial, son vistas de forma sospeitosa polos mailartistas, sobre todo porque non teñen en conta a obra destes autores como parte dun proceso comunicativo, senón como produtos en si mesmas.

Aparece así un tema recorrente na arte contemporánea: a consideración da arte como proceso fronte á consideración da arte como produto. A mail art toma partido inequivocamente pola consideración da arte como proceso pero, ademais, engádelle un elemento máis a cuestión: a consideración da arte como proceso comunicativo. Baixo esta perspectiva, calquera tentativa de presentación do produto artístico que faga abstracción da súa pertenza a un proceso de intercambio que aparece como instancia superior -a rede, a network- é rexeitada e non é considerada como parte da mail art.

Agora ben, sen dúbida, calquera obra de arte tenta establecer unha comunicación xa sexa entre o autor e o receptor ou entre a obra e o receptor. Pero esta comunicación é case sempre unidireccional polo que cabe falar máis de acto comunicativo ca de proceso comunicativo. O proceso comunicativo, tal é como se entende dentro do ámbito da network sempre se dá como diálogo entre dúas ou máis partes que son conscientes de estar facendo achegas dentro do transcorrer da conversa.

Velaí entón a trabe que sustenta o discurso da mail art. Por riba de consideracións formais, debemos supoñer que é a propia rede o instrumento gramatical máis característico da obra mailartística. Por riba do artellamento dunha linguaxe específica é o establecemento do propio proceso comunicativo o elemento fundacional do discurso mailartístico.

Isto ten consecuencias que van moito máis alá da propia definición formal do movemento e que implican á diferenza entre os fundamentos da institución arte e da mail art.

A socialización da práctica artística, por exemplo, non é un obxectivo exclusivo da mail art senón que foi e, en moitas ocasións, segue sendo un dos obxectivos perseguidos por moitos movementos artísticos de distinto signo. Sen embargo a propia natureza do acto comunicativo que se establece no seo da institución arte leva ó fracaso a estas iniciativas xa que o diálogo non se establece nunca entre



dous participantes que comparten un mesmo estatus, senón entre instancias que están dentro da institución e persoas que están

fóra dela. Da mesma forma, o diálogo non se prolonga máis alá do experimento.

O acto comunicativo segue a ser unidireccional.

Pola contra, calquera pode formar parte da rede da mail art en igualdade de condicións cós outros participantes. A mail art non se presenta como institución xerárquica vertical senón coma rede multidireccional e democrática que non só lle dá a benvida a calquera acabado de chegar, senón que aspira á estenderse até o infinito. No preciso intre no que alguén establece unha comunicación dentro da rede, entra a formar parte da mesma rede, do seu proceso de comunicación.

Obviamente, o enfrontamento entre estes dous xeitos de concibir a praxe artística atinxe á relación co mercado. A institución arte rexeita a democracia interna da mail art co obxectivo de manter a obra artística dentro do ámbito do valor de cambio mentres que a mail art dá prioridade ó valor de uso desta obra, erixíndose así nun elemento subvertidor do propio funcionamento da institución.

A propia estrutura comunicativa da rede configúrase daquela como o principal signo de identidade da mail art. Pero coma calquera proceso artístico, a mail art ten que ter unha cara pública que a afaste do risco de se converter nun foro de experimentación pechado en si mesmo. De feito, a mail art precisa desta cara pública, fóra da rede, para o seu propio espallamento como estrutura comunicativa en expansión.

En certo sentido, o mail artista está continuamente no bordo que divide o público e o privado. Por unha banda, emprega un medio público como é o correo para a súa praxe, que se define a si mesma como praxe comunicativa. Por outra, rexeita o emprego dos medios máis propios da institución arte para dar a coñecer este traballo. Por unha banda, o feito mesmo de ser artista implica unha certa proxección pública do propio traballo. Por outra, o mailartista prefire moitas veces manter dentro da esfera do privado a súa investigación no eido da relación entre arte e vida. De feito, a propia investigación sobre as relacións arte e vida xa contén en si mesma a dicotomía entre unha instancia pública e outra privada.

Pero en canto estrutura de comunicación, a network aspira a saír de si mesma para se expandir e mesmo para actuar como factor de cambio social. E incluso na súa parte máis pública e propagandística (o cal non quere dicir proselitista) actúa como estrutura colectiva, de xeito que calquera acto público da mail art (exposicións, publicacións, congresos, manifestos...) son articulados en torno a actividade do grupo e nunca

dun autor ou autores determinados.

As poucas «regas de xogo» que se establecen nunha exposición de mail art non son máis ca unha reafirmación da estrutura de proceso comunicativo que ten a rede. Tanto o non rexeitamento de obras como a non existencia de taxas veñen a redundar no carácter aberto e democrático da comunicación establecida. A documentación, por outra banda, coa súa lista de enderezos dos participantes, actúa como elemento de expansión do grupo, como un instrumento de extensión da propia rede, ó brindar a posibilidade do contacto entre individuos que teñen uns mesmos intereses e que non mantiveron contacto previamente, ó tempo que lles dá os acabados de chegar (os newcomers) as coordenadas que necesitan para

afondar na súa actividade no interior da Eternal Network.

A recente tendencia dos mailartistas a se autodenominar networkers e as múltiples tentativas de estableceren lazos de unión e proxectos conxuntos con outras redes alternativas á institución arte non é máis ca un síntoma de madurez,



un paso máis no establecemento da comunicación como estratexia de intervención na realidade no seo da creación artística. A imaxinación dos mailartistas á hora de crear novas formas de comunicación parece, polo menos ata o de agora, non ter límites.

Domador de sonhos

<http://domadordesonhos.pt.vu/>