

MAIL ART, COMUNICACIÓN A DISTANCIA, CONCEPTO

MAIL ART, LONG DISTANCE-COMMUNICATION, CONCEPT

JEAN-MARC POINSOT

Traducción: Lucía Álvarez y Berenice Gustavino

RESUMEN

Este texto introduce el volumen *Mail Art, communication à distance, concept*, editado por el Centre de recherche d'art contemporain (CEDIC) en francés e inglés, en París en 1971. En ese libro, Jean-Marc Poinot presenta la obra de arte correo de medio centenar de artistas europeos, estadounidenses y japoneses. El trabajo que presentamos constituye una bibliografía de referencia para los estudios sobre arte postal y es citado en varias ocasiones en este volumen. La biblioteca del Centro de Arte Experimental Vigo (CAEV) conserva un ejemplar cuidadosamente forrado en papel cristal. Como resultado del proceso de lectura, Vigo dejó intercaladas entre sus páginas traducciones de distintos pasajes consignados por Poinot sobre Robert Filliou, Joseph Beuys, Marcel Duchamp, Arman y Ray Johnson. Agradecemos al autor el permiso para publicar esta traducción.

PALABRAS CLAVE

Arte correo; comunicación a distancia; Marcel Duchamp

ABSTRACT

This text introduces to the volume *Mail Art, communication à distance, concept*, edited by the Centre de recherche d'art contemporain (CEDIC) in French and English in Paris in 1971. In that book, Jean-Marc Poinot presents the work of mail art of fifty artists from Europe, America and Japan, including Daniel Buren, Christian Boltanski and Ben Vautier. The text we present constitutes a reference bibliography for studies on postal art and is cited several times in this volume. The CAEV's library keeps a copy carefully covered in crystal paper. Among its pages, and as a result of the reading process, Vigo left interspersed, typed and handwritten translations of different passages consigned by Poinot about Robert Filliou, Joseph Beuys, Marcel Duchamp, Arman and Ray Johnson. We thank the author for the permission to publish this translation.

KEYWORDS

Mail art; long distance-communication; Marcel Duchamp

Hablar de arte por correspondencia y de comunicación artística a distancia y publicar sus productos implica algunas aclaraciones. Así, antes de abordar el tema propio de este libro, es necesario exponer nuestras motivaciones y sus implicaciones teóricas.

La idea de dicho tema provino de una observación empírica de la actividad artística. Posicionados como espectadores de cierta producción, fuimos golpeados por el importante aumento de tal medio de comunicación artística. La proliferación de lo que el medio parisino denomina *envío* nos parecía a la vez síntoma de nuevas preocupaciones y reveladora de una actividad similar un poco más antigua. Es en cierto modo la epidemia lo que nos ha hecho tomar conciencia del virus. Sin embargo, habría sido superfluo interesarse por tal actividad si esta hubiese sido conocida y difundida; por el contrario, fueron muchos los destinatarios de dichos envíos que conservaron un prudente silencio, al menos en Francia. En las agendas de los artistas figuraban numerosos críticos y *marchands*, pero también aspectos generalmente menos conocidos de esta minisociedad que constituye el medio artístico —artistas, *marchands*, coleccionistas, críticos y observadores atentos—. No obstante, encontramos que esta actividad, pese al silencio de críticos y *marchands*, se desarrolló y he allí el último punto que llamó nuestra atención. En efecto, este sistema de intercambio no podía tener continuidad si no se producían respuestas o reacciones. Estas reacciones existieron incluso al margen de los circuitos clásicos o de manera paralela, al punto tal de que no fue sino posteriormente que un cierto número de personas nos manifestaron haber sido destinatarios de esos envíos, sin ser conscientes de la importancia del fenómeno. Las razones de nuestra elección son, en primer lugar, las relativas a la información.

Este libro posee, desde luego, numerosas imperfecciones y la enunciación de nuestras condiciones de trabajo y de nuestras elecciones debería precisar sus límites. Algunos de ellos, como el tiempo relativamente corto de elaboración, nos pertenecen, pero nuestro objeto implica otros límites que parecen difíciles de eliminar. Los documentos que constituían esos envíos —papeles u objetos— no suponían por su naturaleza y sus medios de difusión la conservación, que es el destino de obras más tradicionales. Los destinatarios no interesados o poco deseosos de verse invadidos por tales documentos los perdieron o los desecharon, aun cuando esos mismos documentos no exigiesen de ellos una destrucción que permitiera comprender esa decisión. Por otra parte, ciertos envíos o intercambios fueron realizados siguiendo una regla o a propósito de acontecimientos que no debían ser divulgados por razones diversas o cuya publicación habría aniquilado todo su sentido. Nos enteramos, entonces, de un cierto número de documentos que ni sus autores ni sus destinatarios nos permitieron publicar.

Ante el corpus documental que hemos reunido, tomamos ciertas decisiones teóricas y nos encontramos frente a contradicciones que deseamos señalar.

La elección del tema se inscribe en el conjunto de aproximaciones inmediatas a la actualidad artística como las exposiciones y la prensa. En efecto, las exposiciones importantes o las publicaciones, al no poder tomar una distancia considerable de su objeto, lo definen por sus procedimientos de producción formal —técnicas en sentido amplio—, por sus medios de difusión o aun por afinidades grupales. Otras formulaciones son más generales, incluso eclécticas, o se presentan de manera resueltamente experimental sin definir sus criterios según productos terminados, sino proponiendo más bien una regla de juego. Los comentaristas asimilan, en primer lugar, los aspectos formales o simbólicos y les agregan conceptos de escuelas o tendencias. En este sentido, la elección de nuestro tema, que algunos tildarían rápidamente de arte postal, presentaría el peligro de contentarse solo con las apariencias, cuando nuestro objetivo no es el de evitar la formación de un pseudo concepto, sino intentar hacer aparecer las significaciones de búsquedas divergentes y no coordinadas.

Por otra parte, la publicación de un libro que posee una difusión y una presentación distinta a la de los objetos de los que habla no debe pretender generar falsas expectativas; se trata de un objeto de conocimiento. En efecto, muchos son los que actualmente proclaman la ambigüedad del libro sobre arte invocando que este no puede dar cuenta del fenómeno del que habla sin introducir una deformación. Nosotros somos conscientes de esta deformación y no queremos reproducir el arte, sino producir conocimiento. Los documentos elegidos, aquellos que han sido excluidos, nuestras precisiones y explicaciones son el resultado del propio proceso que resueltamente, podemos afirmar, no es del mismo orden que el de los productores de bienes artísticos. Semejante posición no excluye el respeto por los documentos presentados y las notas aclaratorias que establecimos en colaboración con los artistas, que están allí para precisar las condiciones de elaboración o de difusión de su trabajo.

Resta que sepamos, y esta es quizás una reflexión en deuda con los observadores de arte menos entendidos, si nuestro objeto pertenece efectivamente al campo del arte. De hecho, no me parece que tal pertenencia esté sometida a controversia porque, pese a las múltiples terminologías e ideologías, el estatuto social y cultural de artista es propio de los diferentes productores que nos conciernen. Si nos aferramos a la definición de Marcel Mauss que afirma que el arte es aquello que es reconocido como tal por el grupo, la cuestión puede considerarse resuelta. No obstante, nos interesa evitar definir esta manifestación artística solo por su estatuto social y tener en cuenta sus exigencias internas. Si analizamos la naturaleza misma de los objetos —en el sentido más amplio— producidos en el dominio del arte, y más particularmente aquellos que nos conciernen, observaremos que no caben de ninguna manera en los sistemas a los que se encuentran vinculados. Por ejemplo, la forma de intercambio postal que observamos no posee nada en común, en su realidad o en su finalidad, con otros intercambios postales más utilitarios o más institucionalizados; es por ello que nos interesa establecer esta diferenciación que justificará en consecuencia nuestro enfoque.

Remarcaremos que nuestras motivaciones son de orden diverso pero que en su totalidad se encuentran subordinadas a un *a priori* que las respalda. Este *a priori* es la creencia en la posibilidad de estudiar los fenómenos artísticos desde una aproximación que procura diferenciarse de cierta forma de crítica tradicional y, de igual manera, de un conocimiento historicista y anecdótico del arte. Esta aproximación no puede hacerse sin violencia, pues así como las formas tradicionales de aproximación al arte ejercen sobre el público una violencia simbólica y excluyen otras formas, toda nueva forma de conocimiento del arte debe hacer ejercicio de dicha violencia simbólica si desea tener derecho a la existencia (Bourdieu, 1970).

LA INSTITUCIÓN POSTAL Y LA COMUNICACIÓN A DISTANCIA

Esta forma de comunicación, en la que el resultado consiste en reducir toda posibilidad de investigación, tanto sobre el objeto como sobre el sujeto que emite o transforma la información, tiene más éxito cuanto más conceptual es el mensaje. En el campo artístico se supone, en general, que la comprensión se establece de manera relativamente directa, a partir de los datos sensoriales. Numerosos artistas han tomado consciencia de que este *a priori* era inexacto y decidieron dirigir sus investigaciones sobre las modalidades de la percepción estética. Este posicionamiento viene acompañado de un rechazo de las nociones psicológicas, de donde surge la voluntad de anonimato o de neutralidad, y se traduce como una aspiración a la teoría, de la que emerge la noción de concepto. Las modalidades de la

comunicación postal ofrecen, por lo tanto, posibilidades a esos artistas. A pesar de lo que algunos piensan, no hay allí empobrecimiento del sentido y las connotaciones y la riqueza semántica de los mensajes no son puestas en cuestión. Solo se efectúa un desplazamiento en las elecciones de significaciones a comunicar. Estas afirmaciones pueden ser respaldadas por el análisis de una obra y, de manera más general, podemos sostener que si alguien resulta privado de una parte del sentido, es necesario ver allí el motivo del abandono por parte de los artistas de una forma de romanticismo humanista y psicológico.

Antes de presentar los objetos de este libro, es importante interrogarse sobre dos elementos: las instituciones implicadas y el sentido o la existencia de la comunicación.

Todos los trabajos que hemos elegido utilizan una misma y única institución, el *correo*, con sus diferentes servicios y productos: cartas, telegramas, giros postales, paquetes y el teléfono —que citamos solo a título indicativo—. La institución misma se ha transformado de acuerdo a la naturaleza de los servicios que se le solicitan. Y si, para remontarnos atrás en el tiempo, consideramos la mutación de la comunicación por mensajero a una comunicación vía mensaje escrito, observaremos una transformación significativa dada por la substitución de una comunicación interpersonal por una mediada institucionalmente. No obstante, la situación actual de las comunicaciones a distancia incluye nuevas formas como el teléfono, la radio y la televisión. Dos modos de comunicación a distancia subsisten: uno ligado al transporte de objetos o mensajes materializados; otro de alta calidad técnica donde el objeto no es más que la última transformación, aunque la materialización no siempre sea necesaria. ¿Qué es lo que efectivamente perdura de una comunicación telefónica o de una imagen televisada? En este libro pusimos el acento sobre los documentos relacionados con el correo postal. No obstante, algunos usos del teléfono figuran aquí a título complementario en razón de su carácter de comunicación a distancia.

Nuestra civilización se funda sobre formas particulares de intercambio de bienes materiales o simbólicos. Por intercambio no se debe entender trueque, pues dicho sistema posee numerosas limitaciones. Debemos pensarlo, más bien, como el simple pasaje de un bien entre diversas manos que le otorgan su significación. En una sociedad de consumo, el objeto adquiere su mayor significación a partir de sus modalidades de intercambio; por fuera de ellas, el objeto como tal pierde todo su sentido porque está destinado a una desaparición más o menos rápida. Es por la publicidad y los lugares de venta que un objeto adquiere un cierto estatuto. Si el objeto no se encuentra integrado en esta forma de intercambio simbólico que constituye la publicidad, con los criterios y las significaciones que ella establece, resulta inexistente. Prueba de ello es la campaña publicitaria que tuvo lugar en Francia sobre la función de la publicidad. Cajas, frascos y otros objetos indeterminados, es decir, sin etiqueta, sin marca ni colores, constituían el cartel sobre el cual un texto demostraba el poder de información de la publicidad. Esta imagen simbolizaba la ausencia de realidad del objeto no dotado de un mensaje comercial; el objeto ya no extrae su sentido esencial de su naturaleza sino de su etiqueta.

Pero ¿por qué hacer esta digresión a propósito del correo? Debido a que este forma parte del sistema que sostiene y del cual extrae su razón de ser. Si efectivamente los objetos ya no extraen su estatuto más que de los intercambios simbólicos es porque al hombre moderno, privado de otras formas de intercambios —interpersonales, sociales, etcétera—, no le queda más que vérselas con intercambios mediatizados. Si nuestra sociedad desea mantenerse, debe continuar creando y satisfaciendo esta necesidad de intercambios mediatizados sin mostrar ese desierto humano que ella no hace más que acentuar. La comunicación ya no se efectúa de hombre a hombre, sino que pasa siempre por un objeto o un intermediario. Así como el crédito multiplica de manera artificial el poder del dinero, las relaciones públicas y los servicios que constituyen una gran parte del sector terciario de la

economía multiplican las ganancias enmascarando las insuficiencias del producto mediante una importante puesta en escena. De este modo, crean una diferenciación que permite una competencia que no es cualitativa sino cuantitativa.

La sociedad moderna multiplicó los intermediarios —objetos, personas e instituciones— al punto tal que las modalidades simbólicas del intercambio priman sobre su objeto. El correo es la institución encargada de un cierto número de esos intercambios. Una sociedad moderna no puede sobrevivir sin correos ni telecomunicaciones, la institución es vital y como tal asume cierto número de significaciones vinculadas únicamente a su carácter institucional. La correspondencia y el teléfono refuerzan y significan las desigualdades sociales; no tener teléfono es una carencia, así como la abundancia de correspondencia es propia de personas que gozan de una situación elevada. El poder está en manos de aquellos que poseen los sistemas de intercambio y de comunicación. Es en parte por esa razón que, rechazando la intermediación de la galería o el museo, los artistas desean difundir ellos mismos su trabajo y las informaciones relacionadas. Volveremos más tarde sobre este cuestionamiento del sistema.

En cuanto al contenido de los mensajes que circulan por el correo, este no es indiferente a la forma propia de los objetos despachados. Al recibir su correo, cada uno realiza una clasificación rápida, elimina los sobres menos urgentes y elige los más esperados; esto admite una sola categoría de sobre, la carta. Mencionamos esto para decir que algunas informaciones o mensajes¹ utilizan canales particulares y que nadie buscaría refutar el carácter arbitrario e institucionalizado de ciertos intercambios postales. Si un artista utiliza para sus propios fines la institución postal, está obligado a tomar en cuenta todas las obligaciones y leyes del sistema que emplea aunque las reduzca al absurdo o las ponga en ridículo. Ubicado entre la voluntad de tomar posesión del poder de la información y la opción por impugnar la forma misma del medio utilizado, el artista deberá asumir la contradicción. Más adelante volveremos sobre las formas particulares de intervención artística a través del correo, pero es importante señalar que el artista actúa en un sistema constrictivo y altamente representativo de las leyes de nuestra civilización.

Si volvemos a la cuestión de la existencia de una comunicación artística, nos topamos con nociones de orden e importancia diversas. En efecto, observamos que la institución postal regula de manera precisa las indicaciones de origen y de rutas de los sobres enviados. De esta manera, el remitente tendrá que elegir el sobre adecuado a la calidad del mensaje y a la información acerca de su origen que quiere transmitir. Enviar un telegrama anónimo resulta imposible mientras que una carta puede, con facilidad, no indicar su origen exacto. Mediante esta elección, el artista determinará la naturaleza de la comunicación que desea establecer. Hace falta señalar que algunos artistas realizan proyectos cuyo destinatario final son ellos mismos o el público de una galería o de un museo. Para esos artistas, la intervención del correo sobre un objeto produce ese objeto, pero no tiene más relación de remitiencia que la de su propia negación. Los usos que el artista hace de la institución postal son muy diversos debido a que las significaciones y efectos posibles de producir son de orden múltiple. La repetición o la sucesión de mensajes intervienen para establecer una comunicación real. La pluralidad de mensajes está acompañada por un protocolo particular de toma de conciencia y de despacho o de recepción de los envíos determinado por el artista (ver, por ejemplo, el trabajo de Jacques Charlier o el de Jean Le Gac).

La acción postal permanece como un fenómeno incomprensible si se la aísla de todo contexto y no se refiere a una manifestación, exposición, personalidad conocida del destinatario

1 Utilizamos los dos términos porque la información no tiene un destinatario preciso, mientras que el mensaje implica una comunicación entre un emisor y un receptor.

o, simplemente, a una consecuencia lógica de la llegada de envíos. El único verdadero problema de la existencia estética de estos intercambios interviene cuando el envío es anónimo o dirigido a desconocidos. Un individuo elegido al azar en la guía telefónica no puede comprender qué significa el mensaje recibido. Lo lee y lo observa, se cuestiona, lo olvida y, si semejante fenómeno no se repite y no tiene ninguna otra difusión, le resulta muy difícil considerarlo como un hecho artístico, porque ese hecho no es identificable como tal. Por medio de esta constatación, recuperamos una evidencia de la sociología del arte, a saber, que aquello que no es designado y reconocido como estético no puede ser observado como tal. Esta situación es propia de toda actividad aún poco difundida y solo una sociología de la vanguardia podría hacernos conocer sus causas.

No obstante, no perdamos de vista el problema de la comunicación, dado que constituye de hecho la noción central en torno a la que gira la actividad artística de este libro. Desde el *collage* hasta lo que comúnmente llamamos arte conceptual, los artistas que nos conciernen se ocupan de modalidades de la comunicación en sentido general y de la comunicación estética en particular e, incluso, de una estética de la comunicación. Si por volver a la fuente citada con frecuencia por la vanguardia de los últimos diez años recurrimos a Marcel Duchamp, numerosos indicios nos llevan a suponer que él no era ajeno a estas preocupaciones. La serie de dibujos, obras y textos vinculados al *Gran vidrio* (*El gran vidrio. La novia desnudada por sus solteros, incluso* [1915-1923]) presentan a primera vista un lenguaje y un simbolismo formal muy complejo. Una de las figuras, los *moldes machos*, por ejemplo, adquiere su sentido porque reenvía a otra figura, o a textos codificados y enigmáticos. En pocas palabras, su lectura está lejos de ser sencilla, a tal punto que, aquel que quiera comprenderla, encontrará más satisfacción en su esfuerzo por descifrarla que en el resultado visual que deseaba apresar en un principio. Duchamp, en esta serie de obras, desplaza el lugar de la actividad estética. Elabora un sistema que no reenvía más que a sí mismo a través de múltiples giros y vías de explicación. Desde nuestra perspectiva, resulta por completo inútil estudiar la significación del *Gran vidrio* aferrándose solo a la definición y al historial de cada uno de sus elementos formales. Ese mundo de forma y sentido cerrado sobre sí mismo se presenta como una reflexión sobre los mecanismos de la comunicación y de la producción de un saber. Se puede objetar a nuestra propuesta el hecho de que el arte siempre fue un medio de comunicación al igual que un estudio de las modalidades de la comunicación. Sin embargo, entre el estudio de los modos de comunicación puramente visuales y el que nos interesa, hay un abismo, así como la pintura de Paul Klee, por ejemplo, tiene siempre como referencia implícita toda la pintura mientras que ciertas producciones actuales, aunque se sitúen en el dominio del arte, se refieren a sistemas de comunicación que les son externos. Para explicitar esta afirmación, basta con recordar que las investigaciones de Klee y de otros pintores se refieren a las posibilidades de fabricación de imágenes en el marco de un soporte cubierto por pigmentos coloreados. Klee innova en el dominio de la pintura y, como sus contemporáneos, afirma el carácter especulativo del arte pero su objeto sigue siendo —y esto sin matiz peyorativo— la imagen. Asistimos, de hecho, a una mutación del objeto de la investigación artística. La pintura y el arte en general desde el Renacimiento tenían por objetivo una apropiación del mundo a través del conocimiento, su representación, su enumeración y su clasificación. Este trabajo, empresa enorme, estaba ligado al carácter vital que revestía la utilización de imágenes pintadas, dibujadas o esculpidas. La imagen en general era uno de los modos privilegiados de conocimiento y estaba en manos de los artistas. No tenía importancia preguntarse por el valor de las artes plásticas como medio, sino por los elementos del saber que podían ser elaborados a través del arte. El arte contemporáneo desplazó su interés hacia las modalidades del conocimiento y de la comunicación y, como dijimos, son las investigaciones de los pintores las que dejaron

abierta la posibilidad de abordar otras cosas y no solo el soporte plástico. Cuando hablamos de nuevo objeto del arte no queremos dar a entender que el arte tiene ambiciones científicas. En tanto que especulación sobre los modos particulares de la comunicación, el arte correo implica conocimiento, pero una vez más es el método más que el objeto a conocer lo que importa. Por continuidad lógica, el arte correo repiensa sus condiciones de existencia en relación con las del conocimiento y las de la comunicación en general. Le interesa definir su estatus. Esta búsqueda de una función real repercute en los cuestionamientos perpetuos de las vanguardias sucesivas que son, en cierta forma, el medio de resolver por una solución interna al arte una situación social contradictoria e inestable. El arte utiliza así sus propias contradicciones como finalidad estética. Ocurre que las obras actuales están implicadas en los problemas de la comunicación y es a la luz de su análisis que se esclarece el conjunto de la producción actual.² Hacer como hace Duchamp una obra cuya única explicación y motivación reside en un comentario indescifrable y en la actividad imaginaria que resulta de ella es poner el acento sobre los modos mismos de la comunicación y desviarlos con fines estéticos. Entre el conjunto de textos, objetos y documentos ligados al *Gran vidrio* de Duchamp, encontramos cuatro tarjetas postales pegadas sobre un soporte común. Se trata de la «cita del 6 de febrero de 1916» dirigida por su autor a los Arensberg, vecinos en esa época. De un lado, las postales llevan la mención de esta cita, del otro, un texto más o menos codificado nos informa sobre el *Gran vidrio* y las obras adyacentes. Así como mantiene esa relación ambigua con el conocimiento real de su obra, Duchamp juega con los medios de comunicación al enviar por correo una información que hubiese sido más simple dar a viva voz. Se trata, según sabemos, de la primera manifestación artística que adquiere su sentido en la utilización del correo y es notable que esté en contradicción con las modalidades habituales de utilización de este medio. Esta pieza adquiere su sentido tanto a partir de la función de comunicación de la institución empleada como de su naturaleza de relevo complementario, último dato que complica por su existencia el desciframiento del *Gran vidrio*. Las obras de este libro tomarán su sentido, entonces, reñidas con una institución, ya sea en su elaboración o en las condiciones elegidas para darlas a conocer al público. Demostramos rápidamente cómo se situaba esta actividad artística con relación al arte en general, pero también con relación a las instituciones del mundo moderno. Interesa, ahora, operar un análisis sobre el objeto mismo de nuestra investigación y precisar los criterios empleados en la elección de los documentos.

La mayoría de los artistas de este libro consideraron el correo como medio de envío de mensajes y de objetos, y crearon, así, una red de intercambio de bienes artísticos paralela y distinta al sistema general en vigencia. Enviar *collages*, textos teóricos y objetos a destinatarios diversos sin contraparte financiera es, efectivamente, cuestionar las leyes del mercado. Es evidente que hay una forma de intercambio, pero ella no es cuantitativa. El ejemplo de la escuela por correspondencia de Ray Johnson, importante red de correspondientes, que efectúa envíos individuales o se presta a acciones coordinadas por iniciativa de uno de los miembros del grupo es, en este punto, particularmente interesante. Un día, un individuo o una institución se ven sumergidos por una gran cantidad de cartas, paquetes y otros envíos y solo se les pide tomar parte de este evento. Por supuesto que un archivista apasionado podrá, si se le antoja, conservar, comprar o vender esas cartas y objetos a riesgo de desnaturalizar su sentido. Esa no es la cuestión, ya que los hechos prueban, hasta ahora, que muy poca gente consideraría esos objetos como bienes artísticos susceptibles de ser difundidos, publicados, comentados y vendidos. Esta situación está ligada

2 Estas afirmaciones no son definitivas. Constituyen hoy hipótesis de trabajo que desarrollaremos, por lo que nos reservamos la posibilidad de abandonarlas si no resultan operatorias.

necesariamente a la naturaleza misma de los bienes, a su tamaño pequeño, a su multiplicidad, de modo tal que podríamos definir el estatus mínimo del objeto para que pueda ser considerado como objeto de arte. Mientras que la inestabilidad de las monedas provoca un retorno de los capitales sobre los bienes muebles e inmuebles, que las sociedades de especulación artística se fundan y prosperan, que el mercado del arte soporta una integración al sistema general de intercambios capitalistas y del consumo cada vez mayor, una actividad por el estilo escapa al sistema, lo ignora y lo cuestiona parcialmente ya que afirma en nuestro mundo actual la viabilidad de un sistema opuesto al sistema dominante. Nos darán pelea objetando que los productos de los que hablamos son de una importancia tan débil que no pueden tener ninguna repercusión sobre el sistema general de mercado, pero ese no es el problema. Una producción artística como esta muestra cómo, incluso simbólicamente, toda actividad estética plantea problemas de orden económico y político sin tener necesidad de ubicarse al nivel de la ideología y de los programas revolucionarios. Frente a esta forma de intercambio existe una utilización importante de la institución y del material postal en la realización de ciertas obras. Emplear un modo de transporte de un mensaje o de un objeto da a entender que estos últimos pueden ser efectivamente transmitidos por el medio elegido, pero las intervenciones de la institución pueden también ser explotadas como medios apropiados para dar sentido y forma al mensaje o al objeto a realizar. Este es el caso de Douglas Huebler cuyas piezas reproducidas no podrían existir sin la utilización del correo. Sin embargo, ¿qué debemos pensar de todo ese lote de objetos y de imágenes que son tomados del material postal o anexo y son utilizados como elementos plásticos? Esta pregunta nos permitirá precisar el verdadero tema de este libro. En efecto, no incluimos obras como la de Ruth Francken o la de K.P. Brehmer por la simple razón de que es el modo de comunicación lo que nos preocupa y no la imagen. Las tarjetas postales, los sellos y otros objetos que reproducimos fueron hechos para ser utilizados y se ajustan a las normas del correo. La comunicación postal es una forma de comunicación a distancia y en ella el objeto estético se modifica tanto en su forma como en su enunciado. Desarrollamos suficientemente la noción de comunicación mediatizada para poder afirmar que el verdadero punto común a las diferentes obras reproducidas aquí es el de las relaciones entre el objeto y los medios por los cuales lo conocemos. Podríamos evocar otras actividades artísticas muy diferentes, pero cuya significación surge de la manera en la que el público toma conocimiento de ellas. Así, el *Earth art*, recientemente rebautizado arte ecológico, o bien el *Body art* provocan la siguiente pregunta: ¿por qué no tomamos conocimiento del evento, ambiente u objeto más que a través de la intermediación de fotografías, textos explicativos, publicaciones o exposiciones? La comparación se establece en los métodos elegidos para la toma de conocimiento, por parte del público, de un gesto, de un objeto, de un acontecimiento producido por el artista —cuestión teórica situada entre la noción de información y la explotación de las investigaciones actuales sobre el análisis de la percepción y de las ciencias de los signos o semiología—. No obstante no hay que ilusionarse porque es en ese único nivel muy general que interfieren esas diferentes actividades y una identificación demasiado rápida llevaría a caer de nuevo en las trampas de una historia humanista de las artes donde todo regresa a la eterna naturaleza humana o a nociones nebulosas y universales por insuficiencia de análisis.

A PROPÓSITO DEL TÍTULO

Nuestras últimas palabras versarán sobre la elección del título de este libro. El mismo no nos satisface plenamente, pero indica algunos de los principales puntos de interés.

La expresión *mail art* subraya la utilización del material postal sin dejar de lado las características propias de esa institución. Designa tanto el envío de un simple objeto o documento transportado por el correo, como el sistema de intercambio y la forma particular a través de la que se expresa el mensaje. Preferimos este término en inglés a la expresión francesa *art postal* porque nos parece que sus connotaciones son más ricas.

Comunicación a distancia, por su parte, indica el conjunto central de todas las actividades que citamos; la utilización de un intermediario que, creando una distancia y una dificultad suplementaria, permite, a la vez, establecer relaciones reales entre personas que no se conocen. En ese sentido, la obra enviada por correo obliga a una lectura que podría ser rechazada en otras condiciones. Esta forma de comunicación se inscribe en una reflexión sobre la naturaleza de las relaciones que se establecen entre los individuos y entre el individuo y la producción artística.

Por último, mediante el empleo de la palabra *concepto* queremos señalar ciertos trabajos que utilizan el correo como uno de los medios para llevar a bien una demostración comenzada en otro lado. On Kawara, Jan Dibbets, Daniel Buren, Douglas Huebler y algunos otros artistas realizan un trabajo teórico —de allí el término concepto— que encuentra una forma de precisar sus análisis en la utilización de la institución postal.

REFERENCIA

Bourdieu, P. (1970). *La reproduction*. París, Francia: Éditions de Minuit.