

LAS ESCRITURAS EXPANSIVAS DE ÓSCAR MARINÉ

Mariano ANTOLÍN RATO

Madrid

Sólo hay una cosa que me moleste más que no me tomen en serio: que me tomen demasiado en serio.

Billy Wilder

Painted Words son, lo señala su nombre, palabras pintadas. También algunas breves frases. Se leen pero están expuestas en una galería de arte como obra de Óscar Mariné. Adquieren así un carácter añadido que no sólo remite a un contenido lingüístico, pues estimula la atención estética con sus formas tipográficas, su tamaño, el fondo sobre el que surgen, la disposición en el espacio. El contacto con lo escrito queda cargado de referencias complementarias que abren hacia ámbitos significativos dentro de lo visual. Y sin embargo, se impone un texto en el que resuenan contenidos verbales. Eso para empezar.

Óscar Mariné es profesional del diseño gráfico. Presentarse asumiendo una función tantas veces incluida con reservas entre las manifestaciones estéticas, le permite esquivar las consideraciones críticas y académicas sobre el Arte con mayúscula. Sus obras, él mismo lo señala, no aspiran a la perfección y están al servicio de diferentes clientes. Partiendo de un gran conocimiento de los materiales, investigan posibilidades y aceptan la casualidad y la duda, la ocurrencia afortunada para desplegar una comunicación que apela a las emociones y reflexiona sobre la cultura visual. Y sin dramatismo. Casi por principio. Las palabras primadas dan pistas, claro, sobre una sensibilidad, pero cualquier intento de interpretación psicológica del mundo interior del que las presenta originaría un cortacircuito.

Las letras sobredimensionadas lanzan sobre el que las contempla impresiones visuales herederas de ciertos mitos modernos que ya no son recuerdos colectivos de un tiempo proscrito. En cuanto fabricación colectiva de acuñación industrial, los nuevos mitos resultan de productos como automóviles, ferrocarriles, barcos y, a veces lugares. Pero sobre todo tienen su origen en lo que se llamó antiguamente «fábrica de sueños». Ya se sabe, ese estatuto alcanzado por ciertas estrellas de cine a las que se les atribuyeron cualidades míticas. Y Edward Ruscha en sus cuadros presenta la palabra «Hollywood» como si se tratara de un término con aura.

En el caso de Mariné la mitología así entendida pertenece más que nada a un espacio auditivo. Es la propia de unas músicas que han marcado a los jóvenes menos conformistas de aquella década descomedidamente calificada como prodigiosa que, según Joe Boyd, comenzó en 1956 y terminó en 1973. Pues la *Music is your only friend until the end* —proclama en una de sus *Painted Words*—. Y afirma que la «música es tu único amigo hasta el final» —como cantaba Jim Morrison con los Doors— en inglés. Es el idioma utilizado en todas las escrituras de la última exposición que, con el título de «Palabras pintadas», presentó en La Caja Negra, Madrid, el invierno de 2015. Lo hace así porque el inglés constituye la actual *lingua franca*; equivalente aproximado al latín como idioma puente en la cultura europea de hace siglos. El propio Mariné ha declarado que su elección del inglés se debe a eso, y sobre todo a que al mundo del *jazz* y el *rock*, unas formas musicales, junto al *rhythm & blues*, el *funk*, el *blues*, etcétera, ha sido esencial para los de su generación. Añadiendo que las palabras con el retrovisor enfocado en aquellos años, contienen guiños, posibilitan tres o cuatro miradas diferentes. Son «una sugerencia y una forma de encontrar cómplices y compañeros de partida, de buscar lugares comunes o sitios que para determinada gente son importantes» —también ha dicho—.

La música, por tanto, se inscribe en unos presupuestos que tienen su origen en la asimilación constante del ambiente que le envuelve y él interpreta para que otros participen de sus llamadas de atención. Pueden ser imágenes de una marca corporativa o institucional, en las que se unen actitudes intuitivas y exigencias de lo que debe hacerse conocido. Pero ese sólo es un aspecto de su trabajo como comunicador —terminó que Mariné prefiere aplicarse, y no grafista, pues incluye al diseñador, ilustrador, tipógrafo y artista—. Desde el diseño de la revista *Madrid me mata*, una de las primeras muestras públicas de su trabajo allá a comienzos de la década de 1980, ha procurado hacer más agradables, llamativas y facilitar la lectura de ciertas publicaciones gracias a la disposición y elección de los tipos y su disposición en la página. También es autor de carteles de bebidas o de películas, de portadas de discos, todo ello conocido de sobra porque destaca sobre el magma invasor de solicitudes sensitivas que luchan por despertar el interés. En el espeso bosque de estímulos del ambiente sobrecargado y agobiante, intenta, y consigue, que llamen la atención los suyos.

Y sin que se le pueda acusar, como ocurrió con el pop, de que su arte se ha convertido en un bien de consumo del mercado. Por mucho que, con la autoridad que merece, Richard Hamilton declare que el arte pop es un producto del consumo, Mariné parece compartir la opinión de ciertos estudiosos para los que la conexión del pop con la cultura popular es producto de una casualidad: según ellos tanto el pop como el dadá fueron palabras de creación espontánea. Aunque la naturaleza de su trabajo le obligue a asumir el estigma de la cultura popular: su comercialidad. Y participe de la discutida tendencia tan expansiva que difumina las fronteras entre las manifestaciones culturales *highbrown* y *lowbrown*.

Danto, después de la epifanía que le supuso Warhol y sus cajas de Brillo, no ha dejado de teorizar sobre que con el pop el arte se abrió al análisis filosófico. Para el influyente y lúcido analista norteamericano, la Estética pertenece a la esencia y la definición del arte, lo que pasa es que se ha

identificado históricamente con la belleza. Y la belleza no es uno de los objetivos de lo que Danto llama la «vanguardia intratable». Con ese provocativo término se refiere a los artistas que desarrollaron los presupuestos implícitos en los *ready-made*, de Duchamp. Desde entonces —y ya hace un siglo—, la belleza es incidental a la obra, que tiene una intención completamente distinta. El propio Duchamp declaraba: «En la elección de los *ready made* nunca intervino la delectación estética. Se basaban en una reacción de indiferencia visual y, al mismo tiempo, una ausencia total de buen o mal gusto» (Duchamp, 1978: 164).

Con todo, algunos seguidores de Duchamp eran personas sensibles a la estética y llegaron a afirmar que el urinario, *Fountain*, de 1917, puede ser considerado bello. Pasaban por alto la afirmación irónica, como casi todas las de su creador, referente a que la gran contribución de Estados Unidos a la civilización era la fontanería moderna. Pues los *ready made* cambiaron la consideración de la naturaleza del arte al cuestionar de modo radical el lenguaje del arte moderno que, hasta entonces seguía siendo el del pasado, aunque dijese cosas nuevas. Y así pasó de ser una materia morfológica a convertirse en funcional, en idea. Por tanto, a los artistas posteriores a Duchamp se les debe juzgar en función de su modo de abordar esa nueva naturaleza del arte. La validez de las proposiciones artísticas, —según Kosuth— no depende de ningún presupuesto empírico. Las proposiciones dejan de tener un carácter fáctico para adquirir uno lingüístico. Suponen una reflexión sobre el arte del pasado y del presente. Son un comentario, ya que en el arte conceptual —por no andarse más por las ramas—, percepción y concepción van unidas y sólo se necesita al crítico en cuanto artista, cuyas intenciones no se deben entender como información. El catálogo ya no es algo destinado a vender, anunciar o promocionar la obra de arte. Se convierte en objeto de arte *per se* —y estoy glosando parcialmente los análisis de Anna Maria Guasch—.

Bueno, todo eso hasta que el arte conceptual también quedó bajo la tiranía del mercado, y la subvención de los radicalismos claudicó ante la institución museística —Lucy R. Lippard ya denunciaba eso a principios de los años setenta del siglo XX—. Si esta es la sociedad del espectáculo, como sentenció Guy Debord, lo es también del consumismo, el derroche, el desperdicio y —como hemos tenido que tragar— la sociedad de los bonos basura. El mundo del arte contemporáneo más rompedor participa de esos excesos, incluido el *ismo* más reciente, el «curatorismo». Proliferan los museos y centros de arte, las bienales y las documenta, y hasta las contra exposiciones, las subastas y ferias de arte de auténticas cagadas. *Mierda y catástrofe* se titula el reciente y perturbador libro de Castro Flórez con su atosigamiento de citas para demostrar que el arte es hablar del arte y que la estética de la catástrofe se inscribe en el exhibicionismo global. Para él ya no es posible la transgresión cuando la especulación financiera convierte en oro y en diamantes esas porquerías que vende como arte.

En Mariné —y estoy terminando con el aspecto demasiado serio que molestaba a Billy Wilder— cabe detectar una influencia de todos esos planteamientos. Pero en sentido lejano de la grandilocuencia aceleradamente expuesta. Sus «palabras pintadas», carecen de la carga crítica de los aforismos con textos magnificados que Jenny Holzer presenta en diversos soportes. Tampoco tienen el extremismo

de las definiciones de diccionario de Joseph Kosuth, contaminadas de cierto «aspecto pictórico», aunque destaque su aspecto antipictórico y conceptual. Ni responden a la consideración de las palabras como arte, o lo que en el entorno de los conceptuales se llamó *Word-art*, que implicaba que las palabras, en tanto que elemento discursivo en un contexto literario y elemento gráfico en un contexto visual, se transformaban en palabras-objeto sin contexto y sin connotaciones literarias.

Mariné, además, es ajeno al análisis del *media landscape*, el paisaje de los medios sobre el que actúa Muntadas para dejar en evidencia la falsa objetividad de las imágenes sobre las que ejercen presión mecanismos no inmediatamente reconocibles por parte del espectador. Eso llevaría al resbaladizo terreno —al menos para mí— de lo subliminal. Y ya se apuntó que las consideraciones de tipo psicológico, lo mismo que la crítica basada en la resistencia con fundamento en ideologías radicales, son impertinentes al abordar la obra de Mariné que, aparte de la dimensión material de las palabras —su tipología, su cromatismo, su grafismo, su cuerpo, su composición y disposición en el espacio—, revela una sensibilidad fría derivada del *pop art*. La fuerza sugestiva de las letras industriales que utiliza sin señales de la mano del que las pintó y sin renunciar a lo retiniano mantiene una relación muy indirecta con los presupuestos de los artistas entre los que se sitúa. Existe en ellas algo de elegíaco. Y las elegías son respuestas artísticas a sucesos frente a los que la respuesta natural es pena por la pérdida de algo que se amaba. No son una respuesta de rabia, pues la elegía distancia estéticamente de esa pérdida. Y con una neutralidad que, sin embargo, en su caso, las carga de referencias cálidas al evocar una afirmación de intereses comunes. Nunca son propuestas tajantes, sino que aparecen como una especie de notas al pie de la página del arte en el que se inscribe todo su trabajo de «comunicador». La dependencia de los intereses del que lo financia se integra en su capacidad para interpretar unos deseos formulados imprecisamente, pero que buscan la atracción del que los ve plasmados en formas propias del contexto urbano. Exigen participación. Y en *Painted Words* promueven una relación cálida con las canciones, lugares, películas a las que remiten por medio de un estilo transparente. «Si se percibe el estilo del artista, mala señal», declara Mariné, precisando con osadía: «Sin la implicación de los directivos de una empresa, el diseño no funciona». Máxime, precisa, «cuando el cliente es el más exigente de todos: yo mismo».

La seriedad sin excesos de la frase de Wilder pide un somero recorrido histórico. Su más detectable origen está, como se señaló, en la revista *Madrid me mata*, heredera de los espacios culturales alternativos —algunos los llaman «contraculturales»— que apuntaban en la también citada «década prodigiosa». Pero de un modo inédito hasta aquel momento. La primacía está en lo gráfico por encima del contenido con sus seres anónimos y presencias públicas tratadas al mismo nivel. Eso supone un desenfado y un desafío a las tendencias dominantes por su insistencia en aquella rebeldía hedonista característica de la tan manoseada Movida madrileña. Un discurso de la disidencia realizado a partir del deseo de no estar dispuesto a pasarlo mal —o no siempre— a pesar de los desagradables, y con frecuencia muy duros y asesinos, condicionamientos del ambiente impuesto por dictadores de un modo de vivir a base de misas, servicios militares obligatorios, y represión generalizada. Y sin las

también grises y cejjuntas actitudes de una oposición en lucha por un mundo que sería un paraíso en el futuro. El disfrute del presente no se quería aplazar para mañana o pasado. La diversión era una cuestión de ahora, a costa de lo que fuera. Aprovechando resquicios de las mínimas libertades que se podían arañar, se trataba de habitar decentemente y con los menores frenos posibles la ciudad que empezaba a dejar de estar poblada por más de un millón de cadáveres (según las últimas estadísticas de Dámaso Alonso).

El impulso que supuso la revista de título más tarde copiado —previa solicitud de permiso— por el novelista inglés Hanif Kureishi en su novela *London Kills Me*, siguió activo. Y no sólo en Mariné. También en otros elementos catalizadores de la publicación —según los llama en el weblog *Así se fundó Carnaby*, de marzo de 2015, que toma su nombre del que llevaba el primer libro de poemas de Leopoldo María Panero— como el escritor Moncho Alpuente y el fotógrafo Jordi Socias. Pero sobre todo supuso el lanzamiento, primero a escala nacional con diseños paradigmáticos como los carteles para películas de Pedro Almodóvar o fundas de discos para Siniestro Total —y son sólo dos ejemplos de los innumerables que se podrían citar—, y luego con alcance global desde Nueva York, donde instaló su estudio Mariné, de una estética con origen madrileño. Frente a los carteles hijos de ese cubismo domesticado que fue el *art nouveau* o *modern style* de los diseñadores underground americanos, o sus continuadores dentro de la corriente del *high tech*, la actividad de Mariné tiene un apoyo oblicuo y tangencial en las corrientes del «comic chungo» del Rastro madrileño. O al menos, eso parece distinguirse en campañas tan difundidas y efectivas como la del vodka Absolut, convertido en *Absolut Mariné*. Lo demás ya pertenece a la historia del más brillante diseño mundial donde se ofrece —tomando prestada una frase de Valery— «el estado mismo de la cosas tal y como nunca se ha presentado hasta ahora». Y baste recordar la muy reciente imagen del rompedor *Matadero*, el centro creativo contemporáneo instalado en el antiguo matadero de la Arganzuela, Madrid, en cuyo nombre, además, intervino decisivamente Mariné, quizá como indirecta referencia a la publicación que le catapultó a la fama —y no conviene cortarse a la hora de emplear ese tipo de calificativos ampulosos y tópicos aplicados a su trabajo—.

En el catálogo de la exposición *Painted Words* hay un texto de Diego Manrique, autorizado y profundo conocedor de muy diversos tipos de música y de ciertas novedades



Fig. 1. *Wall composition*. Imagen cortesía del artista. Fotografía de Óscar Mariné.

culturales, que propone un juego. Consiste, según se puede entender, en buscar las referencias contenidas en las *Palabras Pintadas*. De acuerdo con él, y siempre vivaqueando entre mundos —como dice un verso de James Tate—, se señalarán algunas que quizá sirvan para dirigir la atención hacia las claves musicales, ya someramente apuntadas, de la obra de Mariné.



Fig. 2. *The Night Train*. Imagen cortesía del artista. Fotografía de Óscar Mariné.

Y siguiendo con los trenes, aunque en este caso se trate de una línea de metro, está *Take the A Train*, uno de los brillantes *standard* de Duke Ellington. O, lejos de los ferrocarriles pero dentro del jazz más inquietante —uno no sabe si será capaz de tocar la nota siguiente—, *Straight No Chaser*, o *Blue Monk*, de, naturalmente, el pia-nista Thelonius Monk. Y *Body and Soul*, otro estándar —es el término que propone el Diccionario de la Academia— versionado por tantos, desde Billie Holliday a Frank Sinatra. Y recientemente, casi como música ambiental, por Amy Winehouse con Tony Bennet

Pero la mayor parte de las referencias llevan al rock. *There is a party on the beach tonight*, por ejemplo, despierta anhelos juveniles de secano datables hacia finales de los años cincuenta del siglo XX. Y *Hard Rain* es el título de un disco en directo de Bob Dylan y parte de la letra de una de sus canciones de toda la vida, aunque ya un tanto gastada, donde iba a caer una metafórica lluvia torrencial que se retrasa. O *Sweet Heart*, también del Dylan que a finales de los años ochenta del mismo siglo dejó su demasiado largo

Empiezo con *Night Train*, que remite a un tema musical constante desde hace más de medio siglo. Primero en forma del jazz de Jimmy Forrest, y luego en el *rythm & blues*, hasta culminar —en mi recuerdo— con James Brown. O en literatura, con la novela de Martin Amis publicada en 1997, que aquí tradujeron, con una literalidad poco frecuente, como *Tren nocturno*.



Fig. 3. *There is a party on the beach tonight*. Imagen cortesía del artista. Fotografía de Óscar Mariné.



Fig. 4. *Sweet Heart*. Imagen cortesía del artista. Fotografía de Óscar Mariné.

periodo bajo la cruz y continuó el *Never Ending Tour* que lo pone periódicamente al alcance de quien quiera.

De casi dos décadas antes es *Around and Around*, una de las proclamas del padre reconocido del *rock and roll*, Chuck Berry, que en otra vitoreó al *rock* porque libraba de los días del pasado —*Hail, Hail rock and roll. Deliver me from the days of old*—. Aunque

en el caso de Mariné no se detecten deseos de abandonar nada del pasado y parezca sugerir —impresión no necesariamente compartible—, otro estribillo de Neil Young que declara inmortal al *rock*: *Rock and roll can never die*.

Warm Gun creo que procede de una canción de los inevitables Beatles —«Happiness is a Warm Gun»—, aunque tengo noticia de que existe un videojuego distópico y ecologista del mismo título al que quizá pretenda remitir Mariné —ignoro su interés por esa relativamente nueva manifestación del ingenio comercial aplicado al ciberespacio que arrasa entre los más jóvenes, y algunos mayores—.

De los también imprescindibles primeros Rolling Stones, aún con Brian Jones a mediados de la década de 1960, es *Heart of Stone*. Y de más o menos la misma época *Don't Let Me Be Misunderstood*, de Eric Burdon con los Animals, himno oficioso de las marchas pacifistas que encabezaba Bertrand Russell. O *I'm no like everybody*, cara B de un single de los Kinks, que conservo desde que se publicó en 1966.

En la canción de los Doors ya mencionada, además de proclamar que la música es el único amigo hasta el final, Jim Morrison no se corta y grita que queremos el mundo, y ya —*We want the world and we want now*—, quizá reflejo de una rebeldía juvenil que en las palabras y frases pintadas de Mariné tiene cierto carácter elegíaco bañado por todos los matices irónicos que se quiera.

No sólo esas músicas están presentes en ellas. Creo apreciar referencias al cine —musical, eso sí—, en *All That Jazz*, la película de Bob Fosse. O en *Cul de sac*, película de Roman Polanski. También a lugares de la mitología moderna, como *Roseland*, una sala de música y otras cosas que quizá haya frecuentado Mariné cuando vivía en Nueva York.



Fig. 5. *All That Jazz*. Imagen cortesía del artista.
Fotografía de Óscar Mariné.

se titula *Savoy Hotel*. En este caso situado en uno imaginario de una ciudad probablemente polaca.

Más literatura. *Slow Learner* es el título de una colección de relatos de Thomas Pynchon, traducido como *Lento aprendizaje*. Y *Story Teller*, narrador, apunta a uno de los propósitos de Mariné. Sus palabras cuentan algo aparte de producir emociones estéticas. Mientras que *Flamingo* o *Apollo* remiten a clubs nocturnos de ese nombre —eso supongo—. Y en *Pontiac* o *Cadillac* nadie puede dudar que asoma la mitología del viaje en automóvil propio de la aventura *beat*.

Doy por terminado este juego de las adivinanzas, aunque no sin antes mencionar la frase *Deep Wish* —«Deseo profundo»—, un impulso se diría que básico en la obra de Mariné y por eso se destaca en la tarjeta postal que anuncia la exposición *Painted Words*. En las dos palabras queda de manifiesto, por si no se había percibido, el tono irónico de la muestra. Ese carácter de comentario sobre la cosa que aparece en forma de reflejo e impone una distancia con respecto a cómo se ofrece. La publicidad se lo ha apropiado, y Mariné no renuncia a él. Más bien explota la ironía para quitarle seriedad a sus propuestas estéticas y mantenerse al margen de cualquier planteamiento capaz de ser integrado en una corriente artística aparte de su trabajo de comunicador. No hay apocalipsis en su obra. La rebeldía frente a la comercialidad queda matizada en todo momento por una celebración de lo existente. Cualquier intento de situarla en un contexto que niegue la tendencia tan humana de gozar hasta de lo manipulado, le resulta ajena. Se entrega a un mundo que, por supuesto, carece de la belleza exigida antes de Duchamp, pero no renuncia a suscitar emociones que hagan más habitable la estancia entre las manipulaciones agresivas que convierten lo vivido en terreno pasto de la queja. La afirmación constante del trasfondo revelado en unas letras de apariencia neutra revela unas ganas de asumir hasta lo aparentemente menos digno del



Fig. 6. *Flamingo*. Imagen cortesía del artista.
Fotografía de Óscar Mariné.

estado de cosas en el que toca sobrevivir. Y sin aspavientos ni programas impuestos por tendencias a la última. Basta con abandonarse sin recelos teóricos a la propia estancia en un medio cada vez menos inclinado a permitir impulsos no codificados por academias que se dicen últimas reservas de la negatividad y la resistencia frente a unos valores imposibles de nombrar aparte de ellas. Ya es mucho, y merece un lugar destacado y libre de prejuicios. Y no sólo en el ámbito de una profesión mediatizada por exigencias económicas. También en la esfera del arte sin concesiones.

Bibliografía

- CASTRO FLÓREZ, F. (2014): *Mierda y catástrofe. Síndromes culturales del arte contemporáneo*. Madrid, Fórcola.
- DUCHAMP, M. (1978): *Escritos Duchamp du Signe*. Barcelona, Gustavo Gili.