

De la pincelada individual a la “pintada colectiva” en Red en el  
artivismo: evolución de la expresión de la denuncia social

From the individual brushstroke to the “collective painted” in the Web in  
the artivism: evolution of the expression of social complaint



**Microtextualidades**  
Revista Internacional de  
microrrelato y minificción

María RODRÍGUEZ VELASCO  
Universidad CEU San Pablo  
[mrodriguez.fhm@ceu.es](mailto:mrodriguez.fhm@ceu.es)  
ID ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-5490-9402>

María Elena MAZO SALMERÓN  
Universidad CEU San Pablo  
[mariaelena.mazosalmeron@ceu.es](mailto:mariaelena.mazosalmeron@ceu.es)  
ID ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-2978-5521>

*Directora*  
Ana Calvo Revilla

*Editor adjunto*  
Ángel Arias Urrutia

Artículo recibido:  
Noviembre 2018  
Artículo aceptado:  
Octubre 2019

Número 6, pp. 103-122  
DOI:

<https://doi.org/10.31921/microtextualidades.n6a8>

ISSN: 2530-8297



Este material se publica bajo  
licencia Creative Commons:  
Reconocimiento-No Comercial-  
Sin Derivadas  
Licencia Internacional  
CC-BY-NC-ND

## RESUMEN

El arte siempre ha sido instrumento de comunicación, adaptándose a las distintas plataformas de expresión de cada época. A partir de las pinceladas de Goya y Picasso, primero con carácter velado y después de forma explícita, se pueden advertir, siguiendo el método iconológico, los precedentes de las propuestas del *artivismo* como exposición de denuncia social. Este artículo realiza un análisis comunicativo que parte de la resignificación de los muros de los palacios y nos conduce a los nuevos medios de expresión de los colectivos inconformistas con nuevas herramientas experienciales y digitales propias de la sociedad actual, con una función disruptiva de gran eficacia comunicativa.

**PALABRAS CLAVE:** artivismo; comunicación disruptiva; expresión de denuncia; Goya; Picasso; arte y comunicación.

## ABSTRACT

Art has been considered a communication tool which has been adapted to the different expressive frames. From Goya to Picasso brushstrokes, firstly with veiled carácter, and after explicitly, are shown the today's “artivism” precedents as the expression of social complaint. This paper provides an analysis from the classical art platform to the new communication media contents, with new experiential and digital tools on our society, including a disruptive function with a high communication efficacy.

**KEYWORDS:** *artivism*; disruptive communication; expression of complaint; Goya; Picasso; art and communication

## 1.- Introducción: Arte y comunicación

Las creaciones artísticas, desde sus primeras manifestaciones, son instrumentos para comunicar las inquietudes y preguntas últimas de hombre en sus distintas épocas. La obra de arte es, en última instancia, espejo de la realidad social y lógicamente se adapta a los cambios del lenguaje comunicativo para llegar de una forma más directa al espectador. En la actualidad, las nuevas tecnologías se convierten en altavoz de las críticas o reivindicaciones en los distintos órdenes sociales, acompañándose en muchas ocasiones de imágenes que buscan el mayor impacto en el receptor. Esto nos lleva a plantear que la intención última de las propuestas del *artivismo*, la denuncia social, ya subyacía en obras de los siglos pasados, especialmente entre los siglos XVIII y XX, si bien su expresión se adecuaba a las técnicas y entornos sociales propios de cada momento histórico. Concretando más nuestra hipótesis de situar los precedentes del *artivismo* en dichos siglos, circunscribiremos nuestra propuesta a dos pintores que conocieron bien la sociedad de sus respectivas épocas y no quedaron al margen de sus preocupaciones: Goya (1746-1828) y Picasso (1881-1973). No se trata de realizar un análisis pormenorizado de sus pinturas, sino de apuntar, mediante el método iconológico, las ideas “disfrazadas” por dos autores que rompieron con las convenciones establecidas.

A partir del estudio de estos precedentes del *artivismo* en la obra de Goya y de Picasso, se va a realizar un análisis comunicativo de este peculiar proceso expresivo para dotar a este trabajo de un contexto que lo diferencie del marco mediático cotidiano. La función disruptiva de estas manifestaciones también tiene que ser examinada. Además, interesa conocer quiénes protagonizan la creación y emisión de estos mensajes, así como su valor como “bandera” social y política. Por último, se planteará la cuestión de la eficacia comunicativa de este tipo de actividades, ya que persiguen el cumplimiento de unos objetivos determinados. Se pretende iniciar este trabajo a partir de las pinceladas individuales de Goya y Picasso, para dibujar la “pintada colectiva” del *artivismo* con las brochas del arte y la comunicación experiencial y digital. Este fenómeno plantea en la actualidad nuevos soportes para conseguir viejos objetivos de la sociología del conflicto. La “pintada colectiva” del *artivismo*, en nuestro siglo, será la comunicación digital la que proporcione el marco de interacción que estas formas de expresión necesitan.

## 2.- Arte y comunicación: Goya y Picasso, dos precedentes de la intención crítica del *artivismo*

### 2.1. La comunicación de denuncia social en los cartones y retratos de corte de Goya

Desde que Goya entrara en la Fábrica de Tapices de Santa Bárbara (1776), progresivamente va tiñendo sus obras de una sutil ironía, tras la que esconde desigualdades sociales y críticas políticas. Su personalidad compleja y su carácter ambicioso e inconformista le impidieron ceñirse a los postulados académicos exigidos por su papel de pintor del rey. Un rápido recorrido por su carrera, desde sus primeros cartones hasta las postreras pinturas negras, revela críticas veladas, quizá implícitas para el espectador actual, pero mucho más directas para el entorno del pintor. Mientras sus primeros cartones se centraron en el pintoresco mundo de las fiestas populares a orillas del Manzanares, pronto estas imágenes festivas comenzaron a encubrir mensajes

satíricos, a fin de comunicar a la corte el descontento del pueblo. Los muros de los palacios se abren entonces a nuevos significados, aspecto que podría parangonarse con la “voluntad de resignificar el espacio público” propia del *artivismo* (Delgado 2013: 68).



Figura 1: Francisco de Goya, *La nevada*, 1786, Museo del Prado, Madrid

Así se observa, por ejemplo, en la serie de cartones para los tapices destinados al comedor de los príncipes en el Palacio del Pardo (1786 y 1787). Tras el encargo de “asuntos jocosos y agradables”, Goya centró el programa iconográfico en las estaciones del año y tras su cotidianidad asoman desigualdades sociales, como en *La nevada* (Figura 1), donde los pobres campesinos, azotados por la ventisca, caminan indiferentes a los hombres que los acechan (Agueda 1984: 43).



Figura 2: Francisco de Goya, *El albañil borracho*, 1786, Museo del Prado, Madrid

En la misma sala se encontraría *El albañil borracho* (Figura 2), muestra de la inseguridad en el trabajo de la construcción, sugerida por los andamios del fondo. Aunque esta obra se ha relacionado con un decreto promulgado por Carlos III para proteger a los trabajadores de los accidentes laborales, lo cierto es que Goya en el boceto preparatorio previo presentaba al albañil herido, viéndose obligado a cambiar este matiz posteriormente (Wilson y Mena 1993: 170).

Los mensajes críticos de Goya se hacen más explícitos en la serie realizada entre 1791-1792 para el despacho del rey Carlos IV en El Escorial, especialmente en *La boda* (Figura 3), una crítica a los matrimonios de conveniencia personificada en un cortejo nupcial, no exento de pobreza, y con gestos burlescos que evidencian la complicidad con el engaño de novia.



Figura 3: Francisco de Goya, *La boda*, 1791-1792, Museo del Prado, Madrid

Entre los personajes, unos niños inciden en la desigualdad social, pues sus calvas remiten a la tiña, enfermedad debida a deficiencias alimentarias. En este mismo conjunto, *El pelele* (Figura 4) muestra un ingenuo divertimento popular, si bien las muecas de las doncellas protagonistas recuerdan la autoridad y dominio de la reina M<sup>a</sup> Luisa sobre el rey, convertido prácticamente en “pelele” de la corte.



Figura 4: Francisco de Goya, *El pelele*, 1791-1792, Museo del Prado, Madrid

Esta situación tampoco pasó desapercibida en los retratos ecuestres de los reyes (1800), inspirados en el modelo velazqueño, pero alejados de cualquier idealización (Figura 5).



Figura 5: Francisco de Goya, *Retratos ecuestres de Carlos IV y Mª Luisa de Parma*, 1799-1800, Museo del Prado, Madrid

Carlos IV, con el uniforme de gala de coronel de los Guardias de Corps, engalanado con la banda de la orden de Carlos III, el Toisón de Oro y las cruces de las órdenes de caballería, rompe mediante su actitud y la disposición del caballo con cualquier signo de distinción (Glendinning 1982: 260-261; Mena 2002: 96-101; Portús 2005: 353). Esto se contrapone a la actitud arrogante de Mª Luisa de Parma, también con uniforme militar y montando a la jineta, signos de su autoridad en la corte.

De esta forma Goya tiñe de realismo crítico los retratos reales, lejos del estricto protocolo y de la iconografía de las imágenes de poder, como avala la *Familia de Carlos IV* (Figura 6), calificado de “retrato historiado de asunto metafórico” (López 2010: 263), y que el crítico Théophile Gautier comparó con “el tendero de la esquina y su mujer después de haberles tocado la lotería” (López 2010: 264; Mena 2002: 67-193; Tomlinson 1993: 79-97; Portús 2005: 352).



Figura 6: Francisco de Goya, *La familia de Carlos IV*, 1800, Museo del Prado, Madrid

## 2.2.- La denuncia social explícita en los “Caprichos” y “Desastres de Guerra” de Goya

Sin embargo, donde se evidencia de forma explícita el realismo crítico de Goya es en los *Caprichos* y *Desastres de Guerra*, donde el autor plasma con libertad su pensamiento, consciente de que estas obras podrán difundirse a modo de estampas, por lo que su alcance será mayor y no restringido, como sus creaciones para palacio (Carrete 1994: XII). Los *Caprichos* son considerados un catálogo gráfico, con carácter satírico, de los vicios de la sociedad coetánea al pintor. En los aguafuertes de los *Desastres* Goya centra su denuncia en un acontecimiento concreto, la Guerra de la Independencia, y lo hace con la intención de captar “las fatales consecuencias de la sangrienta guerra de España con Buonaparte” (Wilson y Mena 1993: 303). Goya refiere los horrores de la guerra y sus consecuencias: el hambre, las enfermedades y la muerte (Balsalobre 2002: 20). Bozal, en su estudio sobre los dibujos de Goya, diferencia entre la sátira, dominante en los *Caprichos*, y el carácter grotesco de los *Desastres*, que carecen de propuesta moralizante. Mientras la sátira pretende conducir al espectador a comportamientos adecuados, lo grotesco construye un mundo de fantasía (2008, 408 y 426). Respecto al tratamiento crítico de los *Desastres*, García Melero señala:

El pintor actúa en la serie como testigo, que denuncia reflexivamente los estragos, las atrocidades de la guerra a las que se parecía estar predestinado. Es posible que no tomase partido claro, ni por el patriotismo español ni por el imperialismo napoleónico. Simplemente denuncia mostrando su sinrazón y crueldad. No se trata de idealizar a los hombres, sino de mostrar la fiereza de la bestialidad humana. (1998, 152)

La heroica resistencia del pueblo español se reinterpreta de forma monumental en *La lucha con los mamelucos* y *Los fusilamientos en la montaña de Príncipe Pío* (Figura 7) (Glendinning 1976: 286-289; Portela 1999: 245).



Figura 7: Francisco de Goya, *Los fusilamientos en la montaña de Príncipe Pío*, 1808, Museo del Prado, Madrid

En estas imágenes, que frecuentemente han sido fuente de inspiración para los medios digitales, Goya deja de lado la ironía para reflejar la realidad en su expresión más cruel, acentuando el protagonismo del pueblo anónimo y su sufrimiento. No refiere de forma genérica el enfrentamiento bélico, sino que alude a su intrahistoria, conformándose en símbolo y memoria colectiva de la Guerra de la Independencia, si bien en su origen no siempre se daría dicha percepción, ya que estaban destinados a estancias palaciegas y no, como se pensaba inicialmente, a los arcos triunfales que acogerían la entrada de Fernando VII en Madrid. No obstante, tampoco consta que fueran colocados finalmente en los muros de palacio (Mena et al. 2009: 129-149).

Estas pinturas han servido de inspiración a ciertas expresiones actuales de denuncia propias del *artivismo*, como las protestas contra la privatización de la sanidad pública madrileña, celebradas en Madrid en 2013, donde los manifestantes, a modo de *performance*, escenificaron ante el Museo del Prado los fusilamientos de 1808, convirtiéndolos en *El fusilamiento de la sanidad pública* (Valdivieso 2014: 2) (Figura 8).

Este paralelismo se evidencia en el cartel de la convocatoria, firmado por Mónica Lalanda, quien actualiza los motivos goyescos al transformar a los fusilados en sanitarios y al pelotón de ejecución en políticos y administrativos, introduciendo un hospital como fondo (Valdivieso 2014: 6).



Figura 8: Performance artista *El fusilamiento de la sanidad pública*, publicado en *El País*, 3-X-2013 y Mónica Lalanda, *El fusilamiento de la sanidad pública*, 2013.

A este cartel podríamos sumar el que expresa la protesta contra Eurovegas del 2012. En esta reinterpretación, difundida en prensa escrita y medios digitales, no importa la técnica, sino el impacto visual que provoca y favorece la presentación del mensaje de la protesta, al que se suman las pancartas y los propios gritos de los manifestantes como parte de la manifestación *artista*. La propia denuncia es considerada expresión del *artivismo*, pues, como apunta Arnheim, hoy en día el artista puede transmitir una idea sin necesidad de atender a la propuesta formal a modo de obra de arte (1998, 17). Sin duda la amplia propagación de la imagen en las redes podríamos decir que favorece la “democratización” de esta pintura, en la medida que llega al gran público y no únicamente a quien contemplaba las colecciones reales.

### 2.3. Los “Desastres” de Goya como fuente de inspiración de “El Guernica” de Picasso

Las pinturas de Goya sobre la Guerra de la Independencia pueden considerarse precedente de las intenciones de Picasso en *El Guernica* (Cabañas 2008: 161; Barbé 1981: 35-42). El pintor trabajaba para el pabellón español de la Exposición Internacional de París (1937) el tema del “pintor y la modelo” cuando el impacto del bombardeo de Guernica el 26 de abril de dicho año paralizó su creatividad y le llevó a considerar banal su idea inicial. Picasso reemprendió su actividad contemplando desde

su estudio las manifestaciones propias del día del trabajo, por lo que en el origen de *El Guernica* (Figura 9) está presente la protesta, que se plasmará también en la creación de un gran alegato atemporal contra la guerra, consciente de que el arte no puede quedar al margen de los acontecimientos sociales.



Figura 9: Pablo Ruiz Picasso, *El Guernica*, 1937, Centro Nacional de Arte Reina Sofía, Madrid

En este sentido, no es una pintura narrativa, no relata un episodio concreto, sino que denuncia, conmueve y provoca, intenciones propias de las expresiones *artistas*. Picasso y los *artistas* afirman en última instancia el compromiso del creador con la sociedad (Ovejero 2014: 25). Para estos últimos, al fundir lo artístico y lo político, prima la proyección social por encima de la belleza, innecesaria en muchos casos para reivindicaciones que rompen intencionadamente con el orden establecido (Gombrich 2013; Ortega 2015: 100-111).

Picasso tomó como referencias los *Desastres* o el *Dos y Tres de mayo* de Goya, en lo que se refiere al sufrimiento del pueblo, a la vez que recopilaba recortes de prensa relativos al bombardeo, entre los que le conmovió especialmente la imagen de Guernica en llamas, publicada por el periódico “Ce soir” (Calvo 2006: 19). Estas fuentes cimentaron su propio lenguaje pictórico, que despertó no pocas críticas entre quienes preferían una crónica pictórica más precisa del bombardeo de Guernica. Sin embargo, Picasso contribuyó a transformar Guernica “en un lugar de la memoria iconográfica” (Mees 2007: 545), desde su propia pasión y su ojo siempre crítico (Ramírez 1994: 16 y 24). Además, desde el pabellón parisino, la denuncia picassiana adquiría carácter universal y se revestía de tintes políticos (Momitio 1999).

El papel de Picasso como precedente del *artivismo*, y la incidencia de *El Guernica* como instrumento de denuncia, se puede concretar en grupos del arte contemporáneo español, como el Equipo Crónica y su obra *El intruso* (1969) (Figura 10), donde no se renuncia a las citas de la tradición para construir una crónica gráfica de la actualidad como medio de lucha social (Patuel 2001: 368-369).



Figura 10: Equipo Crónica, *El intruso*, 1969

Su conciencia de compromiso social los lleva a considerar la obra como instrumento para transformar la realidad a partir de la crítica (Marchán 1994: 73). Así lo manifiesta el Equipo Crónica de Valencia: “arte crítico sería aquel que contribuye, desde su propia especificidad y en la perspectiva de la lucha ideológica, a la toma de conciencia de la realidad con el fin de transformarla” (Equipo Crónica 1977: 85). Y este fin no requiere necesariamente de recursos y técnicas tradicionales, pues esto podría distraer la atención del espectador respecto al mensaje (Patuel 2001: 366). Sin embargo, a diferencia de Goya o Picasso, las denuncias reflejadas en el arte actual no afirman individualmente al artista, sino que son propuestas colectivas que cuentan con las nuevas tecnologías para su mayor difusión (Bonilla 2012: 5; Baigorri 2003), como se observa en el alegato contra los atentados de Barcelona o en el cartel de convocatoria del 26 de abril de 2017 para protestar por la situación de Alepo, ambas difundidas en redes (Figura 11).





Figura 11: *Los bombardeos de Barcelona*, publicado en *El País*, 20-VIII-2017 y *Ni en Guernica ni en Alepo*, 26-IV-2017, Centro Nacional de Arte Reina Sofía, Madrid

Los ecos de la denuncia de *El Guernica* en la actualidad se advierten también en viñetas periodísticas, como la publicada por Máximo en el diario “El País” (22 de marzo de 2001), en relación con las víctimas de ETA (Ramírez 2001: 195). Podríamos decir que aquí se produce el fenómeno inverso, pues mientras Picasso se inspiró en los periódicos que referían el bombardeo, ahora es el malagueño quien inspira a los ilustradores gráficos, trascendiendo el tiempo y el espacio. La potencia comunicativa de las pinturas de Goya y de Picasso explica que todavía hoy su presencia sea reiterada en los medios digitales para transmitir la protesta social en distintos ámbitos.

### 3. Comunicación experiencial y digital, crítica y arte: formas de expresión de la denuncia social en el *artivismo*

A partir de los antecedentes del *artivismo* sugeridos en las líneas anteriores en el entorno de la Historia del Arte, en el que los autores Goya y Picasso rompen sistemáticamente con las convenciones establecidas, en este epígrafe se van a analizar aspectos comunicativos esenciales de la obra de arte y de su proceso creativo orientado a la denuncia social, en especial en el contexto digital. En un primer momento interesa a las autoras considerar esta actividad artística como expresión comunicativa privilegiada. Estos mensajes se incorporan a medios de expresión peculiares y se les dota de un “halo de excelencia” que los distingue del ámbito mediático. El *artivismo* de hoy en día recoge la doble dimensión del mensaje interactivo, en la calle, y digital, en las redes sociales. Éstas últimas dinamizan las primeras y amplifican el fenómeno expresivo.

En un segundo plano se aporta un punto de vista comunicativo funcional, al considerar el arte como un vehículo de expresión de la crítica social. Estas obras podrían ser consideradas las huellas de los que importan -desde los reyes hasta los colectivos inconformistas-, pero sin el significado habitual de reproducción de lo establecido. También aquí la función del arte pasa a ser disruptiva y contiene un mensaje de denuncia cuyo objetivo es romper con lo establecido. Tanto Goya como Picasso tenían intención explícita de comunicar la realidad en su expresión más cruel con objetivos de crítica social y política. Además, en nuestro siglo XXI el proceso artístico se está desviando del experto al profano, con la irrupción de Internet y las

nuevas tecnologías de la comunicación, lo que crea un escenario público y universal a disposición de cada uno.

Por último, se proporcionará una visión global de este peculiar proceso comunicativo cuyo objetivo es la protesta, y las herramientas son las diferentes formas de expresión artística que nuestra sociedad de hoy ofrece en el entorno *on line* y *off line*. Se valorará también la eficacia de estos mensajes a la hora de transmitir contenidos de denuncia con estos códigos tan apreciados. El *artivismo* plantea en la actualidad nuevos soportes para conseguir viejos objetivos de la sociología del conflicto.

### **3.1. Medios de comunicación exponenciales con “halo de excelencia”: el arte como expresión “privilegiada” de su tiempo**

La obra de arte tiene, para los comunicadores, valor de mensaje. Su proceso creativo coincide con el de la creación de cualquier texto: búsqueda del referente, identificación de los códigos, escritura y formalización en un medio de transmisión - lienzo, piedra, materiales varios y hoy en día códigos digitales-, y todo ello bajo una finalidad implícita o explícita para cada emisor respecto de sus públicos. Las autoras de este trabajo consideran la actividad artística como una expresión comunicativa más. La diferencia de este tipo de expresiones “más cotizadas” frente a los mensajes mediáticos cotidianos es que los primeros se incorporan a medios de expresión peculiares, lo que los dota de un “halo de excelencia” frente a los segundos.

Para entender este proceso, se propone bucear en la semiótica y claramente destaca Saussure, cuyo “Curso de Lingüística General”, editado en 1916, sugiere dos consideraciones de interés para este trabajo: el valor de cada palabra proviene de su relación con otras de su entorno, y la doble dimensión del signo -el significante o forma percibida por los sentidos y el significado, como aquello a lo que se refiere o designa (Ocampo & Perán 2002: 219-220). Para la lingüística, la semiótica es un sistema de signos que expresan ideas. Desde el arte se suscita la duda de si cualquier signo es siempre expresión de una idea. Para Pierce, semiólogo que realiza aportaciones a finales del siglo XIX y principios del XX, los elementos clave del signo son tres: el fundamento o aspecto del objeto sustituido, el objeto o aquello a lo que el signo sustituye y el interpretante, quien relaciona el signo con el objeto. Con Saussure y Pierce se vertebra la teoría moderna de los signos que puede incorporar conceptos de interés para el conflictivo binomio entre arte y lenguaje (Ocampo & Perán 2002: 221).

Si se pone el foco en expresiones textuales artísticas, como la poesía, Bachelard cita a Pierre-Jean Jouve (1994, 22-23) en la consideración de esta como un proceso que sólo puede corresponder con pensamientos atentos, “enamorados de algo desconocido y esencialmente atentos al devenir”. El *artivismo* está en constante búsqueda de conexiones entre ese devenir, su crítica de lo establecido y la elección de soportes y formatos eficaces de comunicación.

Cuando se desea dar un paso más relacionando arte y lenguaje, Ocampo y Perán no consideran equivalentes estos términos, por no poder traducir la obra al lenguaje verbal y por considerarla un signo en sí misma y no un vehículo de signos. Estos autores consideran que dicha obra es un significante abierto a múltiples lecturas. En este sentido cabe mencionar a Charles Morris como el creador del primer proyecto de semiótica del arte. Distingue tres niveles: sintáctico -construcción de relaciones entre signos icónicos-, semántico -expresión del valor- y pragmático - la relación que se produce entre el signo icónico y el espectador-. En 1968 Umberto Eco publica “La estructura ausente” y en 1975 su “Tratado de Semiótica General”. En este artículo las autoras se muestran de acuerdo con Eco ya que consideran que también el signo icónico comunica mediante un

código o convenciones gráficas la transcripción de algunas condiciones de la experiencia. La mayor aportación de este autor es la idea del código icónico: sistema que depende de una codificación precedente de la experiencia perceptiva y que hace corresponder a un sistema de vehículos gráficos, unidades perceptivas y culturales codificadas (Ocampo & Perán 2002: 224-229). El código icónico puede seguir unas reglas -invención moderada- o, por el contrario, aportar otras reglas en una invención que denomina radical. El *artivismo* se encontraría en este segundo caso, ya que parte de una codificación precedente de la experiencia a denunciar y utiliza unas unidades perceptivas codificadas para que el mensaje de denuncia se comprenda y se siga: estas expresiones pasan a tener “personalidad de bandera” para sus seguidores. Los medios digitales van a permitir una difusión exponencial de estas “banderas de la crítica social”, a través de sus redes de contactos personalizados pero extensos.

### 3.2. “Huellas de reyes” con valor disruptivo: arte, denuncia social y redes

El mensaje artístico tiene indudablemente una finalidad en un acontecimiento dado, que se produce en un tiempo y en un espacio determinados. Como afirma Tusell, “insertar el arte en su tiempo es una tarea que apasionará al historiador pero que no resulta en absoluto sencilla” (1999, 179). En el caso del *artivismo* este objetivo es la denuncia social. Si cada obra de arte es testigo del tiempo en el que es producida, estas creaciones podrían ser entendidas como las huellas de aquellos que desean protagonizar el mensaje, y que desean influir en el devenir. Esos emisores son los protagonistas del arte y en la historia han fluctuado desde el ámbito institucional -reyes, gobernantes...- hasta los colectivos inconformistas. El significado del mensaje y su significante “rezuman” negación y disrupción para romper lo establecido. Smith, profesora de Cultura Española en la Universidad de Cambridge, establece en su obra “Contemporary Spanish Culture” que, en los primeros años del siglo XXI, nuestro país había puesto en marcha seis estrategias de distinción (“six strategies of distinction: quality, classic, pure, conceptual, independent and art”) (2003, 4). En este trabajo interesan los tres últimos marcos, ya que la sociedad española es muy considerada con el arte y su valor histórico y testimonial.

Además, Smith analiza en su obra la presencia de estas tendencias en los medios de comunicación. Se podría concluir que la sociedad interactiva que nos envuelve hoy en día, 18 años más tarde, sigue evaluando las expresiones artísticas, incluso las disruptivas, con alto valor añadido. De hecho, los mensajes digitales que se difunden hoy en día con estos contenidos, cuando provienen de fuentes artísticas son considerados susceptibles de ser difundidos con más autoridad e interés que en otros casos cotidianos.

Y con respecto a cómo percibe el entorno artístico estas manifestaciones *artivistas* cabría mencionar las palabras de Ángel Escárzaga en su ensayo “Claves secretas de las vanguardias artísticas. Marchantes y farsantes de la pintura contemporánea”:

Solamente después de haberla perseguido, de haberla contemplado en silencio estudiando su carácter cambiante, sus fingimientos, atendiendo a sus apasionados llamados y a sus incomprensibles desdenes, llega ese día en el que, caprichosamente, la verdad del arte, el secreto de su belleza, se nos entrega indefensa y para siempre. (1997, 155)

La declaración que realiza uno de los más prestigiosos escultores españoles, Martín Chirino, en el Diario *ABC* el pasado 15 de febrero de 2018 es también

reveladora: “No son buenos momentos para la creación. Los populismos se imponen sobre la excelencia” (*ABC*, 15-2-2018: 48 y 49). Teniendo a la comunidad artística tradicional a favor o en contra, lo que sí parece producirse es que las escenificaciones actuales que aluden a obras artísticas tratan de comunicar en un solo mensaje la fuerza y energía del arte en ese contexto concreto de nuestra sociedad.

Se recoge a continuación un ejemplo reciente sumamente significativo en cuanto al reconocimiento oficial de la significación de una expresión artística de denuncia social: la imagen de Casa Real volcada en los medios el 7 de julio de 2018 (*eldiario.es*, 7-7- 2018) del rey Felipe VI con Obama frente al “Guernica” en una visita al Museo Reina Sofía (Figura 12).



Figura 12: El Rey acompaña a Obama en una visita privada al Museo Reina Sofía en Madrid. 7-julio de 2018.

En este caso, el nivel de representación de los observadores contrasta con el mensaje de denuncia de esta obra comentada en apartados anteriores. La significación del evento directo e interactivo entre los dos mandatarios se resuelve en la dedicatoria del monarca al político americano en un libro que le entrega sobre *El Guernica*: “... a timeless icon of the most universal Art” -un inestimable icono del arte más universal-. Esa dedicatoria, junto a la imagen que se muestra abajo, ha recorrido las redes españolas y americanas como un símbolo de ruptura con cualquier elemento histórico que pueda ensombrecer la imagen de una España moderna. La irrupción de Internet y de las nuevas tecnologías de la comunicación en estos eventos “regios”, crea un escenario público y universal a disposición de cada usuario.

### 3.3 *Artivismo: la protesta con “brocha y altavoz” comunica más*

Recapitulando, habrá que detallar este peculiar proceso comunicativo cuyo objetivo es la denuncia y las herramientas son las diferentes formas o medios de expresión artística –incluyendo los medios digitales– que nuestra sociedad ofrece (Mazo 1994). Se otorgará especial valor a la eficacia de estos mensajes a la hora de transmitir contenidos de denuncia con estos códigos tan apreciados. El arte tiene ingredientes para transformar su mensaje en un “Hi-Tech” de la eficacia comunicativa, ya que la protesta

con tintes artísticos -con “brocha”- y difundida a través de internet -con “altavoz”- cumple mejor sus fines.

Un ejemplo concreto de soporte *artivista* tradicional “con brocha” es el cartel, considerado en sus inicios como un arte secundario, pero elevado a la consideración de arte fundamentalmente por Jules Chéret. Su amplia producción, más de mil unidades, no sólo fueron mensajes publicitarios, sino que fueron valorados como magníficas obras de arte (Barnicoat 2007: 2-6). En ellos se muestran, desde el principio, los detalles cotidianos de gente sencilla e ilustre, así como su vida interior, a veces ridiculizada. Muchos expresan críticas mordaces de la sociedad del momento, como algunos de los carteles más conocidos de Henri Toulouse-Lautrec (Reine de Joie 1892). Con el siglo XX llegó el *Art Nouveau* a este tipo de medio de comunicación, rompiendo con la tradición académica. El cartel se convierte así en una expresión simbólica, recogiendo las tendencias del momento de una forma expresa. En sus orígenes está vinculado al mundo del espectáculo, bien sea teatro, conciertos o lugares de encuentro. El simbolismo al que hacemos referencia va exponiendo tanto la crítica social de esas actuaciones como las modas gráficas y estéticas de cada temporada. Desde 1870 hasta 1919 el cartel seguía las pautas de la comunicación comercial, pero desde 1919 se puede hablar del cartel político propiamente dicho (Barnicoat 2007: 222). Durante las Guerras del siglo XX es utilizado como medio principal de propaganda. En general dominaban los escenarios bélicos aquellos emitidos por el poder imperante. En Estados Unidos buscaban reclutar muchachos, en la Alemania nazi perpetuar el poder. En los años 60, Loren Rehbock y Peter Max comunican la esencia del movimiento hippy. Las principales consignas de este movimiento social -ver “Peace”, de Loren Rehbock, 1967 y “Love”, de Peter Max, 1967- : Paz y Amor, son protagonistas de este medio que pretende crear un marco, un entorno reivindicativo. Con el resurgir del cine el cartel consigue continuar su vínculo con el espectáculo. Con los años se va desarrollando la Publicidad Exterior en muy diferentes tipos de soportes -desde la valla tradicional hasta los mupis o soportes urbanos audiovisuales-. Este formato es utilizado como medio complementario de las diferentes marcas y organizaciones en campañas publicitarias multimedia, que combinan medios tradicionales como la televisión o la radio, con los actuales soportes digitales. Si se tiene en cuenta la composición de los contenidos textuales, visuales y audiovisuales digitales, podría afirmarse que cada mensaje digital tiene condensado la esencia del cartel en su formato.

El cartel que se acerca más al *artivismo* quedaría definido en el ámbito de la propaganda, desde la protesta política a la social, emitida por organizaciones alternativas a lo establecido -ver cartel antiguerra del SDP, 1914, de Michael Biro-. La evolución de este medio es sólo un botón de muestra de cómo las manifestaciones artísticas puestas al servicio de la denuncia social y política son más eficaces en el cumplimiento de sus objetivos que los mensajes que se producen sin esta carga creativa.

## Conclusiones

Entre los siglos XVIII y XX advertimos precedentes respecto a las denuncias sociales y políticas que constituyen la esencia de las propuestas *artivistas*, si bien las plataformas de difusión obedecen a los medios artísticos y de comunicación de las distintas épocas, pasando en el transcurrir de los siglos de las pinceladas individuales al contexto digital. En este análisis se muestra cómo Goya presentó las desigualdades sociales, primero como trasfondo de temas aparentemente banales y después en los retratos, alcanzando su expresión más directa en sus representaciones de la Guerra de la

Independencia, a menudo reinterpretadas en redes sociales para incidir en mensajes de anacrónica denuncia social. Con *El Guernica* de Picasso se da un paso más, convirtiéndose en alegato universal contra los enfrentamientos bélicos y, en este sentido, en claro precedente de las expresiones del *artivismo*. Aunque la contemplación de las obras de Goya y Picasso en los museos impide valorar en su justa medida su función original de denuncia, ambos pintores resignificaron los espacios, precediendo en este aspecto a las expresiones asociadas al *artivismo*.

Se ha iniciado este trabajo a partir de las pinceladas individuales de Goya y Picasso, con idea de dibujar la “pintada colectiva” del *artivismo* con las brochas del arte y la comunicación. Este fenómeno queda delimitado como una actividad vinculada al arte cuyas expresiones son susceptibles de ser analizadas desde el punto de vista comunicativo y en un entorno digital. Los mensajes en este caso se incorporan a medios de expresión peculiares –como los digitales y las manifestaciones artísticas diversas más innovadoras- y se les dota de un “halo de excelencia” que los distingue de los demás mensajes mediáticos. Estos medios de comunicación tienen dicho halo ya que el arte siempre ha sido expresión privilegiada de su tiempo. La diferencia de este tipo de manifestaciones con los mensajes mediáticos cotidianos es que estos últimos no tienen el reconocimiento social de los primeros. Además, las expresiones del *artivismo* pueden ser consideradas las huellas de los que importan: desde los reyes hasta los colectivos inconformistas. En este sentido se ha mostrado un ejemplo actual de cómo se ha conocido a través de los medios digitales que el rey de España muestra con orgullo *El Guernica* al político norteamericano Obama. Tanto unos como otros desean influir en el devenir y protagonizan el proceso comunicativo. La función de este tipo de actividad pasa a ser disruptiva y contiene un mensaje de denuncia con el objetivo de romper con lo establecido, aunque a veces es reconocido por los círculos oficiales. Esta práctica plantea en la actualidad nuevos soportes de comunicación para conseguir viejos objetivos de la sociología del conflicto. Asimismo, a través de este tipo de manifestaciones, se puede afirmar que en nuestro siglo XXI el proceso artístico derivado del *artivismo* se ha trasladado del experto al profano. A pesar de ello la sociedad interactiva de hoy en día, cercanos a 2020, sigue evaluando las expresiones artísticas, incluso las disruptivas, con alto valor añadido.

En este artículo las autoras se muestran de acuerdo con Umberto Eco al defender que también el signo icónico comunica mediante un código o convenciones gráficas la transcripción de algunas condiciones de la experiencia. En términos de Eco, el *artivismo* parte de una codificación procedente de la experiencia de denuncia y utiliza unas unidades perceptivas establecidas de antemano para que el mensaje de denuncia se comprenda. Estas expresiones pasan a tener “personalidad de bandera” para sus seguidores. Estando la comunidad artística tradicional a favor o en contra del *artivismo*, lo que sí parece producirse es un proceso algo contradictorio por el que las escenificaciones actuales consideradas como artísticas por muchos tratan de comunicar en un solo mensaje la fuerza y la energía del arte en cada contexto concreto de nuestra sociedad.

El ingrediente arte en el *artivismo* tiene indicadores para transformar su mensaje en un “Hi-Tech” de la eficacia comunicativa, ya que la protesta con tintes artísticos -con “brocha”- cumple mejor sus fines. En este sentido la evolución del cartel es sólo un botón de muestra de cómo las manifestaciones artísticas puestas al servicio de la denuncia social y política son más eficaces en el cumplimiento de sus objetivos que los mensajes que se producen sin esta carga creativa. Cada *twitt*, cada mensaje de Facebook o de Instagram, podría ser considerado el nuevo cartel en “píldora” de nuestra era. Ese mensaje de denuncia social, al ser difundido exponencialmente en un entorno digital,

junto a su alto valor experiencial, alcanza unos resultados muy elevados en términos de eficacia comunicativa.

### Referencias bibliográficas:

- Agueda, Mercedes. “Novedades en torno a una serie de cartones de Goya”. *Boletín del Museo del Prado*, 5, nº 13 (1984): 41-46.
- Arnheim, Rudolf. *Nuevos ensayos sobre la psicología del arte*. Madrid: Alianza Editorial, 1989.
- Bachelard, Gastón. *La poética del espacio*. Madrid: Fondo de Cultura Económica, 1994.
- Baigorri, Laura. “Recapitulando: modelos de artivismo (1994-2003)”. *Artnodes*, 2003: 27-37.
- Balsalobre García, Juana María. “Una mirada a Goya: Los Desastres de la guerra”. *Espacio, Tiempo y Forma*, vol. 15 (2002): 13-23.
- Barbé, Genevieve. “Goya y Picasso: La inspiración goyesca en *Sueño y mentira de Franco* y en *Guernica*”. *Conversaciones sobre Goya y el arte contemporáneo*. Zaragoza: Institución Fernando el Católico, 1981. 35-42.
- Barnicoat, John. *Los carteles, su historia y su lenguaje*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2007.
- Bonilla Elizondo, Pablo. “La enseñanza del arte en el contexto social actual”. *Innovaciones educativas*, XIV, nº 19 (2012): 1-9.
- Bozal, Valeriano. “Dibujos grotescos de Goya”. *Anales de la Historia del Arte*, 2008: 407-426.
- Cabañas Bravo, Miguel. “Renau y el pabellón español de 1937 en París, con Picasso y sin Dalí”. *Josep Ranau (1907-1982): Compromiso y Cultura*. Eds. Jaime Brihuega y Norberto Piqueras. Valencia: Universidad de Valencia, 2008. 140-169.
- Calvo Poyato, Carmen. *Picasso, arte y compromiso ante la historia*. Málaga: Universidad de Málaga, 2006.
- Carrete, Juan. *Goya. Los Caprichos. Dibujos y aguafuertes*. Madrid: Real Academia de Bellas Artes de San Fernando- Calcografía Nacional, 1994.
- Delgado, Manuel. “Artivismo y pospolítica. Sobre la estetización de las luchas sociales en contextos urbanos”. *Quaderns-e. institut Català d’Antropologia*, 2, nº 18 (2013): 68-80.
- Equipo Crónica. “Práctica artística y militancia política”. *Guadalimar*, nº 22 (1977): 84-87.
- Escárzaga, Ángel. *Claves secretas de las vanguardias artísticas: Marchantes y farsantes de la pintura contemporánea*. Madrid: Nuer Ediciones, 1997.
- García Melero, José Enrique. *Arte español de la Ilustración y del siglo XIX. En torno a la imagen del pasado*. Madrid: Encuentro, 1998.
- Glendinning, Nigel. “Imaginación de Goya: nuevas fuentes para algunos de sus dibujos y pinturas”. *Archivo Español de Arte*, nº 195 (1996): 286-289.
- Glendinning, Nigel. *Goya y sus críticos*. Madrid: Taurus, 1982.
- Gombrich, Ernst Hans. *Los usos de las imágenes. Estudios sobre la función social del arte y la comunicación visual*. Barcelona: Debate, 2003.

- González García, Ángel, Francisco Calvo Serraller y Simón Marchán Fiz. *Escritos de arte de vanguardia 1900/1945*. Madrid: Akal, 1999.
- López Vázquez, José Manuel. (2010). “La Familia de Carlos IV de Goya: Una interpretación desde la emblemática”. *BSAA Arte*, 76 (2010): 263-286.
- Marchán Fiz, Simón. *Del arte objetual al arte concepto*. Madrid: Akal, 1994.
- Mazo del Castillo, Juan Manuel. *Estructuras de la Comunicación por Objetivos*. Barcelona: Ariel Comunicación, 1994.
- McCaughey, Martha y Michael D. Ayers. *Cyberactivism: Online Activism in Theory and Practice*. New York & London: Routledge, 2003.
- Mees, Ludger. “Guernica/Gernika como símbolo”. *Historia Contemporánea*, 35 (2007): 529-557.
- Mena Marqués, Manuela. *Goya. La familia de Carlos IV*. Madrid, España: Museo del Prado, 2002.
- Mena Marqués, Manuela. *et al.* “Goya: el Dos y el Tres de mayo de 1808 en Madrid. Estudio y restauración”. *Boletín del Museo del Prado*, t. XXVII, 45 (2009): 129-149.
- Momito, Iratxe. “La repercusión internacional del bombardeo de Guernica”. *Sancho el Sabio*, 11 (1999): 217-249.
- Mora Fernández, Jorge. *La interfaz hipermedia: el paradigma de la comunicación interactiva: modelos para implementar la inmersión juvenil en multimedia interactivos culturales*. Madrid: Ediciones y publicaciones Autor, 2009.
- Nicola, Ricardo. “Cybertart and multimedia: how to understand the production in the new digital audiovisual environments?”. *Retos y oportunidades de la comunicación multimedia en la era del 2.0*. Ed. Javier Sierra Sánchez. Madrid: Editorial Fragua, 2011. 267-276.
- Ocampo, Estela y Martí Perán. *Teorías del Arte*. Barcelona: Icaria Editorial, 2002.
- Ortega Centella, Visitación. “Del artivismo como acción estratégica de nuevas narrativas artístico-políticas”. *Revista Calle 14*, vol. 10, 15 (2015): 100-111.
- Ovejero Lucas, Félix. *El compromiso del creador. Ética de la estética*. Barcelona: Galaxia Gutenberg, 2014.
- Patuel, Pascual. “Arte y compromiso social en la España del siglo XX”. *El arte español del siglo XX. Su perspectiva al final del milenio*. Ed. Miguel Cabañas Bravo. Madrid: CSIC, 2001. 361-373.
- Portela Sandoval, Francisco José. “Una posible fuente inspiradora de Los fusilamientos de Goya”. *Anales de Historia del Arte*, 9 (1999): 245-253.
- Portús Pérez, Javier. *El retrato español. Del Greco a Picasso*. Madrid: Museo Nacional del Prado, 2005.
- Ramírez, Juan Antonio. *Ecosistema y explosión de las artes*. Barcelona: Anagrama, 1994.
- Ramírez, Juan Antonio. “Acerca de unas lágrimas (Otra historia con Guernica)”. *Anuario del Departamento de Historia y Teoría del Arte*, vol. 13 (2001): 195-209.
- Sierra, Javier (Coord.). *Retos y oportunidades de la comunicación multimedia en la era 2.0*. Madrid: Editorial Fragua, 2011.
- Smith, Paul Julian. *Contemporary Spanish Culture: Tv, Fashion, Art and Film*. Cambridge: Polity Press, 2003.

- Tomlinson, Janis A. *Goya en el crepúsculo del Siglo de las Luces*. Madrid: Cátedra, 1993.
- Tusell, Javier. *Arte, historia y política en España*. Madrid: Editorial Biblioteca Nueva, 1999.
- Valdivieso, Mercedes. “La apropiación simbólica del espacio público a través del artivismo. Las movilizaciones en defensa de la sanidad pública en Madrid”. *Scripta Nova*, vol. 17, nº 493 (2014): pp. 1-27.
- Wilson-Bareau, Juliet y Manuela Mena Marqués. *Goya. El Capricho y la invención. Cuadros de gabinete, bocetos y miniaturas*. Madrid: Museo del Prado, 1993.

Medios electrónicos:

Europa Press. El Rey acompaña a Obama en una visita privada al Museo Reina Sofía en Madrid. *El diario.es*. Madrid, 7 de julio de 2018. <http://eldia.es/nacional/2018-07-07/6-Rey-acompana-Obama-visita-privada-Museo-Reina-Sofia-Madrid.htm> [consultado el 3 de septiembre de 2018]

[http://sevilla.abc.es/sevilla/sevi-inaugurada-exposicion-gogh-alive-pabellon-navegacion-sevilla-201802011343\\_noticia.html](http://sevilla.abc.es/sevilla/sevi-inaugurada-exposicion-gogh-alive-pabellon-navegacion-sevilla-201802011343_noticia.html), [consultada el 2 de febrero de 2018].