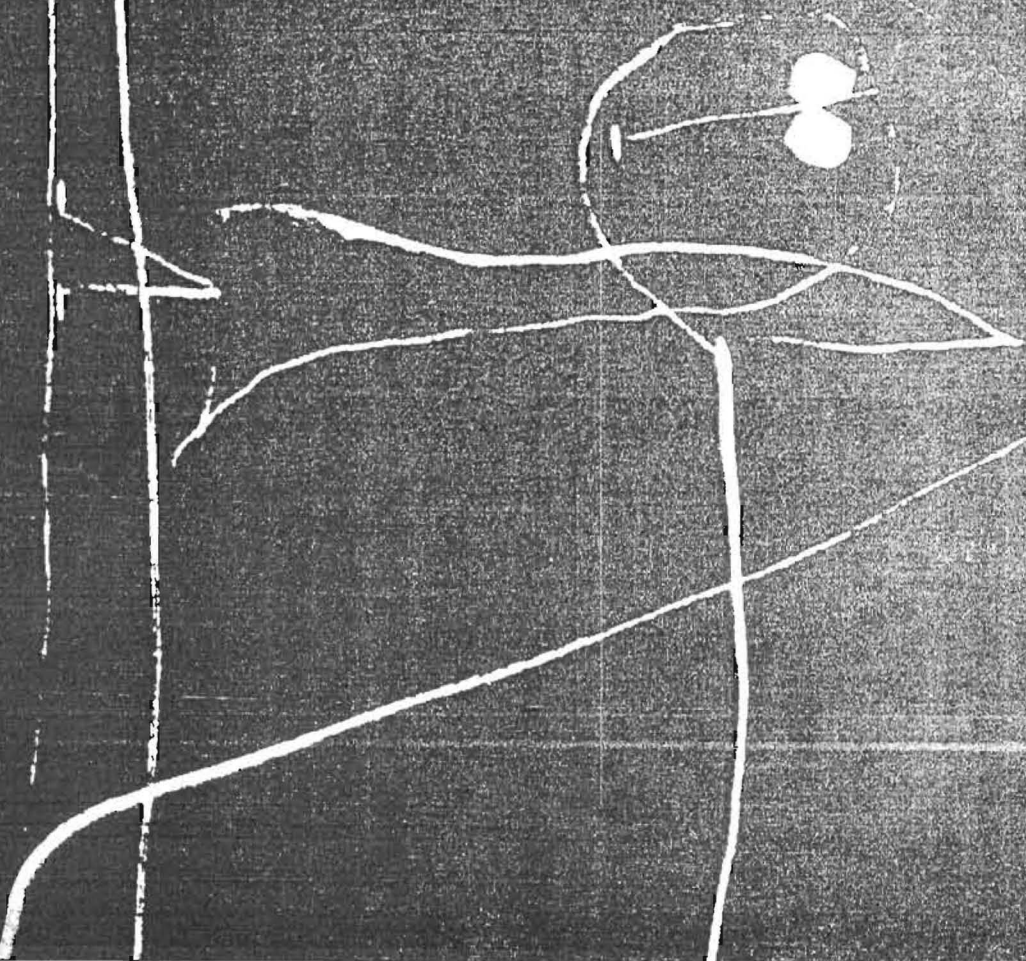


Valeriano Bozal

Necesidad de la ironía



INTERVENCIONES

Necesidad de la ironía:
buscando la distancia

El éxtasis de la cotización

20. El *kitsch* es la medida del gusto en la economía de consumo, el sublime la forma de la alienación en el totalitarismo. Se ha producido una inversión completa del proyecto que iluminó en sus orígenes a la modernidad, y este proceso se ha llevado a cabo en la evolución de los mismos presupuestos que fundaron la modernidad. El agrado de lo pintoresco e interesante sancionaba el libre disfrutar de todos y cada uno de los seres humanos, realizados así como sujetos no sometidos a normas coactivas, por tanto, libres. El consumo del *kitsch* proclama la igualdad uniforme de todos, que atienden a las exigencias del mercado; el disfrute, transformado en consumo también es uniforme. La alienación en el totalitarismo de lo natural necesario –que se remacha con la procla-

mación del «fin de la historia» (la forma liberal-burguesa de totalitarismo)— anula de una vez por todas la libertad que en la conquista utópica se suponía. Nunca como ahora es tan relevante la pregunta de Carroll en *Alicia*, ¿quién tiene el poder, quién manda? Han desaparecido libertad y utopía, sustituidas por aceptación y presente. En este ámbito, una palabra adquiere predicamento: resistencia..., resistencia política, resistencia *de la* teoría...

¿Es esto todo lo que hay, lo que nos queda del proyecto moderno? Pudiera haber algo más, y seguramente lo hay, en especial si sabemos/podemos verlo con la distancia conveniente. Al menos eso es lo que parece cuando echamos una ojeada en nuestro entorno y vemos los museos, las galerías de arte, los acontecimientos artístico-culturales, bienales, trienales, etc. ¿Hasta qué punto resisten, en qué manera afecta aquella inversión a eso que la historia de la cultura llama «gran arte», el arte que se refugia en los museos y en los circuitos especializados de exhibición? La pregunta no debe ser menospreciada, pues no cabe duda de que junto al *kitsch* encontramos un arte que mantiene en sus obras los proyectos de libertad y transformación, de independencia ideológica y experiencia estética libre, notas que forman parte consustancial del arte contemporáneo. Es decir, todavía hay amplios territorios que, al parecer, no han sido dominados por el *kitsch* y el consumo, aunque ambos los acechen. ¿Cuál es la incidencia de

la inversión del proyecto moderno sobre estos territorios?

El que, por convención, llamaré gran arte, que *todavía* exige contemplación más que consumo, se encuentra en una situación nueva en la historia del arte: ha cortado sus lazos culturales y estéticos a la vez que ha consolidado los económicos. Este es un fenómeno ligeramente distinto al de la pre-vanguardia —naturalismo, impresionismo y post-impresionismo— y la vanguardia clásica. Los pre-vanguardistas decimonónicos, los «rechazados», lo eran en un doble sentido: estético y económico. Los salones de los rechazados y las primeras exposiciones impresionistas pretendían, antes que ninguna otra cosa, que sus obras se vieran y se pudieran adquirir. El componente sindical —o, si se quiere, gremial, no importa ahora la diferencia— fue un factor de gran importancia en el desarrollo y evolución del impresionismo y en su configuración como «grupo» y «orientación». Las obras de los impresionistas eran motivo de risa y burla, y además no se vendían.

En este punto, la situación no cambió de modo especial en el mundo de la bohemia de finales y principios de siglo. De hecho, bohemios fueron los principales artistas de ese momento, con raras excepciones. Lo fueron Picasso y Braque, Derain, Kirchner, Marc, lo fue incluso, al menos en sus primeros años, Matisse. Algunas tendencias del vanguardismo y algunos vanguardistas hicieron de la bohemia su bandera, otras se limitaron a sopor-

tarla y fueron muchos los artistas que intentaron escapar a ella (y lo lograron). Los bohemios eran concebidos muchas veces como rebeldes y marginados, tenían pocos compradores, aunque entusiastas, y subsistían con dificultad, pero no pertenecían a la clase obrera. El artista bohemio se perfilaba como el negativo del burgués: en esa imagen se resumía su fuerza, también su debilidad.

La vanguardia conservó algunos rasgos de la bohemia, pero en general procuró desprenderse de la mayoría. Eliminó en la medida de lo posible todos aquellos aspectos que acentuaban su carácter marginal y desclasado (no de una clase concreta, sino de la sociedad de clases en su conjunto), dejó de valorar los modos de vida no convencionales que habían tipificado a los bohemios y procuró que sus obras fueran consideradas diferentes y rupturistas, pero tan serias como las de los museos. Si, como parece, Picasso conservó *Les demoiselles d'Avignon* con la esperanza de que fuera comprado por un museo, el del Louvre, esta actitud es buen ejemplo de la pretensión vanguardista.

21. La vanguardia promocionó con tanto éxito su creatividad que arrojó sospechas de academicismo sobre todo aquel que se distanciaba de las pautas por ella marcadas, llegando a identificar vanguardia y arte contemporáneo —una situación que la historia ha corregido—, y situó sus obras en el debate estético, ideológico y político de nuestro siglo.

Se perfiló como avanzada cultural y estética, y los rasgos de bohemia que mantuvo se limitaron a engrosar una mitología que parecía adecuada para el consumo de masas. El éxito de esta estrategia se volvió en contra de ella: las masas apreciaron los rasgos bohemios más que las obras vanguardistas, convirtieron en ídolo al artista maldito por excelencia, Van Gogh, objeto de culto para los que, enfervorizados, visitan su museo en Amsterdam —un fenómeno social más que artístico— o las exposiciones temporales de sus obras, o para los que se *extasían* ante sus cotizaciones.

Las razones por las cuales las masas rechazaron, y rechazan en gran medida, en la Europa del Este y la del Oeste, en los EE. UU., las obras de la vanguardia son numerosas y complejas, pero alguna debe ser mencionada aquí porque afecta al argumento de esta reflexión.

Que se produjera un rechazo inicial de la pintura impresionista y postimpresionista no es de extrañar si se piensa que en el siglo XIX todo el aparato institucional que sancionaba el arte era predominantemente académico. El público no hizo más que seguir las pautas marcadas por las instituciones, aunque con el paso del tiempo, ya en nuestro siglo, reaccionó contra él y apoyó el arte que hasta entonces había rechazado, y lo hizo, lo hace, con un entusiasmo que es difícilmente superable: impresionismo y postimpresionismo se han convertido en las orientaciones artísticas más apreciadas por las masas, llegando a sustituir en

sus preferencias a la pintura renacentista. De hecho, las obras de finales de siglo han pasado a constituir uno de los arsenales preferidos del *kitsch*.

Que el público masivo reaccionara negativamente ante el cubismo y los primeros experimentos vanguardistas tampoco tiene nada de particular, puesto que estos experimentos suponían una fractura traumática para el ojo no experimentado con lo que hasta entonces se había venido haciendo (incluido el impresionismo y el postimpresionismo). Ahora bien, a diferencia de lo sucedido con el arte fin de siglo, este rechazo no ha llegado a superarse nunca y sigue siendo tanto más notable cuanto más radical, aunque ya antigua, sea la obra vanguardista. Es decir, en el caso de la vanguardia no hemos asistido a un proceso similar al del impresionismo y el postimpresionismo. Y ahora, cuando la vanguardia ya es historia, las cosas no han cambiado sustancialmente (o sólo lo han hecho en casos específicos y por las razones que más adelante se abordarán).

¿Por qué ha sucedido esto, cuál es la razón de la diferencia? Seguramente hay muchas y no es este el lugar adecuado para estudiarlas, pero creo que al menos una debe ser citada: el desarrollo de la industria de la cultura.

A medida que la vanguardia evolucionaba, aumentaba la importancia de la industria que suministraba objetos de consumo cultural a las masas. El lenguaje de esta industria cultural se ale-



El Roto, «-¿Es bueno? -No lo sé, no pone el precio». *El País*, 14-2-99.

jaba cada vez más del vanguardismo, la repetición anulaba el que era criterio vanguardista por excelencia, la ruptura y la originalidad, y el consumo se convertía en el único marco posible de la experiencia estética. A medida que esto sucedía, la vanguardia, a su vez, radicalizaba sus posiciones, incluso pretendía levantarse contra el consumo, haciéndolo materialmente imposible, en algunos de sus movimientos epigonales. Minimalismo y conceptualismo parodiaban el consumo tensando hasta sus extremos la contemplación –parodiada, a su vez, por la industria cultural que, sin embargo, la simulaba como pauta para sus productos–, pues, ¿qué contemplar y qué consumir del objeto asignificativo o del concepto del objeto...! Sin embargo, esta parodia no ha tenido otro efecto que aumentar la distancia entre el arte y el público. El desarrollo de la industria cultural, en lo que respecta a las artes visuales, se ha apoyado en una narratividad cada vez más banal, sometida al ritmo y la materias impuestas por el consumo.

Simultáneamente, hemos asistido a un aumento paulatino y constante del mercado de arte contemporáneo, de tal modo que el valor económico de las obras se traducía, de cara al gran público, en su (único) valor exhibitivo (y además el único comprensible). De esta manera, la distancia quedaba definitivamente consolidada: la vía de aproximación a las obras de vanguardia discurría en torno a sus éxitos de cotización, con lo que la experiencia estética quedaba radicalmente cegada.

Se producía así un hecho que alteraba por completo la situación que había tipificado los orígenes del arte contemporáneo: tan grande era su estimación económica como reducida su estimación estética. La creación de museos de arte contemporáneo no solucionó esta contradicción y la difusión del arte vanguardista parecía estar ligada al movimiento de sus cotizaciones más que a la condición de sus valores estéticos.

22. Si algo muestra todo lo anterior, es el poder del mercado. No dice nada en contra del arte de vanguardia, todo lo contrario, sino sobre lo complejo de una situación dominada por el consumo. No cabe esperar transformaciones sustanciales en lo culturalmente establecido y estéticamente dominante. El *kitsch* es tan necesario al mercado que no resulta concebible su desaparición. Cada vez está más presente y es más avasallador, tal como, por ejemplo, pone de manifiesto la reciente evolución de la arquitectura. También el entusiasmo de lo sublime ha encontrado su derivación *kitsch*: lo pompier, que ahora adquiere una forma cada vez más retórica y degradada. La repetición termina con lo sublime pero mantiene el simulacro de su vigencia: sin ella carecería del valor de cambio que el mercado exige, pues se compra porque es sublime (en la apariencia de su forma) sin serlo (en la realidad de su condición).

Si hay algo propio del mercado, eso es la anulación de la distancia. El objeto consumido es próxi-

mo –por ello tiene tanto éxito la redundancia– y esa es la condición del consumo, pues la distancia implica una pausa, una mirada diferente a la de la entrega, que queda en suspenso, el consumo se detiene entonces y esta ruptura del flujo introduce un mundo no sólo distinto sino opuesto al del mercado: que el mercado no lo tolere entra en lo que de él cabe esperar. Ese mundo introduciría, si tuviera entrada –y es nuestra obligación dársela–, una experiencia que rechaza tanto la cosificación de la obra cuanto la alienación de la experiencia. El mercado no puede permitir la distancia que pone en peligro tanto sus sistemas de valoración cuanto las exigencias cuantitativas y el ritmo del consumo.

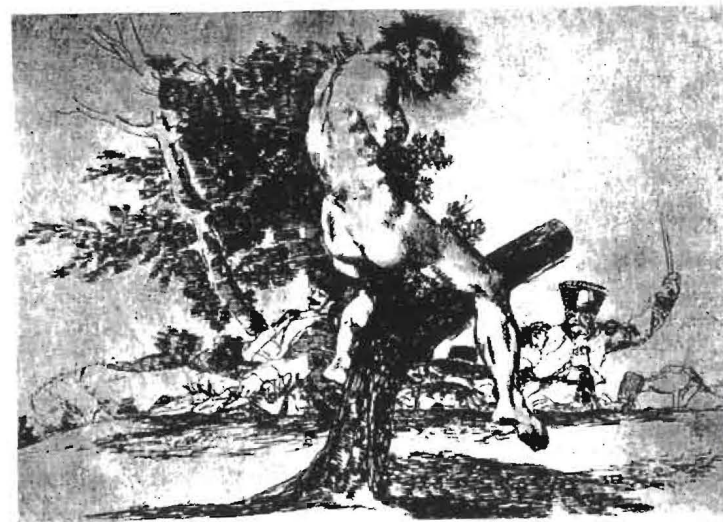
Tampoco el gran arte, impregnado de la situación general, escapa a ella: el gran público se entrega en la admiración del precio, que identifica con el valor estético, y la actividad expositiva del museo –convertido muchas veces en parque temático obligado a ofrecer espectáculo– se configura como noticia y acontecimiento al que es preciso asistir.

El espanto ante lo que es como uno mismo y que bajo ninguna circunstancia debería ser como uno mismo

23. El sublime, por su parte, niega la distancia en la alienación del sujeto. En el instante del éxtasis proclama el sujeto su pertenencia al absoluto y se entrega a su necesidad. Forma parte de esa

naturaleza en la que se ha convertido la historia y es ya indiscernible del acartonamiento pétreo de las estatuas retóricas o de la masa que aclama. El proletario real de la URSS en los años treinta tiene bien poco que ver con las dos figuras de Mukhina, pero debe verse como ellas, pues tal es su decretado sentido. El heroísmo ficticio encubre una vida penosa, legitimada, precisamente, en ese heroísmo que la desatiende y que, además, es falso, pues el proletario sólo marca el paso de la historia, no la hace. El ciudadano alemán se entrega a la fanfarria de un pasado de pureza racial que le conduce a la mayor catástrofe en la historia de Alemania y proclama la degeneración de todo aquello que no está sometido a esa pretendida pureza. En uno y otro caso, la necesidad declarada en la imagen es la necesidad proclamada de forma sublime como destino.

A diferencia de los proletarios que se postraron ante la estatua de Mukhina –ante lo que ella representaba (nunca hubiera estado la iconoclastia más justificada que entonces)– o de los «arios» que vitorearon al Führer, sabemos nosotros las trágicas consecuencias de todo aquello. Es lógico que nos mostremos reacios al sublime –aunque en otros campos siga campando por sus respetos–, e incluso que prefiramos el sublime pompier, aunque no podamos estar muy seguros de que éste no siga los pasos de su maestro, tal como se ha puesto de relieve en algunos acontecimientos históricos recientes. Como decía Hannah Arendt, a propósi-



Francisco Goya, *Esto es peor* (Desastre núm. 37), h. 1810-20, Madrid, Calcografía Nacional.

to de una cuestión diferente de esta, sentimos el espanto ante algo que es como uno mismo y que bajo ninguna circunstancia debería ser como uno mismo, ese espanto que representó Goya en algunos de sus *Desastres*, en *Esto es peor!*, por ejemplo, una estampa que elimina el heroísmo y la dignidad, y hace de la crueldad y de la muerte no sólo moneda corriente, sino moneda que todos podemos hacer circular, y que bajo ninguna circunstancia deberíamos hacer circular.

Ese espanto recupera, aunque sea traumáticamente, la distancia. En la conciencia de lo que sucedió sabemos que no debemos entregarnos al sublime. Es cierto que las reflexiones posteriores a Auschwitz son ya lejanas, pero todavía nos golpean con contundencia cuando leemos en Steiner cómo es posible que aquello sucediera —y que fuera posible en un pueblo culto, amante de la música y de la literatura...—, y sobre todo cuando, al mirar a nuestro lado, comprobamos que sigue sucediendo. Recuperar la distancia perdida parece la primera de las recomendaciones, una recomendación que nos conduce a la ironía. Allí donde *kitsch* y sublime cabalgan arrollándolo todo, sólo la ironía parece capaz de fundamentar una resistencia posible..., sólo resistencia, pero nada menos que eso.

No puedo ir más allá, mostrar optimismo. El mercado es dueño y señor, y exige la entrega. La legitimación de la modernidad ha cambiado sus parámetros, que ahora se basan en el mercado y

por él se rigen. No parece que las críticas culturales, filosóficas o artísticas al sublime y al *kitsch*, vayan a tener éxito alguno, pues ellos no son sino derivados de la dinámica del mercado, y no se vislumbra que ésta tenga o vaya a tener en un futuro próximo impedimento alguno. Pero la ironía afecta decisivamente a las exigencias del mercado: permite apreciar el origen del pompier y del *kitsch*, exige detener el flujo del consumo y pararse a mirar, permite averiguar la razón del parque temático en el que se ha convertido el museo, toma conciencia del fenómeno totalitario... Con la ironía se desliza ese espanto ante lo que es como uno mismo y que bajo ninguna circunstancia debería ser. La ironía permite contemplar la secuencia de procesos que han conducido a esos resultados, también el papel que hemos jugado. Es así vacuna contra la repetición que una simple vuelta a los orígenes —pretendida por tantos fundamentalistas tan poco irónicos— traería consigo.

Necesidad de la ironía: la lucidez

24. La ironía cierra el arco que se abrió en los inicios de la modernidad, precisamente porque, aunque fuera desatendida o postergada por el optimismo del progreso, estaba con la modernidad ya en sus inicios, formando parte de ellos, como ingrediente de su sustancia. Los románticos teorizaron la ironía, fueron sobre todo F. Schlegel

y Jean Paul los que rompieron con su concepción tradicionalmente retórica: ahora adquiere la ironía toda la efectividad de un *instrumento* estético que se configura como actitud y experiencia más que como programa —¿cómo puede haber un programa irónico?—. Pero, ante todo, la ironía se hace palpable en obras que abren el camino de la modernidad.

Estaba en algunos escritos de Diderot, por ejemplo, en las pinturas que Goya realizó en su quinta sobre el Manzanares, en sus estampas de los *Desastres* y los *Disparates*. Fue instrumento kierkegaardiano por excelencia y, siguiendo sus pasos, nutre al creador de Gregorio Samsa y del agrimensor K. Alienta como forma dominante en los ensayos baudelaireanos sobre la risa. Es irónico el narrador que descubre en su recuperación del tiempo perdido, en el tiempo recobrado, que la verdad que desvela en su «crónica» no es otra cosa, en definitiva, que una novela. Irónico es el ritual para el que la torre Martello sirve de testigo y el mundo sin cesura del sur estadounidense que el disminuido faulkneriano percibe y trasmite.

La ironía no mira para otro lado. No se concibe como una experiencia distinta, alejada de aquello que ironiza. Si alguna virtud tiene, es que no deja de su mano a lo otro: lo conserva, pero lo conserva como objeto de su mirada. Lo pone delante, pero ahora con una figura distinta de la que pretende. La ironía no rechaza lo ironizado, sino que, poniéndose a distancia, descubre que lo

que éste dice no es tal: que lo pompiere no es sublime, que el *kitsch* no es pintoresco, que el consumo no es experiencia estética, que la historia no es naturaleza... La ironía no dice que la utopía no sea posible —quizá lo sea—, afirma que la historia natural en la que se ha empeñado lo sublime no conduce a utopía alguna y que legitima en tal «no conducir» cualquier totalitarismo.

La ironía no es pauta de escépticos: siempre tiene delante aquello que ironiza, lo otro, el motivo ironizado, y también lo otro que surge con su ejercicio, y que al ejercerla se pone de relieve: al decir que el consumo no es experiencia estética, no sólo hace la crítica del consumo, explica lo que no es, también se refiere a la experiencia, nos obliga a tenerla en cuenta, y a buscarla; si el *kitsch*, lejos de encarnar lo interesante, lo simula y destruye, es a lo interesante y a su agrado a lo que la ironía hace referencia ironizando sobre el *kitsch*... La ironía no se limita a decir «eso no es lo que pretende ser», sino que pone ante nosotros lo que tal cosa es (y que en el motivo ironizado sólo se simula): saca a la luz el simulacro, pero también aquello sobre lo que el simulacro se ha ejercido.

El ironista percibe el absurdo de la entrega que lo sublime programa a la vez que pone en duda lo sublime como forma de la historia, pero no niega la historia, tampoco que la búsqueda de la felicidad sea su objeto legítimo. El ironista puede tener la tentación de confundir el precio con el valor estético de las obras de arte de nuestro siglo, pero

no caerá en esa tentación si mantiene la distancia y busca en ella la experiencia estética: ésta empieza en el ejercicio de la ironía.

La narración proustiana es una obra maestra de la ironía que juega con el *kitsch* y lo interesante. La realidad que busca narrar, en la cual poder ascender social, personal y literariamente, tiene secuencias del mejor *kitsch*, tal como las escenas de los Verdurin, las de Odette o las «tórridas» del baron de Charlus ponen de manifiesto. Pero el narrador no cede al *kitsch*, su mirada pretende descubrir una verdad que no está en parte alguna, precisamente porque no hay verdad alguna en el mundo que describe, porque todo él no es sino apariencia —y esa es su verdad (que transforma los tiempos de cada pequeño suceso interesante en tiempo de vida y narración)—, pero ahora, en la descripción que busca la verdad que no puede encontrar se perfila una apariencia convertida en ficción novelesca —cuyo sentido se revela en el último volumen, en el tiempo recobrado—, la única que, consciente de sí, y ya distante del motivo narrado, puede ofrecer al lector, y al narrador, la temporal consistencia de aquella apariencia. El tiempo recobrado niega, paradójicamente, todo lo anterior, precisamente al descubrir su verdad literaria: ha ido de escena en escena, de un personaje a otro, de acontecimiento en acontecimiento, porque todos tienen interés para configurar el mundo buscado, un mundo de inmediato perdido (Proust no escribe unas memorias, no narra un pasado momifica-

do, sino un presente que se construye, una vida que se vive, y lo hace bajo la guía de la literatura, la obra finalmente escrita). Gracias a ella se han cumplido los deseos del narrador y la ironía ha podido construir su obra a la vez que se construye a sí misma.

La ironía se ejerce en el sublime en el *Ulises* joyceano. Los mares y tierras por los que discurrió el viaje de Ulises se convierten ahora en la fisonomía de la ciudad de Dublín. La secuencia lineal, punteada de hazañas, aventura épica, se transforma en una trama de anécdotas que recuerda a la de un plano urbano. Sigue habiendo héroes, pero su excelencia es la de las personas corrientes y sus hazañas no van más allá de cantar y reír, beber, hacer el amor, engañar y recordar sus engaños o presentir los de otros, acudir a entierros, parodiar ceremonias y ritos..., una verdadera odisea en un mundo que no ofrece finalmente recompensa alguna: no lo es el largo monólogo que cierra el libro.

De este modo adquiere rasgo sublime la vida cotidiana sin perder lo que le es propio, su cotidianidad, lo anodino de su naturaleza, a la vez que rechaza cualquier entrega sin por ello prescindir del entusiasmo, parodiado ya en el primer capítulo. Formar parte de un absoluto, la ciudad, que no se domina, que ningún sujeto domina y evitar ser dominado por ella, mantener con ella la distancia que permite recorrerla, aventurarse por sus calles y sus locales, es posible en el mosaico que Joyce

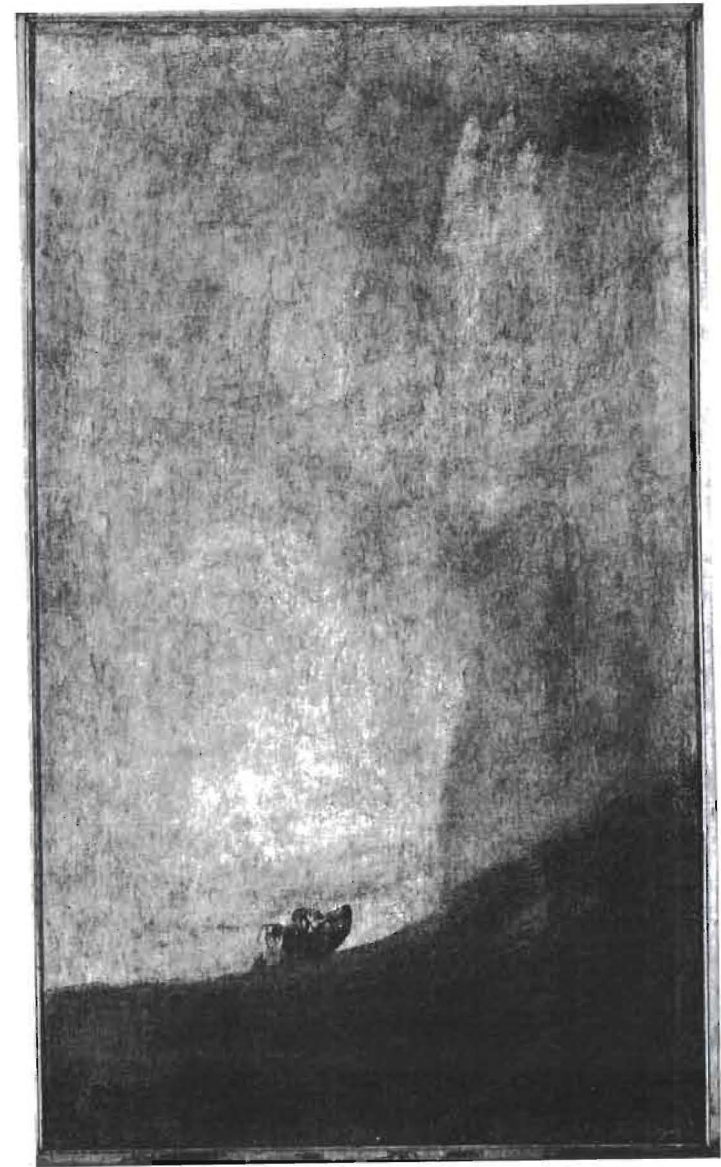
construye y que deja construir al lector: cuando busca el encaje de las piezas. Terminada, la vida de Dublín y de los dublínenses revela su condición de puzle, esto es, su naturaleza de mosaico que, eventualmente, podría ser otro, pues la necesidad no se encuentra en nada más profundo que no sea la condición de su figura. El largo monólogo de Molly es el epílogo que deja la construcción abierta, una reflexión irónica sobre lo acontecido y narrado, pero también sobre cosas que, no narradas, podían haberse incorporado eventualmente a la novela.

25. Al placer de la lectura, y sin evitarlo, superponen Proust y Joyce la lucidez. La lucidez es el rasgo central de la ironía, que introduce así un giro radical en la concepción estética de la modernidad. Los placeres de la imaginación, sensaciones y emociones placenteras, la facultad del placer estético, lo agradable de la variedad, el gozo que dinamiza el espíritu, el que produce el terror no realmente padecido, el placer desinteresado..., son otras tantas fórmulas de los autores dieciochescos que fundaron la estética, de Addison, Burke, Blair, Kant... Hume rechazó la verdad, y con ella el conocimiento, en tanto que criterio de la sensación estética, pues ésta, en cuanto tal, sólo podía constatar la adecuación entre sujeto y objeto, y con ello el gozo que la conformidad suscitaba, de la que, a la vez, era resultado y signo. La modernidad se inaugura en la afirmación de la autono-

mía estética que sobre este placer se funda, pero lo hace con un costo elevado, pues ya nada verdadero o falso podía decirse del mundo. El libre juego de las facultades en el que Kant centró el placer estético ponía fuera de lugar cualquier atisbo de conocimiento: el juicio de gusto era desinteresado, nada decía de la naturaleza del objeto.

Sin embargo, ya desde los primeros momentos de la modernidad se resistió el arte a este silencio, por gozoso que fuere, y habló de los motivos representados, incluso pretendió decir su verdad. También ejerce aquí la ironía sus derechos y nos hace ver la distancia entre el objeto y su imagen a la vez que la condición (estética, artística, lingüística...) de esa distancia: el mundo representado en imágenes no es sino una propuesta sobre el mundo, y no su verdad. Recupera la ironía el requisito sobre el que se había fundado la autonomía, pero no lo hace como un simple volver atrás, pues en esto que ahora contempla no niega la certeza, la pone en duda, sustituye verdad por verosimilitud. Verdad y certeza, autenticidad, no son sino las posibilidades de lo que se propone, posibilidades que no pueden verificarse en su propio terreno, el del arte, y que, por ello mismo, no pueden ser sino eso, propuestas.

Si las estatuas de Mukhina no nos dicen que el proletariado es así, si únicamente se plantean como una propuesta sobre la condición del proletariado, entonces podemos verlas con ojos bien distintos de aquel que se entrega (a su verdad) y



Francisco Goya, *Perro semihundido*, h. 1819-1823,
Madrid, Prado.

podremos contestar: no es así, ese no es el proletariado. Si el documental de Leni Riefensthal no nos dice cómo *son* el héroe y la historia, si, por el contrario, nos *propone* una imagen del héroe y la historia, entonces podremos contestar negativamente a su propuesta a la vez que alabamos la calidad de la misma, pues esa calidad es la que, suscitando en nosotros una *experiencia* de verdad, ha estado a punto de convencernos, evidenciando la autenticidad de lo mostrado. La autenticidad es una creación del artista, no una cualidad de la cosa. La ironía es el marco en el que las evidencias se impregnan de lo mejor que la modernidad posee: la capacidad de dudar.

Pues no se trata de renegar de la modernidad ni de retroceder hacia el pasado, tampoco argumentar según el principio que dice que hay que reemprender un camino que, se dice, era equivocado: como ya indiqué en un principio, la repetición no conduce sino a lo mismo. Se trata de asumir la modernidad en toda su complejidad, y en esta configuración la ironía tiene, desde sus inicios, un lugar preferente. Ni siquiera el más entusiasta entre todos los pintores de la modernidad, David, fue ajeno a la ironía. Sus pinturas sublimes, lejos de negar la condición estética, incluso estilística, de sus protagonistas, la destaca: son estatuas, se ha dicho de los Horacios; tipos (femeninos), se afirma de sus mujeres; santos secularizados, tal como se propone en la interpretación de Marat o de Bara. También en su evolución se aprecia la ironía:

la que media entre el entusiasmo del *Juramento* (1784) o del *Marat* (1793) y la lucidez –a su vez irónica en las divinidades elegidas y en el modo de presentarlas– a que alude *Marte desarmado por Venus y las Gracias* (1824), una reflexión sobre la historia sublime, sobre el uso de la mitología y sobre su propia pintura.

Mas el artista que tematiza y hace suya, a la vez que muestra, la ironía es Francisco Goya. Ruego al lector que vaya al Prado a contemplar una vez más sus *Pinturas negras* (1819-1823). En unas, la ironía se tematiza en el asunto pintado, en otras es componente fundamental en su buscada relación con nosotros. Irónicas son, en el primer sentido, la figura de la joven que ha de iniciarse en el aquelarre de brujas presidido por el Gran Macho Cabrío, la del familiar de la inquisición que habla con las beatas de la curiosa e intrigante procesión, la del personaje demoníaco que habla al oído del anciano barbado, la del viejo/a que maneja la cuchara con su cadavérico acólito, irónicas son las mujeres que ríen del hombre que se masturba... Irónicas son, en el segundo sentido, las miradas de los romeros que vienen hacia nosotros, y su misma venida, la del hombre-muñeco transportado por las Parcas, la de la Manola joven que nos contempla desde el túbulo sin escatimar su presencia... Irónica es, ante todo, la figura del perro que tanta afinidad guarda, en su mirada, con nosotros, que le miramos... Su situación y su mirada, el talud en el que sobresale, el espacio en el que se

perfila su figura, desencadenan la destrucción de cualquier programa. La lucidez estalla y se impone al gozo, y nos inquieta, nos impide la entrega, cualquiera, mostrando la condición bien poco necesaria de la historia que tenemos, como incognita, delante.