

AUTOR

Alberto Santamaría

ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL

Universidad de Salamanca

TÍTULO

¿Nostalgia de posmodernidad? Una aproximación al arte culto descafeinado*.

CORREO-E

albertosantamaria@usal.es

RESUMEN

El tema de las tensiones entre original y copia, entre objeto y su reescritura, afecta directamente al núcleo central de buena parte del arte y de la literatura de los últimos años. Conceptos como *remake*, *fake*, o *apropiación* se han tornado habituales hoy en muy variados ámbitos artísticos. Y, sin embargo, una peculiaridad parece afectar (en mayor o menor medida) a este hecho en la actualidad: su posicionamiento conservador y de vuelta a una particular concepción (trastocada para funcionar a-críticamente) de lo moderno, e incluso pre-moderno.

PALABRAS CLAVE

High Art Lite; Young British Art; posmodernidad.

AUTHOR

Alberto Santamaría

PROFESSIONAL AFFILIATION

Universidad de Salamanca

TITLE

Nostalgia for postmodernity? An initial exploration of high art lite.

E-MAIL

albertosantamaria@usal.es

ABSTRACT

The tension between original and copy, between object and its reformulation, has directly influenced the central core of much of the art and literature produced in recent years. Concepts such as remake, fake or appropriation have become common practice in a wide range of artistic domains. However, this situation is affected -to a greater or lesser extent- by one particular factor: its positioning as custodian and the return to a particular conception (disrupted by acritical functioning) of modern and even pre-modern work.

KEYWORDS

High Art Lite; Young British Art; postmodernity.

(*) Este trabajo forma parte del proyecto de investigación denominado Intermedialidad e institución. Relaciones interartísticas: literatura, audiovisual, artes plásticas. Concedido por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia. Referencia del proyecto: HAR2017-85392-P

¿Nostalgia de posmodernidad? Una aproximación al arte culto descafeinado*

Alberto Santamaría

71

Según nos recuerda Hillel Schwartz la nuestra es una cultura de la copia. «Copiar es lo que se lleva ahora, [...] la copia es al mismo tiempo degenerada y regenerada»¹, apunta Schwartz, resumiendo en una sola frase la situación. La relación original-copia, realidad-simulacro estaba en la lista de cuestiones centrales de la posmodernidad. Basta hojear la paraliteratura que han producido las ideas de Jean Baudrillard y la multiplicidad de recurrencias a la obra de Walter Benjamin para hacernos una idea. Sin embargo, esa misma posmodernidad, como ha señalado Domingo Hernández Sánchez,² ha preparado su disolución, según parece, creando una esquizofrénica nostalgia de sí. De este modo, la idea que tratamos de señalar es que buena parte del arte actual ha creado, en su intento de construir una base teórica más allá de lo posmoderno, una especie de posmodernismo excesivamente blando y consensual. Es decir, en su intento de huir de lo posmoderno ha construido una extraña operación de salida que juega (eclecticamente) sobre el filo de unos conceptos que finalmente traicionan su posición. De alguna manera lo que proponen determinados artistas y escritores cercanos a la postproducción y su extensión *radicante* (BOURRIAUD), o los artistas

de la *estética del laboratorio* (LADDAGA), o la *escritura no-creativa* (GOLDSMITH) por poner simplemente tres ejemplos, no es sólo una nostalgia de la posmodernidad sino más bien una salida nostálgica de lo posmoderno, un fingimiento de los síntomas de esa salida de lo posmoderno a través de un superficial eclecticismo carente por completo de un factor crítico —en realidad una plena despolitización de todo gesto—, retornando blandamente a nociones del pasado. A este fenómeno de posmodernismo en estado de *outlet* (donde la copia recobra un valor puramente estético-modernista) es a lo que he dado en llamar Alta Cultura Descafeinada.³

El tema de las tensiones entre original y copia, entre objeto y su reescritura, afecta directamente al núcleo central de buena parte del arte y de la literatura de los últimos años. Conceptos como *remake*, *fake*, o *apropiación* se han tornado habituales hoy en muy variados ámbitos artísticos. Y, sin embargo, una peculiaridad parece afectar (en mayor o menor medida) a este hecho en la actualidad: su posicionamiento conservador y de vuelta a una particular concepción (trastocada para funcionar a-críticamente) de lo moderno, e incluso pre-moderno. Un retorno en el que se pierde o se reduce la fuerza de esa misma modernidad. Podríamos decir —es necesario insistir, aunque ya lo sepamos— que el apropiación

cionismo se ha convertido en el fetiche de una Alta Cultura Descafeinada, en un modelo de consumo cultural, eliminando del proceso apropiacionista toda posible fractura, todo posible disenso. Se trata de un apropiacionismo —entendido como fetichismo del significante— que se escuda en un vago humor consensual, en el chascarrillo vacío asentado en un pacto institucional (en el sentido más amplio del término), y que cuando pretende ser provocativo lo es con fines estrictamente comerciales. A este respecto (si bien en otros aspectos no podemos estar de acuerdo) baste recordar las palabras de Benjamin H. D. Buchloh:

«Las afinidades cada vez más notorias entre el mundo de la moda, el diseño y la publicidad y lo que se ha dado en llamar *high art* posmoderno no se explican sencillamente aludiendo a su interdependencia económica. Más bien se trata de una afinidad electiva que cabe atribuir al uso de técnicas similares de transmisión ideológica y a la relación que mantienen ambos mundos con los poderes que organizan la industria cultural. Los perfiles de artistas que, cada vez más a menudo aparecen en los medios de comunicación, los fotoreportajes de los estudios de los artistas (y de mujeres e hijos) o el uso de artistas como modelos de moda están marcados por el tipo de mensaje aporético que distingue estructuralmente toda publicidad exitosa. Por un lado, los artistas tienen que dar fe de su autenticidad tradicional y de la originalidad y exclusividad de sus productos (de la misma manera que las baratijas producidas en masa se anuncian a través de campañas de imagen que recuerdan al estilo de vida aristocrático de la alta burguesía). Por otro lado, estos artistas tienen que asegurarnos que invertir en ellos es tan seguro como comprar acciones de una empresa de diseño»⁴.

En 1999 el crítico de arte Julian Stallabrass publica *High Art Lite*.⁵ Este libro, este *arte culto descafeinado*, tenía como objetivo estudiar y desenmascarar el auge y caída del *Young British Art*, analizando y enfatizando sus elementos circundantes y contextuales, a nivel mercantil y mediático. La pregunta central era simple: ¿qué había pasado y qué estaba pasando con artistas como Damien Hirst, Tracy Emin, Sarah Lucas, etc.? Esa era la pregunta. ¿Cómo habían logrado posicionarse, tal y como lo habían hecho, dentro del mundo del arte? Stallabrass estudia el fenómeno desde ese interior del mundo del arte británico apuntando una serie de cuestiones clave para comprender cómo un fenómeno artístico asciende espectacularmente hasta casi desintegrarse. Para Stallabrass el ascenso (mediático) de estos artistas se funda en

el hecho de constituirse y construirse como un arte que acepta un «posmodernismo simplista» desde el cual edifica artísticamente sobre el vacío. Estos artistas habrían comenzado su trabajo como *discurso alternativo* al oficial o hegemónico, mostrando incluso su obra desde los márgenes. No obstante, no veían —desde su «marginalidad»— el *mainstream* como un factor de simple oposición o como espacio crítico, sino como un espacio capaz de «hacer hueco» a su propuesta. Y en esta propuesta, el *otro* no es un elemento a desvelar o cuestionar —no es una metafísica de lo sublime— sino un territorio de *deseo*, y aquí es el deseo el que obtura toda posible crítica.

Stallabrass sostiene que estos artistas montaron originalmente sus propias exposiciones en viejos edificios o almacenes «evitando el caduco aparato de galerías privadas»⁶. Así, estas exposiciones de carácter «alternativo» podían tomarse como «recorridos turísticos», ya que implicaba «trasladarse a una parte desconocida de Londres y pasearse por edificios industriales»⁷. Partiendo de este elemento *diferente* la cuestión deriva por dos caminos interconectados. Por un lado hacia lo contextual: «el arte era una excusa para estar allí»⁸, es decir, era la excusa «para hacerse ver», y por otro, había una clara tendencia hacia lo elitista: «Aunque en ocasiones los pases privados estuvieran abarrotados, la concurrencia solía ser bastante homogénea: aspirantes a elite»⁹. Una de las implicadas, Sarah Lucas, lo declaraba del siguiente modo: «pese a que [estas exposiciones] se organizaran en viejas naves, las personas involucradas las hacían con intención de copiar o emular algo que [había sido] mucho más profesional y de mayor relumbrón»¹⁰. El *high art lite* —hijos del thatcherismo¹¹— se desarrolla de esta forma entre 1989 y 1995, y su diseño va a tratar de apuntalarse desde un marcado efectismo sobre los medios de comunicación, una aparente accesibilidad popular, así como una banalización de todo lo teórico. Escribe Stallabrass: «Para aproximarse a un público más amplio, el *high art lite* se recubrió de una nueva capa de barniz que incluía referencias y formas comprensibles para un público no especializado. Incluso, a veces, acudían a la cultura de masas e incorporaban materiales incomprensibles para los especialistas, demasiado esnobs como para interesarse por la música pop o los culebrones. De este modo, el nuevo arte decide llamar la atención de los medios de comunicación, despertando la ira de los conservadores y generando la publicidad de la que iba a depender»¹².

La obra de estos artistas se desarrolla en un doble movimiento hacia arriba y hacia abajo, funcionando como arte y entretenimiento al mismo tiempo, pero sobre todo tendiendo hacia la construcción de estrategias que faciliten el

éxito, y éste lo hallan –como en una especie de epifanía– en la llamada fetichización de la experimentación. Una fetichización que encuentra su aliado perfecto en los medios de comunicación, deseosos de esa experimentación entendida fundamentalmente como espectacularización o acontecimiento provocativo. Podríamos resumir diciendo que jugaban con el colapso del arte y de la mercancía, pero en la forma de una mercancía artística.

Hablar de fetichización de la experimentación implica hacer referencia, esencialmente, al uso de procesos vanguardistas como el *ready-made* con fines estrictamente mercantiles y/o promocionales. Es decir: en la construcción de gestos vanguardistas (y situacionistas) vacíos de contenido, creados desde (y para) la forma del efecto. Un Hank Herron que pinta o repinta cuadros con la necesidad de mostrarse como original ante un mercado que exige originalidad; ése sería un caso. Es decir, Damien Hirst pintor, por ejemplo. En el acto de pintar de Hirst no hallamos un gesto irónico hacia el mercado de la pintura (como podría suponerse), ni siquiera un acto provocativo, sino un gesto de aceptación del entramado comercial que le obliga a ello. «Hirst –escribe Sarah Thornton– ha desarrollado estrategias de producción que le aseguren, en todo momento, material suficiente para satisfacer la demanda de los coleccionistas; ha hecho, por ejemplo, al menos seiscientas pinturas de puntos (*spot paintings*) ‘únicas’»¹³. Por su parte, Christopher Burge, el principal subastador de Christie’s, lo expresa con cierta ingenuidad, pero con certeza y sin los circunloquios *cool* de Hirst: «Nos estamos quedando sin material antiguo, de manera que el mercado se ve empujado hacia la actualidad. De ser una tienda mayorista de objetos usados estamos pasando a algo que en realidad es al por menor. La escasez de bienes más antiguos hace que obras más nuevas queden expuestas ante la atención general»¹⁴.

En este sentido, y en función de su propia urgencia histórica, lo que se acaba creando es una vanguardia afirmativa –la negación misma de la vanguardia– que es lo que postulan algunos teóricos que apuestan por *otra modernidad* como alternativa posmoderna. Escribe Stallabrass: «un post-modernismo simplista [...] que pretendía no separar la alta cultura de la cultura de masas y que, imbuido de relativismo, aceptaba el sistema tal y como era, buscando sólo tener éxito»¹⁵. El propio Stallabrass señala las tres características de ese arte culto descafeinado:

«romper con el aire provinciano de las obras británicas anteriores»

«los artistas mantienen una relación nueva y diferente con los medios de comunicación utilizando con frecuencia materiales extraídos de la cultura de masas»

«aparentan ser una especie de vanguardia»¹⁶

Sobre estos tres pilares se asentaba (y se asienta) el denominado por Stallabrass *Arte Culto Descafeinado*. Plantea de este modo un mapa argumental –cuestionable en algunos casos, pero interesante, sin duda– que muestra las tentaciones de un artista por establecer un estado de pura visibilidad *comercial*. El caso de Damien Hirst es clave para Stallabrass, y lo muestra a través de un ejemplo simple. Con su famoso tiburón, según afirmaba el propio Hirst, éste pretendía generar un *pensamiento sobre la muerte*, pero, ¿por qué iba a ser así? Stallabrass lo apunta hábilmente: «¿Nos hace el tiburón pensar realmente en la mortalidad? ¿A quién le dan más miedo los tiburones que un cáncer o ser atropellado? ¿O nos recuerda sin más a la película *Tiburón*?»¹⁷. En igual medida una de las características del arte culto descafeinado, y en general de la Alta Cultura Descafeinada, es esta tensión que se produce en el interior de la obra y ante el espectador. O mejor dicho, esa tensión vacía. Escribe de nuevo Stallabrass:

«a Hirst le preocupa el hecho de añadir aún más objetos al mundo del arte y dice de su obra: “Fabricas una escultura y es algo excitante, y está en una exposición, y la miras, y simplemente dices, ‘guau’”. Y esta reacción como de parque de atracciones es justamente el efecto del cual depende la mayor parte del arte contemporáneo: “guau” es justo lo que dice uno cuando ve el tiburón gigante suspendido dentro de un tanque, o un molde de cemento del interior de toda una casa, o un busto hecho con la sangre congelada del artista. Más allá de este asombro, sin embargo, las obras de Hirst muy a menudo parecen vacías. [...] Este vacío es el producto de un simple collage de ready-mades, reunidos no para crear un significado sino para yuxtaponer de manera irresuelta ingredientes opuestos»¹⁹.

Esta sería la línea central del juego: una *mezcla* con el fin de mostrarse como *efecto* –de superficie– sobre el espectador. Algo así como una simple broma conceptual. Si la cultura del espectáculo se diseñaba (y se diseña) desde el patrón del *efecto* sobre el espectador, sin buscar causas o principios que sostuvieran ese efecto, la Alta Cultura Descafeinada –tratando de hallar ese efecto epifánico– funciona de modo similar a como funciona la industria Disney, por ejemplo, los reyes del *efecto*. Este desplazamiento hacia el efecto vacío es,

precisamente, el que cuida Disney. Julie Taymor, un personaje importante dentro del entramado Disney, señalaba lo siguiente sobre su propio trabajo: «No es ni puramente arte, ni sólo entretenimiento, no sé si estoy realmente en lo uno o en lo otro. Estoy en otra parte»²⁰. Este efecto es el que igualmente se halla, apunta Stallabrass, en la obra de Tracy Emin y su archiconocida pieza *Todo el mundo con el que me he acostado* (1963-1995), de 1995, donde una tienda de campaña ejerce de altar en torno a la vida personal de la artista. Los temas perturbadores que aparecen ahí, tales como las relaciones sexuales antes de la edad legal, la violación, el aborto, fases depresivas graves, alcoholismo, que tratan de mostrarse como una provocación ante las buenas maneras de la sociedad acaban exigiendo de ésta su atención, y por lo tanto todo efecto depende, precisamente, de *ser efecto*. Por ello Stallabrass apunta que «la obra no critica las buenas maneras sino que depende de ellas»²¹. Esta necesidad del *efecto* es central. Hablaba de ello Hal Foster al referirse a «artistas que solían actuar como víctimas juveniles que provocaban a la ley paterna como para asegurarse de que seguía allí, en el mejor de los casos pidiendo neuróticamente el castigo, en el peor demandando neuróticamente orden. Y esta pose vicaria la adoptan los artistas y escritores contemporáneos casi demasiado ansiosos de decir obscenidades en el museo, casi demasiado dispuestos a ser pellizcados por Hilton Kramer o azotados por Jesse Helms»²². Esta podría ser una de las claves de la Alta Cultura Descafeinada: la construcción de un paradigma artístico que trata de desarrollar un equilibrio frágil entre arte y entretenimiento. Un espacio donde en lugar de arte político tenemos una aceptación de las políticas del arte.

Otra de las cuestiones centrales del Arte Culto Descafeinado —en realidad una extensión de lo anterior— es saber en qué terreno jugar, saber moverse (y manejarse) perfectamente entre la alta y la baja cultura, estableciendo sintomáticos guiños a uno y otro lado. Por ello la «accesibilidad de materiales extraídos de la cultura de masas se convirtió en un aspecto importante de los trabajos; se rechazó el conocimiento especializado. [...] Para comprender este arte resultaba más útil ser un entendido en [...] fútbol [...] que tener conocimientos sobre Velázquez o Picasso, y no digamos sobre Art & Language»²³. De esta forma, este arte se sirve de la cultura de masas para abrirse paso en los mercados, custodiados estos por un reducido grupo de conocedores (política del arte). A su vez, las obras se llenan (o apropian) de gestos sutiles como dardos precisos lanzados contra la alta cultura. Así, muchos de estos artistas están a salvo de las críticas porque la gente del entorno entiende que se trata de una elección y que sus creadores son

capaces de elaborar obras complicadas basadas en escritos de Derrida, Foucault, Kristeva o Lacan cuando quieran. Por lo tanto, las obras tienen un doble sentido: hacia el exterior para alcanzar notoriedad entre públicos más amplios y medios de comunicación; hacia el interior para el mundo del arte, sin excluir ni mucho menos a las instituciones tradicionales, galerías privadas y organismos oficiales.

Es, pues, fácil concluir que los dispositivos críticos de esta propuesta son nulos. Son, como apuntaba Bourriaud, de *suma cero*: se aparenta ofender²⁴. No se cuestiona el pasado, la propia tradición artístico-literaria, con fines culturales o históricos o políticos, sino con fines comerciales. Lo que se pretende en la Alta Cultura Descafeinada, bajo el disfraz de una vanguardia blanda, es no tanto formatear críticamente el arte o la literatura, sino que mediante un extraño movimiento hacia abajo y hacia arriba, tratar de formatear el mercado para beneficio propio. Por lo tanto, este trasvase, o este trasladar material de la baja a la alta cultura, «ya ni siquiera tiene carga política» y «se ha convertido en un mero voyeurismo culto»²⁵. Más bien se trataría de un tipo de arte cuyo carácter conservador es evidente, «en el que se ha eliminado por completo el papel de una cultura que se dedique a otra cosa que entretener y a hacer dinero»²⁶. Es más, forman parte de eso que podemos denominar *situacionismo low cost*, y que reaparece constantemente; un situacionismo que acepta su desactivación política para desarrollar su aspecto lúdico. De esta forma estamos ante un tipo de apropiacionismo que tiene unos antecedentes radicales en el arte conceptual y el movimiento situacionista, pero, a pesar de ello, «en el caso del *high art lite*, estos métodos se emplearon en gran medida desprovistos de intenciones políticas y pasados por el tamiz de un conceptualismo y un situacionismo absorbidos por la publicidad»²⁷. En este sentido, la tradición no es cuestionada con fines críticos sino con el objetivo simplista de formatear el pasado para instaurar su modelo estrictamente comercial. Dicho de otro modo: «la apariencia puede resultar engañosa, pero funciona a la perfección con la prensa, tanto para los progresistas que quieren creer que el *high art lite* representa algo radical, como para los conservadores que temen que así sea»²⁸. Se funda así una especie de nuevo formalismo donde la obra es la que crea su propio recinto crítico, construyéndose, de esta forma, una autonomía artística en función de los materiales que maneja. Hablaríamos, en conclusión, de un modernismo legitimado que es, al mismo tiempo, reempaquetado para el consumo como mercancía *chic*²⁹.

En definitiva, para Stallabrass, la definición del Arte Culto Descafeinado incluye o desarrolla como concepto esa *domesticación de lo marginal*. Escribe: «Desde el fin de la mo-

dernidad, los cambios en el arte contemporáneo ya no pueden describirse simplemente como progreso, sino que están basados en la domesticación de lo marginal, lo peligroso y lo alienado. Una de las formas más fáciles de crear marginalidad [...] es flirtear con lo bajo. En el valiente mundo del arte postmoderno, los tabúes siempre se están rompiendo y las fronteras se traspasan constantemente, y aun así (salvo honrosas excepciones), cuando nos damos la vuelta para mirar de nuevo, todo está en su sitio como por arte de magia, preparado para el siguiente asalto»³⁰.

Aquí sólo hemos estudiado un caso, pero podemos observar que muchas de las líneas del arte en el cambio de siglo van por este camino, marcado por el sello del neoliberalismo. Estamos así ante un síntoma. Un síntoma que delata un claro formalismo que, paradójicamente, se ha asentado en el seno de la llamada estética del sampleador (*nostalgia de posmodernidad*), haciendo del *acto de mezclar*, por ejemplo, su propia zona de juegos, su medio, hasta constituirse, desde esa desactivación crítica, en una broma conceptual ecléctica (ingeniosa y epifánica) sin más fines que su propio regocijo formal. El juego situacionista centrado en la revolución de la vida cotidiana ha caído en el juego entendido como fin en sí mismo, necesario para su deslizamiento hacia la forma-mercado. Así, a través de estos planteamientos teóricos, hemos tratado de apuntar someramente, y quizá abruptamente, los posicionamientos de esa *vanguardia afirmativa* que conforma lo que podemos entender como Alta Cultura Descafeinada, la cual podría definirse, finalmente, como «el desbaratamiento situacionista» reconciliado «con la promoción político-cultural».

Notas

(1) SCHWARTZ, H., *La cultura de la copia. Parecidos sorprendentes. Facsímiles insólitos*, p. 262.

(2) Cfr. HERNÁNDEZ SÁNCHEZ, D. (2008). «Copias, postproducciones y otras estéticas del guardar como». *Contrastes*, Suplemento 13.

(3) Sobre este tema véase SANTAMARÍA, A. (e. p.) *Alta Cultura Descafeinada. Situacionismo low cost y otras escenas del arte en el cambio de siglo*, Madrid, Siglo XXI.

(4) BUCHLOH, B. H. D. (2004). «Ready-made, object trouvé, idée reçue» en *Formalismo e historicidad. Modelos y métodos en el arte del siglo XX*, Madrid, Akal, p. 161.

(5) STALLABRASS, J. (2010). *High Art Lite. Esplendor y ruina del Young British Art*, Madrid, Brumaria.

(6) *Ibid.*, p. 49.

(7) *Ibid.*

(8) *Ibid.*

(9) *Ibid.*

(10) *Ibid.*, p. 51.

(11) *Ibid.*, pp. 230-231.

(12) *Ibid.*, pp. 18-19.

(13) El precio de cada una de estas piezas «únicas» alcanza una cifra de muchos ceros. THORNTON, S. (2010), *Siete días en el mundo del arte*, Barcelona, Edhasa, Barcelona, p. 52. Nótese esa idea de «únicas».

(14) *Ibid.*, p. 22.

(15) *Ibid.*, p. 27.

(16) *Ibid.* p. 15.

(17) *Ibid.* p. 31.

(18) No olvidemos las palabras del artista conceptual Douglas Huebler: «El mundo está lleno de objetos más o menos interesantes; no quiero añadir ningún otro, prefiero sencillamente afirmar la existencia de las cosas en términos de tiempo y/o espacio». Citado en LIPPARD, L. (1973). *Six Years: the desmaterialization of the art object from 1966 to 1972*, Londres, Studio Vista, 1973, p. 74.

(19) STALLABRASS, J., *High Art Lite, ob. cit.*, p. 32. El inciso entre corchetes es del propio Stallabrass.

(20) MARTEL, F. (2011). *Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas*, Madrid, Taurus, p. 72.

(21) STALLABRASS, J., *High Art Lite, ob. cit.*, p. 43.

(22) FOSTER, H. (2001). *El retorno de lo real*, Madrid, Akal, p. 163. Ambos personajes son representantes de la apuesta más conservadora del arte, uno como crítico y otro como político.

(23) STALLABRASS, J. *High Art Lite, ob. cit.*, p. 56.

(24) «El papel del arte es transformarse en una pantalla-radar en que estas formas furtivas, localizadas y personificadas puedan por fin aparecer y ser nombradas». BOU-RRIAUD, N. *Radicante, ob. cit.*, p. 65.

(25) *Ibid.* pp. 99-100.

(26) *Ibid.* p. 159.

(27) *Ibid.*, p. 61.

(28) *Ibid.*, p. 16.

(29) Cfr. CROW, Th. (2002). «Modernidad y cultura de masas en las artes visuales» en *El arte moderno en la cultura de lo cotidiano*, Madrid, Akal, Madrid, p. 42.

(30) STALLABRASS, J., *High Art Lite, ob. cit.*, p. 16.