
NOTAS SOBRE LA OBRA “*DE ANGELIS*”. FILOSOFÍA, MERCADO Y POSTMODERNIDAD¹

Soledad Murillo de la Vega

Universidad de Salamanca
E-mail: smurrillo@gugu.usal.es

RESUMEN

José María Ripalda consigue unir en su texto tres dimensiones sociales: el pensamiento reflexivo de la filosofía que le permite interrogar la realidad, la nueva imagen del mercado, que sigue esquemas de consumo cultural, y el espacio urbano como generador de identidades en las sociedades contemporáneas.

En un nonográfico sobre la expresión artística, cabe recomendar el texto de José María Ripalda, porque con él se tiene la gran oportunidad de viajar mirando de otro modo. El autor nos recomienda que lo hagamos *aprendiendo a aprender*, es decir, asumiendo el riesgo de contemplar edificios, arquitecturas, performances, como si no lo hubiéramos visto antes. Este libro contiene en sí mismo muchos textos. Recorre la historia de la modernidad a la postmodernidad, a través de doce capítulos que abarcan desde la Ilustración, o el Romanticismo alemán, pasando por la casa de Frank Gerhy, en Santa Mónica, hasta el discurso cinematográfico de la Metro Goldwyn Mayer. Hay una idea transversal en todos ellos, la intención de articular materiales, aparentemente antagóni-

¹ José María RIPALDA, “*De Angelis*”, Filosofía, mercado y postmodernidad, Ed. Trotta, Madrid, 1996.

cos: lo tradicional y la irrupción de una sociedad descentralizada y vertiginosa. Su título ya nos da una pista: *De Angelis*. En él se hace referencia a una misa cantada en el puerto Beratón, una experiencia que le sirve de pretexto al autor para enlazar dimensiones con las que estamos obligados a entendernos a diario: la memoria de la costumbre, con una sociedad técnica y fría. Lo local y lo global, el territorio y la virtualidad, lo personal y la diversidad. No hay sedimentaciones, ni se detiene el reloj hasta entender los significados sociales. Los cambios se suceden hasta lograr contagiarnos la velocidad por asimilar lo que acontece en el mundo. Indefensos, pero también fascinados, como se quedó Baurillard en su «descubrimiento» de América.

Según vamos leyendo el texto, vemos alteradas nuestras coordenadas temporales, no hay autores y contextos que obedezcan a leyes cronológicas. Nos describe la estética de Hegel, la ciudad de Walter Benjamin, la factoría Disney, o el compromiso en el diseño de la Bauhaus, sin atarnos a una continuidad cronológica (he de advertir que el propio texto pudiera parecer un tanto des-cronificado: no es una ¡«novedad»!). Estando en la Duke University y con el estímulo de Frederic Jameson, de cuyas «cartografías cognitivas», como las describe José María Ripalda, surge la idea de este libro. El autor se presenta en el oficio de filósofo: aquel que no está dispuesto a renunciar a la sustancia, es decir, a situarse al margen de ángeles y demonios, sin lugares que proteger. En el capítulo «Filosofía y Posmodernidad» nos habla de su posición respecto a la filosofía, y, a su vez, de ésta con la realidad, en una sospechosa coincidencia con las vanguardias artísticas, tan complacientes con los intereses y las hegemónías del gusto.

Siguiendo con su intención de mezclar contextos, realidades y discursos, el texto intercala fotografías de aquellos edificios que desafían la verticalidad, o la racionalidad geométrica, así como cuadros de Andy Warhol o Van Gogh. Un ejemplo de ello, de cómo se renuncia a la lógica en la construcción, la vemos en el proceso que sigue el famoso arquitecto Frank Gehry, cuando adquiere una casa de los años veinte en Santa Mónica. Por «debajo» de su *status*, pero con la misma certeza de un consumidor que se prenda de lo mínimo, Gehry trasmuta la vivienda, y con ella, las formas de creación arquitectónica, la disparidad de planos que no se pliegan a materiales ni espacios convencionales. Ripalda nos describe, paso a paso, su progresiva redefinición de la misma (seis fotografías nos ayudan a seguir sus explicaciones). Aísla sus paredes con paneles de cristal, da la espalda a una ciudad, que ya la había arrinconado previamente, en un barrio remodelable. Gehry separa la fachada del interior, rompe el entorno y lo respeta a la vez. En resumen, algo imposible de clasificar. No hay canon porque el modelo ha caducado (ya lo hizo antes el referente) y todo es ideación del arquitecto (¿o habría que llamarle artista?) que ha decidido perder para siempre la perspectiva.

Y si tenemos la creación por la creación, la sociedad postmoderna conoce de reglas menos estéticas: las que se fragan por el intercambio monetario del que participan las formas artísticas (la *tejne*). La única jurisprudencia es la del

mercado, los museos se visitan en relación directa con su «oferta de lanzamiento». Una obra de arte se contempla o se ignora, en función de su marketing. De esta manera analiza la sociedad contemporánea. Una sociedad virtual, desprovista de centros, desde los que defender una identidad a prueba de interpe-laciones. No hay referentes, ni formas únicas de conocimientos. De hecho el mejor punto de observación es la periferia, lo que no equivale a «margen», por muy estético que éste sea. Porque bajo la opulencia se agazapa la miseria. En la megalópolis de Los Angeles, el «vector cielo» —los edificios que se hicieron famosos gracias al cine— resguardan en su sombra el «vector inferno», el mismo inferno de la jeringuilla en el centro financiero de Francfort: «esto sí es postmodernidad», dice Ripalda. En su capítulo «Ilustración y Postmodernidad», nos sugiere reflexionar sobre lo que supuso un hacer positivista en la producción, donde el sujeto kantiano (autorreferenciado) ha de soportar la paulatina fragmentación de un mercado productor, no tanto de materia, como de significados globales, origen último de la moderna descentralización de los individuos.. o *cyborgs* («seres, no necesariamente humanos, con prótesis que les permite el acceso a realidades de alta tecnología»).

Pero también carecen de centro las ciudades postmodernas. No existe un lugar monumental, una matriz histórica, los entornos urbanos son mutantes, hasta tal punto que no hay lugar a la nostalgia. Si dejamos pasar el tiempo se vuelven irreconocibles. Son ciudades donde el arte ya no está en los museos, ha llegado a ser la materia primera en la construcción. En cambio, en Europa, sí podemos volver al pasado en París, Viena, Florencia o Salamanca, pero esta habitabilidad también define formas de conocimiento, más propensas a las adhesiones y a «institucionalizar» saberes y descubrimientos. Ripalda afirma: «No hay mayor estímulo para un intelectual europeo que cruzar el Atlántico» en una clara alusión a las limitaciones eurocéntricas. Pero no reniega de la cultura europea, la que aportaba sentencias como la de Peter Bürger: «No tengo nada que ver con el arte y esta es la única posibilidad que queda por hacer algo por el arte». Así comienza el capítulo de «Arquitectura y Diagnóstico de la Postmodernidad», concepción a la que se oponía Manfredo Tafuri en la Escuela de Arquitectura de Venecia. Sin embargo, el gran acierto de Ripalda es no repeler ni dejarse atrapar por la fascinación de la maquinaria postmoderna, señalando lo episódico de la sociedad de los objetos y el consumo, y rescatando polémicas tan estimulantes como las de Heidegger y Shapiro, a propósito del cuadro de Van Gogh: «Un par de botas», donde nos desvela lo que de filosófico y político encierra esta discusión.

Como el conocimiento se nutre de la experiencia, nuestro autor introduce a Oteiza y Chillida para mostrar la idea heideggeriana de cómo se incardina el arte en la tierra. La obra se cierra con un capítulo dedicado a otro registro, el lenguaje del celuloide: *Vidas cruzadas* y *Pulp Fiction*, son seccionadas por el autor, personajes, estilos, planos, sensaciones. Al final, resulta que nuestro tiempo transcurre frente a una pantalla. «El televidente se parece al fumador pasivo», dice Robert Hughes; y conseguir la distracción parece ser el único

motivo de ocio, añade Ripalda. Su libro, lo haya pretendido o no, produce el efecto de separar el brillo de las imágenes, y logra disminuir tanta banalidad recobrando viejos hábitos de reflexión.

ABSTRACT

José María Ripalda successfully combines three social dimensions in his paper: the reflexive thought of philosophy which enables him to question reality, the new image of the market which follows patterns of cultural consumption, and urban space as a generator of identities in contemporary societies.

TEXTO CLÁSICO