

La otra pintura. Acercamiento a un fenómeno pictórico-industrial

Rafael Calbo Such
Pintor y diseñador gráfico

RESUMEN

El presente trabajo se centra en el análisis de una determinada producción pictórica y su desarrollo comercial surgida en la década de 1950 en las comarcas alicantinas de L'Alcoià y El Comtat.

Un fenómeno pictórico-industrial de una producción artística que elabora una pintura-simulacro (efecto simulador de estilos artísticos predecesores) y que ahora se encuentra en proceso de desaparición debido, entre otras causas, a la deslocalización industrial de este producto y al descenso de su demanda.

El estudio de campo de esta industria artístico-decorativa sirve de base para observar las relaciones y convivencias con la creación plástica contemporánea, entendida como obra de arte.

Palabras clave: Pintura / Artesanía / Artes decorativas / Procesos industriales / Estética de las Bellas Artes.

ABSTRACT

This research focusses on the analysis of a particular painting production and its commercial development that originated in the north of Alicante in the regions of l'Alcoià and El Comtat in 1950s.

The pictorial and industrial phenomenon of the artistic production of mock paintings –referred to its simulation of former painting idioms– which is now disappearing due to the industrial relocation of this product and the decrease of market demand among other causes.

The field study on this artistic and decorative industry is the foundation to establish its contacts and coexistence with contemporary artistic creation understood as a work of art.

Keywords: *Painting / Crafts / Decorative Arts / Industrial processes / Aesthetics of Fine Arts.*

La expresión metafórica *la otra pintura*, sirve para centrar la atención en una forma de producción pictórica y su comercio surgida en la década de los cincuenta del pasado siglo en las comarcas alicantinas de L'Alcoià y El Comtat, pertenecientes a la Comunidad Valenciana, es decir, para observar un aspecto de la realidad “artística” de la zona indicada. El entrecomillado sirve para señalar una actividad que, aunque tiene que ver con la representación artística, dista mucho de lo que se supone es una actividad creativa en el sentido más amplio del término.

En el territorio referido, la denominación popular por la que se le reconoce a esta actividad, en una interlocución, es la de *pintura comercial*. Denominación que se extiende a todo el territorio nacional. Un fenómeno industrial de la producción artística que ha perdurado durante varias décadas en esta zona alicantina y que ahora está prácticamente agotado, entre otras cosas, por defecto en la demanda al modificarse las costumbres sociales y decorativas que lo generaron.

La revisión, análisis y estudio de esta industria en proceso de cambio o desaparición,

se hace necesaria para tomar en consideración el vacío generado por una concepción del arte entendido como producto exclusivo, solamente al alcance de unos pocos. Un vacío que se llena con un simulacro pictórico accesible a las clases medias que ven cumplidas sus aspiraciones de poseer una “obra artística”.

Hasta el momento no se han detectado estudios exhaustivos y rigurosos sobre este tema, posiblemente, porque en la época de su mayor actividad, en su mayor parte, se concentraba en la economía sumergida, cuestión que no propiciaba la disposición de muchos de los agentes protagonistas a dar la información requerida para este tipo de estudios. Cabe mencionar el artículo *¡De la pared al sofá!* escrito por Christopher Reed¹ de la Universidad de Chicago que resulta de interés y que más adelante se tratará con más detenimiento.

En primera instancia, es conveniente observar y detenerse en ciertos aspectos socioeconómicos, así como de la visión y la sensibilidad hacia las artes plásticas de un grupo social que empezaba a ser consumista después de una etapa en la que la sociedad española careció de lo más fundamental.

CONTEXTO SOCIOECONÓMICO

En la década de los cincuenta la maltrecha economía española empieza a mostrar signos de recuperación económica “Poco a poco, el realismo fue minando las fantasías autárquicas de los economistas, que pretendieron hacer virtud doctrinal de un aislamiento impuesto por las circunstancias. Este cambio de táctica propició que entre 1950 y 1957 sobreviniera la primera fase del desarrollo industrial [...]”². Pues bien, en este contexto de incipiente desarrollo económico se inició este comercio, es decir, parte

- 1 REED, Christopher: *¡De la Pared al Sofá! El Arte de Sofá y la vanguardia analizados*. [En línea]. Estudios Smithsonian de Arte Americano, Vol. 2, No. 1 (invierno, 1988), pp. 32-43. Publicado por: Prensa de la Universidad de Chicago por encargo del Museo Smithsonian de arte Americano. URL fijo: <http://www.jstor.org/stable/3108963> Accedido: 13/09/2009 15:37. [Consulta: 28 de marzo de 2012]. (Original escrito en inglés).
- 2 LECUONA LÓPEZ, Manuel y PASTOR CASTILLO, Javier: *Mueble. Aproximación a la industria del sector del mueble de la Comunidad Valenciana*, pp. 312-313. En: GIMÉNEZ, Rufo y SAMPIETRO, Agnese: *Dos siglos de industrialización en la Comunidad Valenciana*. Valencia, Ruzafa Show Ediciones, 2007.

de una época en la que una clase social media emergente empieza a disponer de unos medios relativos que le permiten adquirir ciertas obras ejecutadas con la técnica del óleo y, de este modo, tener una obra de “arte” en su entorno vital; en realidad, una pintura destinada a satisfacer una incipiente demanda decorativa y que otorgaba cierto prestigio social al que la poseía. Esta primera fase de su nacimiento como actividad económica la podemos denominar *Proto-comercio*.

Se pueden establecer ciertas analogías y paralelismos, que convendrá matizar más adelante, en la Holanda del siglo XVII donde el avance de una incipiente burguesía comerciante demandaba unas obras lejos de los temas históricos, cortesanos y religiosos que hasta ese momento constituía la producción artística. Hauser³ describe de manera pormenorizada la situación holandesa que tiene ciertas similitudes –y por supuesto muchas diferencias– con la que se ha vivido en el comercio que emerge en los años cincuenta del pasado siglo en las comarcas referidas de L’Alcoià y El Comtat.

Unos inicios *Proto-comerciales* que se sitúan en torno a la figura y personalidad de Carlos Vila Monllor, natural de Alcoi y, entonces trabajador del Banco Central; a la del pintor Daniel Pastor y a la tienda de Francisco Miró situada en la calle Fuente del Oro de Alcoi. Daniel Pastor le compraba a Francisco Miró tubos de pinturas y pinceles, muchas veces a cambio de pequeñas tablillas pintadas por el mismo Daniel pues este último carecía de dinero con qué pagarle. Carlos Vila que era amigo de Francisco Miró al ver aquello pensó en que esas tablillas pintadas se podrían vender fuera de la ciudad. Su primera salida, como representante de la empresa *Francisco Miró*, la realiza a Valencia en la que consigue un buen nivel de ventas, cuestión que le anima a continuar y a realizar un segundo viaje a Barcelona también con gran éxito. Eran formatos

pequeños, tamaños de 5 x 7, 8 x 10 y 10 x 12 cm. pintados, como ya se ha apuntado, sobre tablillas y cartones. En este periodo entra a formar parte de la empresa Vicente Cerdá que aunque entró a trabajar como pintor, más tarde se independizaría, se dedicaría a la venta de cuadros y crearía su propia empresa. Por su parte, Carlos Vila también montó su empresa después de la prematura muerte de su amigo y jefe Francisco Miró. Por tanto, se puede afirmar que, tanto Carlos Vila como Vicente Cerdá, fueron los pioneros de este comercio artístico-decorativo. Ambos siempre mantuvieron un gran rivalidad en la búsqueda y captación de mercados y clientes, así como en la de conseguir los mejores pintores comerciales.

A finales de los cincuenta y principios de los sesenta se produce el verdadero desarrollo del tejido productivo autonómico, debido en gran parte al Plan de Estabilización de 1959, cuestión que no difiere en líneas generales del que afecta al conjunto de la economía española, aumentando la demanda del mercado de elementos del hogar. A propósito de esto Manuel Lecuona y Javier Pastor dicen hablando concretamente del sector del mueble:

A comienzos de la década de los sesenta se produjo un rápido proceso de transformación de la industria valenciana del mueble, que sentaría las bases de desarrollo hasta mediados de la década de los setenta, en lo que corresponde a cifras de producción, empleo y modelo empresarial, todo ello derivado de una demanda activa y creciente. Activa tanto en su vertiente interior como exterior. Interior por el fuerte incremento de la construcción tanto del segmento de la vivienda como en el turístico, así como por la creciente capacidad adquisitiva del consumidor [...]4.

3 HAUSER, Arnold: *Historia social de la literatura y del arte 2*. Barcelona, Labor 1994. cfr., pp. 138-146.

4 LECUONA LÓPEZ, Manuel y PASTOR CASTILLO, Javier: *op. cit.*, p. 316.

En esta época, sobre todo en el periodo de 1962 a 1980, es en el que este comercio pictórico se consolida como un subsector dentro del sector del mueble. Por otro lado, otro aspecto importante que influye en el auge y consolidación de este comercio es el del turismo que empieza a llenar nuestras costas y que, además de tostarse al sol, busca un recuerdo artesanal con un tipismo estereotipado de lo que se supone que era el aspecto pictórico de dichas costas. En esta época Carlos Vila tuvo a los mejores pintores comerciales, algunos de ellos incluso han alcanzado un cierto prestigio y nombre, entre ellos estaban: Paco Barrachina, Ramón Castañer, Vicente Moya, Pepe Costa el de Gata que firmaba Joma, Carleti que hacía marinas, Jorge Sellés, Trelis, Huertas, Ferris, Juan Martorell, Vicente Sánchez Navarro, Santiago Escudero, Conrado Meseguer, Vicente Sánchez, Alberto Mora, Rafael Fuster, Francisco Calabuig, José Vila (*Pepe el de Gayanes*) y Juan Senabre. Los seis últimos en el año 1964 deciden irse y fundar la *Cooperativa Sorolla* ubicada en Muro de Alcoi. Más tarde, en el 74, uno de los pintores, Juan Senabre, emprendió la creación de *Markestil, S.L.*, empresa dedicada a la fabricación de molduras. En esta época también aparece la empresa de Juan Ramis Santamaría *Bastidores Jurasa, S.L.*, como su nombre indica dedicada a la fabricación de bastidores. Por otro lado, también se funda una de las industrias más conocidas de la zona, *Lienzos Levante, S.L.* dedicada a la manufactura de lienzos, bastidores y pinturas con las marcas Pescador y Españolito, las más utilizadas por los pintores comerciales debido a su precio competitivo.

Se puede establecer un tercer periodo que va desde 1980 hasta el 2003 en el que el mercado evoluciona, se diversifica y se expande. Aparecen nuevos marchantes, nuevas empresas y nuevos pintores. Para Darius Tudela Cerver (hijo de Juan Tudela Beneyto, (*Lienzos Levante, S.L.*) y para Fernando Ramis Jover gerente de *Bastidores Jurasa, S.L.* en esta época se produce el *boom* de la pintura comercial, este último lo centra en la calleja y la marina. Anteriormente se ha comentado que uno de los motivos del auge y conso-

lidación de este comercio fue la llegada masiva turística, pues bien, la calleja y la marina se produce como un artículo económico, un *souvenir* que el turista se lleva como una representación de las costas que visita, una representación tan estereotipada que poco o nada tenía que ver con el verdadero aspecto de dichas costas. Darius Tudela Cerver especifica que en los noventa la pintura decae en cuanto a la calidad. Para Juan Senabre González, en cambio, este *boom* lo sitúa en los años sesenta.



Fig. 1.- Aspecto de la típica calleja-marina.
Fotografía realizada por el autor.

Un cuarto periodo en el que se podría establecer el declive y recesión de esta industria. Aunque todos parecen estar de acuerdo en situar el 2003 como el inicio de esta curva descendente, lo cierto es que a finales de los noventa se empieza a notar cierta bajada, puede que todavía imperceptible en la mayoría de los casos. Casi todos parecen coincidir en las causas de este declive, salvo en el caso de Carlos Vila Monllor que con una visión un tanto parcial y superficial lo centra en la figura del entonces Presidente del Gobierno. Los demás empresarios sitúan las causas, por un lado, en

la importación masiva de pintura china (pintura que viene en contenedores, trailers con telas pintadas a muy bajo precio y que acaban inundando el mercado), aunque Fernando Ramis Jover matiza que la importación de la pintura china no ha sido la causa principal, sino que ha contribuido a acelerar el proceso de recesión. Por otro lado, otro de los motivos causantes del declive de esta industria lo sitúan en el cambio de “gusto”, y en la desaparición del marco con la llegada del cuadro abstracto. A este respecto, cabe señalar que la mayor parte de la ganancia se encuentra en el marco, en la gran cantidad de molduras que se colocan en cada cuadro.

Como podemos apreciar se creó todo un sector industrial alrededor de un comercio decorativo que nació en la década de los años cincuenta como una actividad económica, en un principio, modesta, un periodo al que se le puede calificar *de proto-comercio*; un segundo periodo *de consolidación*, situado desde principios de los años sesenta hasta finales de los setenta; un tercero *de expansión*, desde los inicios de los ochenta hasta principios del dos mil; finalmente, el *de declive* desde principios del dos mil en adelante.

Una actividad económica que se sitúa en una zona conocida por su carácter industrial “[...] el corredor industrial Alcoi-Cocentaina-Muro ha tenido en la carretera N-340 un eje de desarrollo axial que, desde los años sesenta y setenta, ha favorecido la implantación de industrias en los municipios rurales por la congestión y carencia de suelo industrial en Alcoi (Pérez 1997)”⁵. Efectivamente, como también ocurrió con otros sectores, en Alcoi está el origen de este tipo de comercio, extendiéndose a las poblaciones vecinas por las razones que se describen en la cita.

La ciudad de Alcoi tiene una tradición industrial y empresarial muy arraigada que se de-

muestra por el hecho de que ya en el siglo XIV existía el primer gremio conocido de peleteros “[...] (de 1316 data el primer gremio conocido, el de los paraires de Alcoi) en las serranías del interior se desarrolló una pañería de baja calidad. Esta actividad se concentró en pequeños núcleos semiurbanos que orientaron su producción a mercados cada vez más lejanos y aumentaron su especialización y la calidad de sus productos”⁶. Esta tradición se desarrolla durante los siglos siguientes, evolucionando de forma muy temprana hacia un sistema centralizado de producción fabril “[...] a mediados del siglo XIX las únicas fábricas, en plena auge de la palabra, se encuentran ubicadas en Valencia, Alcoi, Morella, Segorbe, Enguera y Ontinyent”⁷.

En este contexto de industrialización empieza esta actividad a medio camino entre lo artesanal y lo industrial. Este carácter semiartesanal también viene precedido por una larga tradición en la zona, ya que el 6 de mayo de 1886 el Ayuntamiento de Alcoi pide al Ministerio de Fomento el establecimiento de una escuela de artes y oficios con el objetivo de superar la crisis que se venía arrastrando desde 1835 debida principalmente a la sequía y al colera, de hecho ya se había creado una escuela industrial para subsanar la falta de formación de la clase obrera, ahora se intentaba aunar las artes con la producción industrial como una forma más de superar la mencionada crisis. Finalmente el 15 de enero de 1888 se inauguraba dicha escuela con un planteamiento dirigido a que los obreros aprendieran nociones de física, química, mecánica, materiales de construcción, dibujo geométrico, dibujo de adorno y nociones plásticas dirigidas al dibujo para su aplicación en el vaciado y modelado en escayola y en madera, incluso el arte de la escultura. Tras diversas vicisitudes la escuela de artes y oficios desapareció, seccionándose en

5 MARTÍNEZ PUCHE, Antonio y PÉREZ PÉREZ, David: *Sistemas productivos locales, áreas y corredores industriales en la Comunidad Valenciana*. ROMERO, Juan. et al.: *La periferia emergente*. Barcelona, Ariel 2001, p. 312.

6 TORRÓ GIL, Lluís: *Textil. Génesis y desarrollo de la industria textil valenciana. Un esquema*. En: GIMÉNEZ, Rufo y SAMPIETRO, Agnese: *Dos siglos de industrialización en la Comunidad Valenciana*. Valencia, Ruzafa Show Ediciones, 2007, p. 95.

7 REIG, Ernest: *Historia breve de la industria valenciana*. *Ibid*, p. 31.

1956 en la escuela municipal de bellas artes y en la de maestría industrial para reaparecer en 1974 tras la petición de un grupo de profesores de bellas artes que vieron de nuevo la necesidad de unir las artes y la actividad industrial⁸.

Como ya se ha comentado anteriormente, el comercio de esta pintura se ubica como un subsector dentro del sector del mueble, de hecho las ferias que acuden los empresarios como Carlos Vila Monllor para vender y promocionar sus productos han sido las del mueble a excepción de llamada *Arte cuadro* creada por el mismo Carlos Vila junto con el gerente de *Adhisa* (empresa dedicada a la fabricación de molduras ubicada en Madrid) y otros empresarios del sector. Por otro lado, el marco se puede considerar también un complemento del mobiliario y una parte fundamental del producto pictórico comercial. El turismo, como también se ha comentado, ha sido uno de los pilares del mantenimiento de este comercio, sobre todo en las décadas de los años ochenta y noventa. La adhesión de España a la Comunidad Europea supone una evolución de este sector pues la mayor parte del turismo extranjero procede de los países europeos. Por otro lado, la guerra del Golfo de 1991 supone el deterioro turístico de países competidores como Marruecos y Argelia. No hay que olvidar que para Juan Tudela Beneyto y Fernando Ramis Jover estos fueron los años de mayor nivel de ventas de bastidores y lienzos. En cambio, para el cuadro comercial de mayor nivel no es su mejor época, aunque en ciertos ámbitos se mantiene, el cambio de las modas en el mueble, sobre todo durante los años noventa, van a suponer un ligera curva decreciente en el nivel de ventas de este tipo de cuadros. Por otro lado, desde los años ochenta el mueble tradicional que venía siendo el que mayor oferta tenía en el sector, empieza a sufrir una escalada en sus costes de producción “[...] los elevados márgenes comerciales implicaron un precio de venta al público elevado, que hizo que el consumidor

no se sintiera motivado en la compra, máxime si se tiene en cuenta que la renovación en diseño y estilo no se había producido de modo significativo durante los últimos años”⁹. Por una parte, el cambio de “gusto” del consumidor y, por otra, el encarecimiento del mueble tradicional a favor del moderno, va a provocar la aparición del cuadro abstracto carente de marco. Cuestión que, a partir de este momento, va a ser una constante creciente en el futuro, sobre todo con la sustitución de los antiguos almacenistas por comercializadoras como *Ikea* que venden el “Mueble Kit” fabricado en serie, desmontado, de fácil montaje, provisto de embalaje para la manipulación, transporte y almacenaje. Este mueble conlleva otro tipo de decoración distinta a la que iba asociada al mueble tradicional. Aunque en el fondo, el cuadro sigue siendo un mero complemento sin más trascendencia que llenar huecos y combinar con las cortinas o con el estampado del sofá.

En el ámbito cultural y artístico los años ochenta se caracterizan por la entrada de la posmodernidad, y tras un periodo de conceptualismos y de desmaterialización de la obra artística, la vuelta a la pintura de caballete desde ópticas revisionistas del pasado, la vuelta a formas expresionistas o, mejor dicho, neoexpresionistas de representación. A este respecto la feria de *Arco*, a pesar de nacer con vocación comercial realiza, sin embargo, un gran papel difusor sin precedentes del arte contemporáneo en España. No cabe duda que esto produce un cambio en la orientación en los “gustos” del gran público.

Una parte importante de la producción en esta industria pictórica, la que corresponde al pintor, ha sido economía sumergida en la mayor parte de los casos, cuestión de tradición arraigada también en la economía de la zona y en gran medida en la economía valenciana, como dice Julia Salom y Juan Miguel Albertos refiriéndose al desarrollo económico experimentado

8 MESTRE MOLTÓ, Josep Albert: *Història de l'escola d'arts i oficis d'Alcoi*. Alcoi, Centre Alcoià d'Estudis Històrics i Arqueològics, 2008. cfr., pp. 25-82.

9 LECUONA LÓPEZ, Manuel y PASTOR CASTILLO, Javier: *op. cit.*, p. 333.

en los sesenta en la Comunidad Valenciana “[...] las empresas valencianas compiten en base a la existencia de una mano de obra barata, con una cierta cualificación o con una tradición artesanal [...]”¹⁰. La economía sumergida es una de las formas más eficaces para conseguir la citada mano de obra barata, pero veamos qué significa el concepto desde el punto de vista de Gershuny:

La categoría de empleo B se refiere al empleo en un proceso de manufactura que se inserta en el sistema de producción formal pero que, sin embargo, no forma parte de él. [...] Se les paga cantidades reducidas por pieza efectuada, trabajan en su domicilio, no gozan de la protección de un sindicato ni de legislación oficial “Seguridad e higiene en el trabajo”, no pagan impuestos y sus empleadores, a su vez, tampoco pagan por tenerlos empleados¹¹.

La situación descrita corresponde a una parte del colectivo de pintores-artesanos, los que han realizado un producto de bajo coste y de forma seriada, han estado inmersos en esta actividad económica pero que, como dice la cita, no han llegado a formar parte íntegra de dicha actividad, no controlaban los precios de los productos que manufacturaban y su situación ha sido de cierta precariedad. Sin embargo, también han existido pintores comerciales, los que han producido piezas de una mayor calidad pictórica, que de algún modo les beneficiaba una situación de cierta libertad de horarios y obligaciones, pues han tenido la oportunidad de ejercer un mayor control sobre el producto que han realizado ya que la calidad de éste ha provocado que su demanda haya sido mayor que la oferta. En este contexto se produce una situación de relativa complicidad como explica Vittorio Capecchi:

[...] se puede distinguir entre una relación de explotación o bien de complicidad. Se tiene una relación de explotación cuando el actor más fuerte utiliza este mayor poder para explotar al más débil [...]. Se tiene en cambio una situación de complicidad [...] cuando permanecer en la economía informal es conveniente para ambos¹².

Por tanto, se han dado las dos situaciones, sobre todo dependiendo de la calidad de las piezas que se han realizado por cada pintor-artesano. Por un lado, la figura del pintor más afín a la actividad artística, pero con una relativa autonomía y, por otro, la del pintor-artesano en serie, de producto mucho más asequible y enfocado al turismo costero que, a priori, sí es propicio a padecer una verdadera situación de explotación, sobre todo, en los últimos años. Con todo, conviene aclarar que estas dos situaciones –de explotación o de complicidad– no siempre se han dado de la misma manera en las diferentes épocas, ya que la fuerte demanda de producto barato (década de los ochenta) hace que también en este tipo de mercado se produzcan situaciones intercambiables y el pintor-artesano tenga la posibilidad de especular con el objetivo de conseguir el mejor postor para sus productos. A título informativo, apuntar que ha existido un acuerdo tácito entre marchantes y pintores por el que los lienzos son proporcionados por el primero y los demás gastos (pintura, pinceles, aguarrás, etc) corren a cargo del segundo. En ocasiones, el pintor ha trabajado en su propio estudio, lo que conlleva también el gasto de la luz y el alquiler si es el caso; en otras el marchante proporcionaba el local, asumiendo los gastos citados en último lugar.

¹⁰ MARTÍNEZ PUCHE, Antonio y PÉREZ PÉREZ, David: *op. cit.*, p. 70.

¹¹ GERSHUNY, J. I.: *El papel de la economía informal en la sociedad postindustrial*. En: SANCHIS, Enric y MIÑANA, José: *La otra economía. Trabajo negro y sector informal*. Valencia, Edicions Alfons el Magnànim 1988, p. 178.

¹² CAPECCHI, Vittorio: *Economía informal y desarrollo de especialización flexible*. *Ibid.*, p. 333.

FABRICACIÓN DE ÚTILES

La fabricación de los útiles, soportes y complementos pictóricos, en cambio, ha estado inmersa en la producción formal, unos procedimientos, en muchos casos, basados en las formas tradicionales pero adaptadas a procesos más mecanizados e industriales para poder satisfacer la gran demanda que ha existido en determinadas épocas en este comercio. En la fabricación del bastidor se pueden diferenciar dos clases de productos: uno más económico, enfocado a una pintura de baja calidad y bajo precio en el que prácticamente no han habido cambios en los métodos de producción y fabricación; y otro de mayor calidad, en el que los acabados han ido evolucionando para adaptarse a las exigencias de una pintura de un coste y profesionalidad más elevada que han exigido de cierto grado de ingenio para solventar algunas cuestiones de índole práctico, como es el caso de los ensamblajes cuyas horquillas curvas abrazan y sujetan con mayor fuerza y resistencia los remates de los listones con los que se ensamblan (anteriormente las horquillas eran rectas y, por consiguiente, el bastidor era menos resistente). Otro ejemplo de la evolución del bastidor es la curvatura practicada en la cara interior de los listones con el objeto de que la tela no se marque con la presión del pincel, así como las aristas redondeadas de dichos listones para evitar el deterioro que, con el paso del tiempo y con aristas duras, se produce en la tela. Todas estas aportaciones se han introducido en el llamado Bastidor Levante de la empresa *Lienzos levante S.L.*

En el lienzo es donde mejor se aprecia la adaptación de las formas tradicionales de preparación a los procesos mecanizados para satisfacer la ingente demanda que en las épocas de mayor nivel de ventas ha tenido el producto pictórico comercial ya que, aunque se han utilizado las mismas materias primas y los mismos pasos en la preparación de la tela, se ha imprimado y todavía se imprima a gran escala. La tela se sujeta a unos marcos que tienen de largo 10 metros y se pueden colocar por delante y por detrás, luego mediante dispositivos mecánicos se impregna, primero de cola de conejo y, más

tarde cuando la cola ha secado, se realiza la imprimación de pintura blanca. En cuatro días se realizan treinta ramos con 10 metros de tela a cada lado que suman 600 metros de tela imprimada en esos cuatro días.

La fabricación de la pintura ha sido una cuestión importante para la práctica pictórica comercial pues se ha conseguido una calidad equilibrada con el precio resultante, sobre todo en lo que a la marca Española se refiere. Lo cual ha sido uno de los factores que ha permitido que el pintor pudiera realizar pinturas con un precio asequible.

En cuanto a la fabricación del marco, la evolución ha sido claramente a favor de los procesos más mecanizados, abandonándose las técnicas tradicionales, como las tallas y los dorados manuales. El objetivo ha sido abaratar costes, sobre todo en los últimos años, como consecuencia de la bajada de la demanda.

LA PRÁCTICA PICTÓRICA COMERCIAL

Conviene ahora centrarse en los procesos de creación y en las influencias estéticas y estilísticas de lo que ha sido el centro, el objeto principal que generó toda esta industria, el *cuadro comercial*, para ello será muy útil la división en los cuatro periodos que se ha realizado anteriormente. El estudio y análisis de la práctica pictórica comercial necesariamente está inmersa en la técnica del óleo que, como se ha apuntado anteriormente, es la técnica que se ha utilizado prácticamente en la totalidad de la producción pictórica comercial. Tradicionalmente en las bellas artes ha sido también la técnica más valorada por su ductilidad, plasticidad y capacidad representativa.

Primer periodo (1950-1962)

En los inicios de este comercio, en la etapa que se ha denominado *proto-comercial* ha tenido mucho peso la “manera” de concebir la ejecución de las primeras pinturas realizadas por Daniel Pastor, los llamados, en el contexto de la industria comercial, “Pastorets”. Como también se ha visto, al principio se comercializan

cuadros de pequeño formato de 5 x 7, 8 x 10 y 10 x 12 cm, realizados sobre tablillas o cartones que condicionan de alguna manera la técnica, así como la necesidad de la rápida ejecución de los mismos, pues hay que sacar la máxima rentabilidad al trabajo artesanal que requiere siempre de un proceso lento. Motivos y composiciones muy simples, un camino, montañas o mar al fondo realizados con limitadas tonalidades y matices, con cierta habilidad y destreza en la pincelada, efectos y tratamiento del tono más desvaído para lograr la sensación de profundidad. Merece la atención especial el tratamiento de los árboles y vegetación, ejecutados con golpes de brocha colocada en posición casi vertical sobre la superficie de la tablilla, una forma efectista y rápida de conseguir el aspecto de estos motivos habituales en los cuadros clásicos y barrocos.



Fig. 2.- Ejemplo de paisaje de los llamados “Pastorets”, atención especial al tratamiento de la pincelada de los árboles imitando el estilo clásico y barroco. Imagen cedida por Juan Senabre González.



Fig. 3.- Naturaleza muerta con similar imitación de los efectos lumínicos clasicistas mediante pinceladas rápidas y efectistas. Imagen cedida por Juan Senabre González.

En el tratamiento de las flores y naturalezas muertas se observa la misma intención de plasmar el clasicismo aludido anteriormente con similares golpes de efecto. Los fondos tienen prácticamente el tratamiento de las primeras capas que se aplican en los primeros pasos de una obra pictórica pero matizando y contrastando más los efectos de luz y sombra. Los efectos lumínicos de los objetos se consiguen mediante la técnica de recoger con un extremo de las hebras del pincel una porción de color claro y aplicarlo con una pincelada rápida y con la presión adecuada para que se produzcan los efectos deseados, arrastrando sobre el color oscuro la parte que interesa que se mezcle para conseguir los medios tonos. Incluso en ocasiones, con la misma pincelada y recogiendo con un extremo de las hebras del pincel el tono más claro y con el otro extremo el más oscuro se consigue el efecto con un solo gesto.

En este periodo, los estilos y las influencias están todavía insinuados. La transcripción, ciertamente superficial, de algunos elementos y de formas de ejecución plástica tomadas del barroco y en ocasiones de ciertos matices apropiados del romanticismo, produce, vistos en la actualidad, una acusada sensación de ingenuidad. Estas influencias siempre hay que tomarlas con cierta relatividad pues no se buscan tanto los

aspectos de profundidad conceptual y plástica, sino lo que interesa, sobre todo, son los temas tratados y la sensación general aproximativa al carácter sobrio y de relativa elegancia decorativa. El tamaño pequeño de las piezas realizadas en este periodo impide explayarse en motivos complejos, por tanto, la nombrada transcripción de los temas se ve reducida a unos cuantos elementos básicos.

Si se observa con cierto detenimiento es bastante lógico que en estos inicios la mirada –evidentemente intuitiva– se dirigiera a los estilos y temas del barroco y del romanticismo. Hay que tener en cuenta que la cultura media no está muy formada en temas artísticos y, por consiguiente, valoran el carácter clásico que desprenden estas primeras piezas. Por otro lado, su función decorativa y de complemento del mueble obliga a una tipología de cuadros con reminiscencias del pasado. El mobiliario que todavía se sigue usando en esta época nada tiene que ver con las aportaciones funcionalistas de la Bauhaus, por el contrario, es un mobiliario que se mantiene en unas tendencias pseudo-modernistas, muebles de madera, en el mejor de los casos, o chapados con añadidos ornamentales de motivos vegetales. Evidentemente, el pasado al que aluden las pinturas no se corresponde con el del mobiliario, pero como ya se ha comentado, la cultura media en estos momentos no está en disposición de valorar estas cuestiones y estos matices propios de gente con un conocimiento mayor en temas estético-artísticos.

Segundo periodo (1962-1980)

En la segunda etapa, la de consolidación del mercado, llega el cuadro de mayor formato para colocarlo encima del aparador o del sofá (1962-80). El tratamiento pictórico y la técnica aplicada al cuadro, en general siguen siendo los mismos, aunque bastante más elaborados y trabajados. En este periodo es en el que mejor se aprecian las influencias temáticas y estilísticas referidas en el periodo anterior, además de desarrollarse de una forma más evidente; la transcripción se realiza con una mayor habilidad y

eficacia simuladora, cuestión ésta en la que tiene mucho que ver, por un lado, el mayor oficio y capacidad técnica de los pintores comerciales; por otro lado, el mayor tamaño de los cuadros que permiten una mayor recreación pictórica.



Fig. 4.- En estas representaciones de mayor tamaño la ejecución técnica sigue siendo la misma, aunque con una elaboración más cuidada y trabajada.

Imagen cedida por Juan Senabre González.

El tratamiento de los árboles es prácticamente el mismo que se ha visto anteriormente. La mayoría de las piezas son copias de reproducciones de libros o láminas a las que se les cambian algunos elementos o simplemente se suprimen. El resultado tiene un efecto aparente. Evidentemente no se utilizan las técnicas más arduas del pasado como las veladuras, sino que la técnica en este caso está al servicio de la eficacia efectista y rapidez de ejecución.



Fig. 5.- Similares efectos vistos en los paisajes “Pastorets”, pero con una mayor elaboración.

Imagen cedida por Juan Senabre González.

En esta época se ponen de moda también los cuadros de batallas navales, reproducciones más o menos fieles de este tipo de pintura épica. Actividades diversas alrededor de barcos varados en las orillas, en ocasiones combinados con elementos arquitectónicos, temas lógicos en el siglo XVII y que resultan de un anacronismo como mínimo chocante en la época de 1960. También es curioso, por un lado, el gusto por el bodegón abarrotado con profusión de objetos con mayor y menor suntuosidad, frutas y flores, en ocasiones con fondos de paisaje y, por otro, la complacencia romántica por la magnitud, fuerza e inmensidad natural reflejada, en esta década de los sesenta, por la temática de las marinas, muy populares desde entonces en este comercio.

En los años setenta se produce un cambio cualitativo en algunos pintores que consiguen un reconocimiento mayor que el resto por la introducción de una pincelada más ágil, más plana, con calidades más plásticas y más contemporáneas. La ejecución de la vegetación es completamente distinta a la descrita anteriormente, la de ahora tiene un tratamiento de pintura abocetada a la manera de la pintura al aire libre y directa del natural, así como un mayor dominio y control de los empastes, de las tonalidades y las calidades lumínicas. Este tipo de ejecución y pincelada va a ser durante muchos años el objetivo de muchos pintores y el baremo de los marchantes a la hora de valorar la calidad y el oficio de un pintor. Fue una evolución bastante significativa, si tenemos en cuenta que se trata de una práctica pictórica en la que no se producen grandes cambios ni rupturas. Aunque los temas y maneras pictóricas más clásicas continúan realizándose, empieza a emerger una tipología, sobre todo del género de paisaje, distinta en cuanto a su concepción y técnica, más contemporánea. Un paisaje derivado de un pseudo-impresionismo que provoca una renovación del

estilo clasicista hasta este momento imperante. Las influencias más notables hay que rastrearlas en pintores luministas españoles, en pintores de finales del XIX y principios del XX con un tratamiento de la pincelada, de la luz y del color derivados de las experiencias de la pintura *au plein air*, que obliga a una pintura de rápida ejecución (algo absolutamente concordante con los intereses de los pintores comerciales, es decir, realizar mucha producción en poco tiempo), interés en captar el momento lumínico fugaz e irreplicable, rechazo del modelado, utilización de sombras coloreadas, pinceladas sueltas, configuración de la forma y color de los objetos en función de la luz. Como dice Frederick Hartt¹³ en Europa y Estados Unidos no siempre se produce toda esta confluencia de elementos, ya que a veces sólo se sirven de algunos de ellos para profundizar en aspectos lumínicos del pasado o para ampliar efectos en la pintura de paisaje y en el realismo. Pintores como Mariano Fortuny, Santiago Rusiñol, Aureliano Beruete, Darío Regoyos; los valencianos: Joaquín Agrasot, Antonio Muñoz Degraín, Ignacio Pinazo, José Benlliure o Joaquín Sorolla, son las influencias más o menos conscientes, más o menos intencionadas de gran parte de los pintores de esta etapa en la práctica pictórica comercial. En muchos casos los pintores comerciales adscritos a esta “nueva” concepción pictórica consiguen un cierto reconocimiento, incluso un nombre y a partir de los años setenta empiezan a realizar algunas exposiciones en galerías y salas de trayectoria tradicional y producen una pintura que se puede calificar de propia, considerando el contexto en el que se desarrolla. Pintores como: Cerdá Gironés, Vicente Moya, Francisco Barrachina, Benigno Andreu, Román Francés, Rafael Fuster, Llorens Ferri que fue profesor de pintura en la Escuela Municipal de Bellas Artes de Alcoi o Francisco Calabuig.

¹³ HARTT, Frederick: *Arte, historia de la pintura, escultura y arquitectura*. Madrid, Akal 1989. p. 1.016.



Fig. 6.- Jardín pintado por Cerdá Gironés.
Imagen obtenida de fuente web.



Fig. 7.- Paisaje de Francisco Calabuig.
Imagen obtenida de catálogo.

Tercer periodo (1980-2003)

En este periodo el mercado se intensifica considerablemente y se inician nuevos pintores, muchos de ellos sin demasiada vocación, que ven en esta actividad una forma de ganarse la vida. Las copias que en este tipo de práctica pictórica siempre ha sido una constante, ahora, con esta nueva incorporación de pintores y marchantes con poca exigencia profesional, las copias aumentan, copias de copias que conducen inevitablemente al consiguiente abaratamiento del producto y a la bajada de la calidad de éste. En este sentido, cabe decir, que se producen influencias indirectas, es decir, la mirada de los pintores comerciales se dirige hacia pintores en activo que derivan de los maestros citados en el periodo anterior pero que no alcanzan su calidad artística, produciéndose una especie de manierismo que acentúa, todavía más si cabe, los estereotipos. Uno de estos pintores admirados

e imitados por los pintores comerciales en esta época es Elías Garralda, (Lesaka, 1926 - Olot, 2012) considerado uno de los principales exponentes continuadores de lo que se ha dado en denominar la escuela olotina¹⁴. Los paisajes de Garralda ofrecen un tratamiento bastante sistemático de los encuadres y de los resultados plásticos, estereotipos que han resultado muy útiles para la práctica emuladora de distintos pintores comerciales. Un manierismo que se acentúa en los cuadros de los pintores comerciales que siguen, con mayor o menor fortuna, su visión paisajística.

Aunque este tipo de temas y resultados pictóricos son los más apreciados y valorados, en este periodo conviven con otros estilos y temas como los que hemos tratado en los periodos anteriores, junto con otros de nueva aparición. Se producen las llamadas marinas de olas, siendo muy apreciadas las del pintor Jorge Sellés; los

¹⁴ En el panorama de la pintura catalana de la segunda mitad del siglo XIX la figura del pintor Ramón Martí i Alsina, máximo representante del realismo anecdótico de la escuela catalana, resultó determinante en el proceso de creación de la escuela olotina. Fue el maestro, entre muchos otros, del pintor que aglutinó el nacimiento del colectivo, Joaquim Vayreda (1843-1894).



Fig. 8.- Paisaje de Miguel Peidro Berenguer.
Imagen obtenida de catálogo.

parisinos y boulevares, derivados de los que pintaba el Maestro Palmero¹⁵; también muy presentes las pescadoras, tema sorollesco continuado por Eustaquio Segrelles; bodegones y paisajes holandeses, derivados de los que se han tratado en el periodo anterior; por supuesto las callejas y marinas que ya se han comentado; paisajes de bajo precio; árabes; muchachas en la playa, tema tratado por Sorolla, aunque el resultado pictórico dista mucho de ser el mismo; reproducciones de temas clásicos barrocos; jardines derivados de los de Benlliure. Este repertorio es sólo una muestra que da idea de lo que ha significado el volumen de producción en esta época.

En la mitad de este periodo (finales de los ochenta y década de los noventa) se empieza a producir el cuadro llamado moderno que irá derivando en el abstracto. Ésta es otra de las novedades significativas que se producen en este comercio. En un principio son pinturas todavía figurativas basadas en temas ya explotados, pero con una atención más acusada en los aspectos matéricos-plásticos y con menor concreción figurativa. El cuadro abstracto hace su aparición, principalmente de dos formas distintas, por un lado, formas geométricas, intersec-

ción de planos con influencias cubistas mezcladas con elementos grafico-plásticos puros, con la interrelación de fuerzas experimentadas por Kandinsky. Por otro, una concepción más informalista y lírica de trazos gestuales con reminiscencias de Fernando Zobel. Con la llegada del cuadro abstracto el baremo por el que se reconocía a un “buen pintor” del que no lo era, deja de ser útil pues la técnica se diversifica, se relativiza y se empiezan a producir todo tipo de piezas con mayor o menor fortuna. Lo que se busca es conseguir un resultado decorativo mediante procedimientos como collages con materiales diversos, pastas de relieve, técnicas mixtas, etc. El enmarcado desaparece y se ponen de moda los montajes de piezas a modo de dipticos, trípticos, y polípticos.

Cuarto periodo (2003-hasta la actualidad)

Este último periodo se caracteriza por declive de este mercado que cae en picado, un declive anunciado al final del periodo anterior. Anteriormente se han apuntado las causas de este declive, no obstante, es inevitable volver referirse a ellas para poder entender las características estilísticas de esta época final.

La importación de pintura proveniente de China, en un principio, se ha basado en los cuadros comerciales de reproducciones clásicas que hemos comentado con anterioridad de temas barrocos, piezas cargadas de mucho trabajo manual que, al estar realizados en un país donde la mano de obra es infinitamente más barata, ha visto drásticamente reducidos sus costes y su precio final de venta al público en este tipo de producción. Finalmente esta producción ha ido diversificándose en temas y estilos. La intensificación de la oferta por un lado, y el cambio de gustos decorativos por otro, con la consiguiente bajada de demanda de este tipo de cuadros, ha devaluado finalmente el producto.

¹⁵ Alfredo Palmero de Gregorio (Almodóvar del Campo, Ciudad Real 1901-Madrid 1991). Pintor. Estudió en la Escuela de San Fernando de Madrid. Fue distinguido con el Premio del Concurso Nacional Conmemorativo de Cervantes. En Barcelona fundó el Instituto Palmero, así como el Museo Palmero en Almodóvar, en 1964. No es extraño que sea en este tipo de comercio un autor de referencia, ya que sus obras tienen un marcado carácter comercial.



Fig. 9.- Pintura comercial abstracta de carácter geométrico.
Imagen obtenida de catálogo.



Fig. 10.- Pintura comercial abstracta de carácter lírico-informalista. Imagen obtenida de catálogo.

La manufactura actualmente se centra, sobre todo, en el cuadro llamado moderno, realizada para complementar una decoración del mueble actual, en la que, en muchos casos, se van dando palos de ciego con resultados dispares, unos más acertados que otros, y en la mayoría casos faltos de criterio alguno. Hasta el periodo anterior el marchante-comerciante tenía unos ciertos criterios que le otorgaban una relativa seguridad sobre lo que en este comercio era un producto bien ejecutado, de calidad, con un estilo más o menos determinado; también sabía apreciar qué productos sin tener una calidad alta, se ajustaban con su precio y por consiguiente tenían su sitio en el mercado. Con la llegada del *cuadro moderno* y con la relativización de los parámetros por los que se puede identificar un cuadro “bien pintado” el despiste se generaliza. La gran mayoría de estos marchantes carecen de una formación e información actualizada de lo que ha sido y ha significado el arte moderno y las vanguardias del siglo XX. Tampoco el público potencial de este tipo de producto tiene una formación mayor, por tanto, el criterio únicamente se basa en ciertas modas acordes con la decoración de interiores, en ocasiones para dar una nota de color en ambientes neutros o para aportar cierta calidez en ambientes fríos.

CONVERGENCIAS Y DIVERGENCIAS DE LA PINTURA COMERCIAL CON LA PRÁCTICA PICTÓRICA EN LA HOLANDA DEL SIGLO XVII COMO HECHO PARADIGMÁTICO

Ya se han aludido en este artículo ciertas analogías con la Holanda del siglo XVII que en estos momentos convendría tratar con un mayor detenimiento.

La Holanda del siglo XVII era un país muy próspero gracias a su gran imperio ultramarino que le proporcionaba una excelente posición dentro del comercio mundial. Por otro lado, el calvinismo negaba la utilización de las imágenes en los edificios eclesiásticos. Los monarcas con una función predominantemente militar, preferían las obras de los flamencos o de los italianos para decorar sus palacios. En este contexto son los comerciantes los que se muestran interesados en adquirir cuadros, y no solo fueron los comerciantes más pudientes los que sintieron esta necesidad, sino también los más modestos como panaderos, herreros, zapateros, etc. Esta situación abocó a los pintores al mercado libre y a un tipo de pintura con un tamaño propio de cuarto de estar; por otra parte, los temas cambian radicalmente y se pasa de las visiones y éxtasis de santos, de las imágenes de poder real y acontecimientos históricos alegorizados a escenas de la vida corriente con

interiores de clases medias y altas, jardines con y sin celebraciones, granjeros divertidos en las tabernas, naturalezas muertas, paisajes campestres, etc.¹⁶ Es decir, los comerciantes del XVII pedían temas más cercanos a su estilo de vida y necesidades, el paisaje en sus distintas modalidades fue, a partir de ese momento el absoluto protagonista, y no un simple decorado para la representación de un tema histórico o religioso como había sido hasta entonces. Los formatos se redujeron para adaptarse a las necesidades de espacios más reducidos que los de los palacios, iglesias y catedrales. Ante la gran demanda de este tipo de obras, los pintores se especializaron en diversos temas y fue el mercado y los comerciantes los que marcaron las pautas del qué y el cómo se tenía que pintar; pasando a un segundo plano o incluso carecer de importancia la autoría de dichas obras¹⁷.

Para Frederick Hart¹⁸ la producción que se realiza en Holanda durante el siglo XVII es absolutamente satisfactoria con una excelente calidad técnica, a pesar de que hoy vista en un museo resulte un tanto monótona, pero que en su contexto espacio-temporal, es decir, con la contemplación de las obras de forma más reducida, la sensación de monotonía desaparece. La visión de Arnold Hauser no es tan positiva, si bien es cierto que valora, en principio, la calidad y “verdad naturalista” de la pintura holandesa de esta época, su apreciación en cuanto la influencia negativa del comercio se acerca bastante a la situación vivida en la pintura comercial:

La demanda por parte de un público ingenuo y sin pretensiones significaba para los artistas al principio una gran ventaja, si bien más tarde se convirtió en un

peligro igualmente grande. Les permitió trabajar libremente conforme a sus ideas, sin tener que tomar en cuenta los deseos de cada uno de sus clientes; sólo más tarde esta libertad, a consecuencia de la anárquica situación del mercado, se convirtió en una catastrófica superproducción¹⁹.

Aunque la libertad del pintor comercial siempre ha sido muy escasa por el control ejercido del marchante sobre el producto, la consecuencia final sí es análoga a la de la pintura holandesa del XVII, es decir, la situación de un mercado en manos de agentes más sensibles a cuestiones puramente mercantiles que a cuestiones estéticas, acaba en una superproducción con resultados muy negativos para dicho mercado. Tanto Arnold Hauser²⁰ como Frederick Hart²¹ coinciden en que pintores tan importantes como Hals, Vermeer y Rembrandt pasan grandes dificultades económicas. Es importante comprobar las palabras de Hauser en cuanto a la situación en que devino el mercado holandés mediatizado por el comercio que acaba considerando al arte como pura mercancía:

La mediación del comercio del arte entre la producción y el consumo conduce [...] al extrañamiento entre el artista y el público. Las gentes se acostumbran a comprar lo que encuentran en el surtido del vendedor y comienzan a considerar la obra de arte como un producto tan despersonalizado como cualquier otra mercancía. El artista, a su vez, se acostumbra a trabajar para clientes desconocidos e impersonales, de los cuales él sólo sabe que

¹⁶ HARTT, Frederick: *Op. cit.*, cfr., pp. 839-840.

¹⁷ HAUSER, Arnold: *Op. cit.*, cfr., pp. 138-146.

¹⁸ HARTT, Frederick: *Op. cit.*, cfr., pp. 840.

¹⁹ HAUSER, Arnold: *Op. cit.*, p. 141.

²⁰ *Ibid.* cfr. p. 144.

²¹ HARTT, Frederick: *Op. cit.*, cfr., p. 840.

hoy buscan cuadros de historia donde ayer compraban cuadros de género. Este comercio lleva consigo el aislamiento del público respecto del arte contemporáneo ²².

Esta situación conduce a otra no menos perjudicial para el artista como nos vuelve a explicar Hauser:

El tráfico de cuadros tiene una devastadora influencia sobre la producción por la continua reducción de los precios. El marchante se hace cada vez más el patrono del artista, y por lo mismo se encuentra en condiciones de dictarle los precios en tanto mayor medida cuanto más se ha acostumbrado el público a comprar obras de arte al comerciante y menos a encargárselas al que las produce. El comercio inunda finalmente el mercado de copias y falsificaciones, y con ello desvaloriza los originales²³.

Ante esta realidad no es de extrañar que se produjera la paradoja de que pintores con una calidad tan alta como Hals, Vermeer o Rembrandt pasaran penurias económicas. Como se ha podido comprobar, un estado de cosas muy similar al que se ha vivido en la pintura comercial, evidentemente salvando las distancias ya que es patente la menor calidad y mayor anacronismo de ésta respecto al arte holandés del siglo XVII, pero la distancia es más corta en lo que se refiere al efecto negativo de un comercio igualmente mal entendido y que les conduce a una situación análoga. Por otro lado, en la pintura comercial la copia ha estado presente desde los inicios y se agudiza en los últimos años. Con la importación del cuadro procedente de China se inunda el mercado, copias de copias a bajo coste. En este contexto, el marchante se encuentra en una cómoda posición para poder dictar los precios al pintor local,

devaluándose la exigua producción original que pese a las dificultades todavía sobrevive.

Las analogías se pueden todavía establecer en la actualidad, puesto que se pueden comparar los procedimientos que, en ocasiones, se han llevado a cabo en la pintura comercial de la zona referida en este artículo y los que, en la práctica totalidad, se llevan a cabo en la China actual con los que describe Hauser y que fueron utilizados en Holanda en el siglo XVII, es decir, una pintura en cadena en la que cada pintor se encarga de una parte del cuadro. Procedimientos que, si bien han sido en algún momento utilizados en la pintura comercial, es ahora cuando se utilizan con mayor profusión:

La formación e independización del comercio de arte ha tenido inmensas consecuencias en la vida artística moderna. Conduce, en primer lugar, a la especialización de los pintores en distintos géneros, dado que los vendedores reclaman de ellos aquella especie de labores que son las más divulgadas de su mano. Así se llega a una división del trabajo casi mecánica, en la que un pintor se dedica a los animales, otro a los fondos de paisaje²⁴.

RELACIONES Y CONVIVENCIAS DE LA PINTURA COMERCIAL CON LA CREACIÓN PLÁSTICA CONTEMPORÁNEA

Una vez abordado y tratado el nacimiento, desarrollo y declive de este comercio artístico-decorativo-industrial, descritos los procesos de producción, así como las causas que lo originaron; el contexto cultural, social y económico en el que se ha producido, ahora conviene observar, con cierto detenimiento, su relación con la creación plástica contemporánea. Unas relaciones que en muchos casos han sido más próximas de lo que un principio podría pensarse. Como se podrá observar, han habido unos contactos alusivos directos

²² HAUSER, Arnold: *Op. cit.*, p. 146.

²³ *Ibid.*, p. 146.

²⁴ *Ibid.*, p. 145.

por parte del arte posmoderno –tanto nacional como internacional– a la pintura comercial. Estas alusiones se han producido desde el marco de la reflexión irónica con distintos recursos retóricos y estilísticos. La mirada y la cita de la expresión considerada más “cultura” sobre la “cultura popular y de masas” ha sido una constante que se ha intensificado con el paso del tiempo y, sobre todo, con la llegada del posmodernismo. Una serie de citas y alusiones que cuestionan este tipo de categorizaciones con una crítica implícita en el discurso de la obra. La ironía es uno de los medios más eficaces para cuestionar ciertos planteamientos axiológicos inamovibles y una de las características más notables de gran parte de la producción artística de la posmodernidad. Una ironía que se manifiesta desde conceptos como el *kitsch*, el *feísmo*, la *repetición-serialidad* y la *provocación*.

En el ámbito nacional existe una obra de Eduardo Arroyo que se puede considerar adelantada a su tiempo, una obra de gran interés por la complejidad de su mensaje. Se titula *En el respeto a las tradiciones* de 1965 y está formada por cuatro lienzos unidos con cuatro versiones diferentes de un idéntico tema. El primero es una apropiación de una pintura comercial de paisaje, con una tipología descrita en este artículo, los tres restantes son versiones de estilos pre-vanguardistas y vanguardistas identificables. Se puede ver como una parodia de la pintura con carácter tradicionalista, pero con una mirada más atenta se observa que en realidad Arroyo está colocando en un mismo plano de igualdad los cuatro estilos identificables.

Aunque de una forma más conceptual, la obra *S. T.* de 1988 de Andre Borrell juega también con la repetición en clara alusión al arte pop. Claro que esta es una alusión evidentemente irónica, puesto que dicha repetición está realizada con la apropiación de pinturas comerciales enmarcadas a la manera clásica y popular en este tipo de producciones, es decir, con marcos pretendidamente suntuosos. La calificación de conceptual viene determinada por el procedimiento utilizado similar a los *readymades*, es decir, mediante la elección y apropiación de objetos sin otra intervención o manipulación adi-



Fig. 11.-Eduardo Arroyo. En respeto a las tradiciones 1965. Cuatro representaciones diferentes de un mismo tema y en un mismo plano de igualdad. Imagen obtenida de la Tesis Doctoral de Juan José Llobell.

cional. Las alusiones de esta obra van en varias direcciones, al arte pop como ya se ha indicado, a la cultura popular, a la producción artesanal y a la producción seriada. Con la repetición se subvierte la idea de paisaje tradicional único y se subraya su carácter obsoleto. Mediante la serialidad también se cuestiona la idea de original y de copia, puesto que la reproducción mecánica ahoga el concepto tradicional de la obra artística y destruye su “aura”. Por tanto, un acto contundentemente ácido sobre las múltiples caras de la cultura contemporánea.

El artista malagueño Nono Bandera realiza unas intervenciones sumamente provocativas sobre apropiaciones de pinturas comerciales con un aire muy *kitsch* (del estilo que aquí se ha incluido en los años sesenta) y de baja calidad técnica. Piezas que probablemente el artista haya adquirido en rastros o mercadillos. Nono empezó realizando este tipo de transgresiones a finales de los años noventa y sigue realizándolas en parte de su obra actual. Son una serie de “añadidos” irónicos inmersos en la narración del cuadro, pero subvirtiéndola de manera enloquecidamente provocadora. Se sirve de los paisajes para convertirlos en escenarios del absurdo, la incoherencia y la tergiversación.

Hasta ahora se ha visto la subversión del paisaje tradicional a través su cuestionamiento



Fig. 12.- André Borrell. S. T. 1988. Alusión irónica al carácter seriado del Pop Art y de la pintura comercial. Imagen obtenida de la Tesis Doctoral de Juan José Llobell.



Fig. 13.- Nono Bandera. La transgresión y el absurdo se unen en un juego irónico y provocativo. Imagen obtenida de fuente web.

irónico, ahora con la instalación de Joan Brossa *Yacht* de 1990, dicha subversión se radicaliza provocativamente mediante la utilización paródica de las típicas marinas comerciales que se han nombrado en este artículo. La carga irónica de esta obra se sirve de la descontextualización, el apropiacionismo y el *readymade*. Con su poética visual Brossa asocia el efecto pretendidamente ilusionista del agua de las marinas con el contenido que por lógica debe contener una bañera.

Una efecto paródico reforzado por la reiterativa acumulación de este tipo de producciones pictóricas en un contenedor ilógico o absurdo.

Desde el ámbito internacional, el artista Amikam Toren (Israel, 1945) que actualmente vive y trabaja en Londres, parte también de cuadros con este cariz comercial y les recorta frases breves. Frases que le confieren a las obras un marcado carácter conceptual y abren múltiples lecturas mediante sus relaciones con las imágenes provenientes del arte considerado *kitsch*. La ironía, en muchos casos, salta a la vista al superponer frases en clara contradicción con la imagen. En otras obras las frases son menos inteligibles y, por consiguiente, las relaciones

entre la imagen y los conceptos resultan más enigmáticas y se producen otro tipo de asociaciones que entran en el campo de lo sensitivo y de la paradoja.

Ronnie Cutrone, pintor calificado como *post-pop*, colaborador de Andy Warhol desde 1972 a 1980. Este autor realiza una obra basada en la asociación conscientemente *kitsch* de diferentes iconos de la cultura de masas. Son conocidas sus banderas estadounidenses a las que añade con pintura industrial personajes del mundo de los dibujos animados, la mayoría de veces, *El pájaro loco*. Pero la producción de Cutrone que más nos interesa es la que utiliza como base y soporte a cuadros provenientes de la pintura comercial para la representación de los aludidos personajes de dibujos animados. Es elocuente observar como se apropia de seis cuadros perfectamente identificables con diferentes estilos de pintura comercial y pinta encima un personaje del cine de animación, iconos de los medios de masas que actúan como paradigma de la sociedad americana.

En este caso Ronnie Cutrone utiliza como soporte cuadros de marinas que con mucha probabilidad han sido realizadas por pintores-



Fig. 14.-Joan Brossa. *Yatch*, 1990. El apropiacionismo y la descontextualización sirven para ironizar provocativamente sobre la representación, pretendidamente ilusionista, de las típicas marinas comerciales. Imagen obtenida de la Tesis Doctoral de Juan José Llobell.



Fig. 15.-Amikam Toren. Frase recortada a la tela de una pintura comercial. Imagen obtenida de fuente web.

artesanos de la comarca estudiada en este artículo, incluso casi se pueden identificar sus autores²⁵. La influencia de Warhol sobre la obra de Cutrone es patente, pero si en la obra de Warhol se aunaban iconos de los mitos populares representados con las técnicas de los medios de masas, en Cutrone se aúnan productos artesanales de la cultura popular con personajes de animación difundidos por los medios de masas.

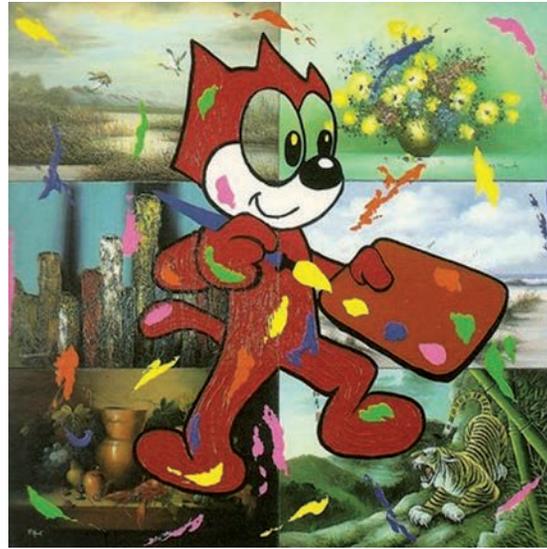


Fig. 16.-Ronnie Cutrone. Pintura acrílica sobre montaje de seis cuadros comerciales. Imagen obtenida de fuente web.

²⁵ Puede que algunas de estas marinas sean de Sellés (nombrado en este artículo) y Navarro. Esta conclusión se ha obtenido al mostrar estas obras a pintores de la zona que han conocido de cerca esta producción. También es posible que sean copias directas de las marinas de estos pintores. Como ya se ha descrito, en la pintura comercial han sido habituales las copias con el objetivo de abaratar los precios, por tanto, aunque estas marinas no hayan salido directamente de las manos de Sellés y Navarro, sí son identificables como suyas.



Fig. 17.-Ronnie Cutrone. Disposición repetitiva de los cuadros comerciales, en clara alusión a su manufactura seriada. Obra expuesta en ARCO a principios de los ochenta. Imagen cedida por Juan Castañer Payá.

A MODO DE CONCLUSIÓN

La producción de la pintura comercial ha estado presente, y sigue estando presente, en nuestras vidas compartiendo nuestros espacios vitales, hogares, hoteles, restaurantes, etc. Por tanto, forma parte de nuestro acervo cultural, de nuestra memoria visual colectiva, con una incidencia clara en la construcción de la imaginaria popular. Ha significado un volumen muy importante de ventas desde su aparición en los años cincuenta, con la consiguiente proliferación de industrias periféricas abastecedoras de los productos necesarios para realizar dicho producto. Por otra parte, es indudable, que estas industrias han contribuido en la transformación

de los procesos de fabricación de los productos citados. Una evolución en los soportes y utensilios, que también se ha trasladado a la pintura entendida como obra de arte.

En el artículo de Christopher Reed, citado al principio de este escrito, finaliza incitando a analizar lo que él denomina *arte de sofá*, concepto análogo al de *pintura comercial* y lo hace de la siguiente forma: “El arte de sofá, ciertamente, tiene el potencial de poder revelar mucho más sobre las dinámicas del gusto popular y la construcción de la alta cultura del que hemos tratado aquí: ¡descolguémoslo de las paredes y analicémoslo!”²⁶. De esta manera tan enfática anima a estudiar y analizar la producción

²⁶ REED, Christopher: *¡De la Pared al Sofá! El Arte de Sofá y la vanguardia analizados*, op. cit.

comercial o de sofá con el objetivo de comprender sin exclusiones la creación artística para una mejor comprensión de sus distintos niveles, de sus mecanismos sociales y culturales. El artículo de Christopher Reed se inicia de la misma forma que finaliza:

A pesar de su gran presencia y atractivo obvio, el arte de sofá de nuestros días permanece ignorado por los historiadores de arte, los sociólogos, y los historiadores de la cultura, aunque muy bien se merecería ya la atención de éstos y, también, sin duda la atención de otras miradas. Además del interés intrínseco como parte de la cultura popular, el arte de sofá puede contribuir en gran medida al entendimiento del “Gran Arte” al que estamos acostumbrados a estudiar²⁷.

Como hemos podido observar, esta falta de atención de ciertos circuitos intelectuales hacia este tipo de producción pictórica no se ha producido desde la práctica artística, ya que las citas y alusiones directas han sido numerosas en los últimos años, fusionando la cultura popular con la cultura más elitista.

BIBLIOGRAFÍA

GERSHNY, J. I. *El papel de la economía informal en la sociedad postindustrial*. En: SANCHIS, Enric / MIÑANA, José. *La otra economía. Trabajo negro y sector informal*. Valencia, Edicions Alfons el Magnànim 1988.

HARTT, Frederick. *Arte, historia de la pintura, es-cultura y arquitectura*. Madrid, Akal 1989.

HAUSER, Arnold. *Historia social de la literatura y del arte 2*. Barcelona, Labor 1994.

LECUONA LÓPEZ, Manuel / PASTOR CASTILLO, Javier. *Mueble. Aproximación a la industria del sector del mueble de la Comunidad Valenciana*. p. 312-313. En: GIMÉNEZ, Rufo / SAMPIETRO, Agnese. *Dos siglos de industrialización en la Comunidad Valenciana*. Valencia, Ruzafa Show Ediciones, 2007.

LLOBELL ANDRÉS, Juan José. *La ironía como estrategia y reflexión en la creación plástica desde los años 80*. Valencia, 1996. Tesis Doctoral. UPV. Facultad de Bellas Artes de San Carlos. Departamento de Pintura.

MARTÍNEZ PUCHE, Antonio / PÉREZ PÉREZ, David. *Sistemas productivos locales, áreas y corredores industriales en la Comunidad Valenciana*. ROMERO, Juan. et al. *La periferia emergente*. Barcelona, Ariel 2001.

MESTRE MOLTÓ, Josep Albert. *Història de l'escola d'arts i oficis d'Alcoi*. Alcoi, Centre Alcoià d'Estudis Històrics i Arqueològics, 2008.

REED, Christopher. *¡De la Pared al Sofá! El Arte de Sofá y la vanguardia analizados*. [En línea]. Estudios Smithsonian de Arte Americano, Vol. 2, No. 1 (invierno, 1988), pp. 32-43 Publicado por: Prensa de la Universidad de Chicago por encargo del Museo Smithsonian de Arte Americano. URL fijo: <http://www.jstor.org/stable/3108963> Accedido: 13/09/2009 15:37. [Consulta: 28 de marzo de 2012]. (Original escrito en inglés).

TORRÓ GIL, Lluís. *Textil. Génesis y desarrollo de la industria textil valenciana. Un esquema*. En: GIMÉNEZ, Rufo y SAMPIETRO, Agnese. *Dos siglos de industrialización en la Comunidad Valenciana*. Valencia, Ruzafa Show Ediciones, 2007.

²⁷ Ibid.