

## ¿MÁQUINAS DE AMAR? SEXO Y VIOLENCIA EN LA LITERATURA Y EL ARTE NORTEAMERICANOS DE LOS SESENTA

*Nieves Alberola Crespo*  
*Universitat Jaume I, Castelló*

¿Acaso lo esencial no es que seamos dueños de nosotros mismos y,  
también, señores de las mujeres y del amor?  
André Breton

A modo de introducción, antes de abordar la temática “sexo y violencia en las producciones artísticas y literarias norteamericanas de la década de los sesenta”, nos será de gran ayuda retroceder en el tiempo y rescatar la figura y obra de uno de los artistas más polémicos de principios del siglo XX, Marcel Duchamp, quien en 1915 viajó por primera vez a Estados Unidos y una vez instalado en la ciudad de Nueva York prosiguió su búsqueda incansable de nuevas fórmulas para atacar la tradición de la imagen y de la pintura. El artista francés años antes había iniciado una auténtica revolución en el mundo del arte con sus *ready-mades*, que podrían considerarse como la respuesta más radical a los cambios impuestos en el mundo del arte por la era industrial. Cuando en 1917 compró un urinario como los que podemos encontrar en cualquier WC público y se limitó a firmarlo – “R. Mutt”– y presentarlo como obra de arte en una exposición que se había organizado sobre arte surrealista en Nueva York, causó una gran conmoción. Éste sería su *ready-made* más famoso y divertido, y al mismo tiempo más destructor, su célebre *Fountain*. El jurado lo consideró de mal gusto y nadie supo dónde se hallaba hasta que finalizó la exposición.

Duchamp tan sólo deseaba jugar, explorar los límites entre objeto y sujeto, arte y no arte, lo masculino y lo femenino. Al tomar un artículo de la vida diaria, un objeto manufacturado, eliminaba toda cualidad individual y manual del arte al mismo tiempo que hacía desaparecer la significación utilitaria del mismo bajo un nuevo nombre (en este caso “fuente”) y emplazarlos en un nuevo espacio, galería de arte o museo. Ese posicionamiento de Duchamp de tomar un artículo de la vida cotidiana y darle un nuevo sentido, sería compartido en los sesenta por el artista norteamericano Andy Warhol que se inspiraba en los objetos que encontraba en los supermercados y los reproducía, colocaba y exhibía en las galerías de arte. Tenemos por ejemplo sus famosas latas de Sopa Campbell, tema del que juega a todo tipo de variaciones, desde el tamaño a la serialización de las mismas, las cajas de jabón Brillo, o de Ketchup. Tanto en el caso de Warhol como en el de Duchamp se trataba de un intento por acercar el mundo del arte a una mayor audiencia, reconciliar arte y pueblo, y al mismo tiempo se trataba de una clara ruptura con el arte y las tradiciones académicas. Lo curioso es que casi todos los *ready-mades* de Duchamp desaparecieron conservándose tan sólo la *idea* y no el objeto, que era lo que al artista realmente le interesaba. Una conclusión que podríamos extraer de la obra de Duchamp es que la máquina, los objetos manufacturados sustituyen o reemplazan al ser humano, al hombre. Su

obra cada vez se hace más compleja, según Steefel:

Para distanciarse de sus propios fantasmas. Duchamp buscaba el medio de convertir el *pathos* en placer y la emoción en pensamiento. El mecanismo de conversión es extraño, pero consiste principalmente en inventar un juego de desplazamientos que proyecta los conflictos y destila las emociones en objetos y construcciones de sustitución, sin los cuales no habría podido conservar su equilibrio mental. (Mink, 1996, 84)

Su deseo por explorar lo desconocido le llevó incluso a crear un *alter-ego* femenino, Rose Sélavy, en 1920. El fotógrafo Man Ray realizó una foto de Duchamp vestido de Rose. Si bien a los surrealistas les obsesionaba el cuerpo de la mujer, objeto de deseo y de perversión masculina, esta creación de Duchamp no era una exploración de la feminidad que se centrara en el cuerpo, sino que su mirada se fijaba en la expresión indescifrable del rostro y de las manos del artista. Duchamp declaró en su día:

Yo quería cambiar de identidad, y la primera idea que me vino fue la de tomar un nombre judío. Yo era católico y ya el hecho de cambiar de religión era un cambio. Pero no encontré un nombre judío que me gustara o que, de alguna manera, me tentara y de repente me vino una idea: ¿por qué no cambiar de sexo? Es mucho más simple. Y de ahí vino el nombre de Rose Sélavy. Ahora suena muy bien, los nombres cambian con el tiempo... (Mink, 1996, 84)

Rose Sélavy nos remite no sólo al tema de la androginia sino también al de la sexualidad y sobre todo a dos obras fundamentales de Duchamp, *El Gran Cristal* o *La Novia puesta al desnudo por sus Solteros*, 1915-1923 y *Etant Donnés: 1º la chute d'eau, 2º le gaz d'éclairage*, 1946-1966.

*El Gran Cristal* quedó definitivamente inacabada en 1923, es decir, el artista voluntariamente no deseó terminarla. Es una obra frágil que ha tenido que ser reconstruida en varias ocasiones.<sup>1</sup> Por sus dimensiones parece un escaparate de unos grandes almacenes. Pero lo que realmente nos llama la atención es que esta obra también se denomina "máquina de amar". Dividida en dos, en la parte superior tenemos a la *Novia*, y en la parte inferior están confinados los *Solteros*. Tanto una como los otros no son figuras humanas sino transmutaciones del ser en mecanismos delirantes, máquinas sin vestigios humanos. Los espectadores nos preguntamos: ¿Tienen ambas partes la posibilidad de comunicarse? Duchamp nos dice que "los débiles cilindros pondrán en marcha el motor del desco con gasolina de amor...". ¿De qué nos habla? En el libro de Octavio Paz, *Apariencia desnuda*, se nos da todo lujo de detalles sobre cómo fue construida y su funcionamiento. ¿Le concernían al artista temas como la violencia, el erotismo o la sexualidad? Duchamp en una de sus declaraciones mostró interés por la sexualidad, por el potencial comunicativo de ésta como experiencia humana universal (Mink, 1996, 81). Y aunque no le gustaban las máquinas, llegó a declarar que "era mejor infligirle algo a una máquina que a un ser humano" o a sí mismo, declaración cargada de agresividad y violencia.

El erotismo solapado de *El Gran Cristal* será mostrado abiertamente en *Etant Donnés*, obra cuya existencia no se divulgó hasta después de su muerte en 1968. Duchamp desea que el espectador se convierta en *voyeur* y sea provocado de la forma más agresiva posible sin dejarle ocasión a intervenir. Permítasenos describir la obra. Pese a sus dimensiones, podríamos pasar al lado de *Etant Donnés* sin reparar en ella. Quien pasee por

<sup>1</sup> Uno de los que lo reconstruyó fue Richard Hamilton, quien escribió un informe claro y conciso de su creación y realización a partir de sus intentos de comprenderla y reproducirla pues Duchamp no cesó de modificarla por lo que las significaciones se superponen.

las salas del Museo de Arte de Filadelfia, llegará finalmente a un espacio aparentemente vacío con la excepción de que en una de las paredes hay una puerta de madera vieja, ya gastada por el tiempo y encuadrada con un marco de ladrillo. Únicamente cuando el visitante se acerca a la puerta y observa la carcomida madera, se dará cuenta de que existen dos pequeños agujeros a la altura de los ojos. Sentirá un irreprimible deseo de mirar a través de los mismos y esa mirada fugaz despertará en él sentimientos de alarma y desasosiego. Tras esa puerta yace el cuerpo desnudo de una mujer, echada de espaldas, gruesa o inflada, con el rostro cubierto por su rubia cabellera, ocultándose así su identidad. Miles de interrogantes se acumulan en la mente del espectador: ¿Está muerta? ¿La han matado en ese claro de vegetación? ¿Se ha producido alguna agresión física antes de su muerte? Consternados ante tal imagen, los espectadores se dan cuenta de que el brazo de esa mujer mantiene en lo alto una lámpara de gas encendida. ¿Acaso se trata de un símbolo fálico? Sus piernas están entreabiertas y uno de los pies más cerca del espectador atrae la mirada de éste a la entrepierna. Duchamp ha desprovisto a su criatura de vello púbico y de órganos genitales, no dejando más que una abertura entre las piernas. Aunque parece tratarse de una mujer, está extrañamente asexuada, parece incluso haber sido maltratada pero no se observa la más mínima señal de violencia.

Una representación tan brutal de la realidad no tiene precedentes en la obra de Duchamp. Esta forma manifiestamente metafórica de presentar la violación del cuerpo femenino nos sitúa a las espectadoras en una posición muy incómoda y cruel, pues habremos presenciado una escena que no es fácil que olvidemos jamás, nos enfrenta a una realidad que desafortunadamente es más real que real. Duchamp dedicó veinte años a la elaboración de *Etant Donnés*, realizó su obra de forma artesanal, a mano, con gran profusión de detalles, por ejemplo el cuerpo femenino de tamaño natural está recubierto de una fina capa de color carne dando a la piel una textura lo más real posible. Si esta obra la inició después de la Segunda Guerra Mundial, ¿se trata de denunciar que la mujer ha sido moneda de cambio, víctima de episodios atroces a lo largo de la historia y sobre todo en tiempos de guerra? Al mismo tiempo que Duchamp realizó su obra, ¿se dieron otras manifestaciones artísticas parecidas? ¿Existen paralelismos entre la obra de Duchamp y el arte, cine y literatura norteamericanas de la década de los sesenta? ¿Y si en vez de denuncia se trata de complicidad, del desco cruel y brutal de la mente masculina que sólo concibe a la mujer como objeto de usar y tirar a disposición del hombre definido por los surrealistas como "único ser con inteligencia"?<sup>2</sup>

Para dar respuesta a estos interrogantes iniciaré el recorrido examinando algunos relatos cortos del escritor norteamericano Raymond Carver publicados en un volumen titulado *Will You Please Be Quiet, Please?* en la década de los sesenta y que nos servirán para ilustrar el debate en torno al sexo y la violencia. El primer relato que viene a nuestra mente es el titulado "Tell the Women We're Going". Tras una rápida lectura advertimos que los temas principales tratados en la historia son: la soledad, la incomunicación, la bebida, la locura, el sexo, la violencia, la frustración, el peso de la masculinidad, etc. De los protagonistas Bill y Jerry, compañeros de toda la vida, se nos comenta que siempre lo habían compartido todo, "incluso las chicas" con las que habían salido. Se nos quiere dar la imagen del sueño americano cumplido en la figura de Jerry, felizmente casado, padre de dos hijos y uno "que viene de camino" (¿mujer como máquina de amar y a su vez máquina reproductora de vida?), que había sido ascendido a "subdirector" en un supermercado. La

<sup>2</sup> Los surrealistas consideraban al hombre como único ser dotado de inteligencia y a las mujeres como musas, inspiradoras, desprovistas de racionalidad.

felicidad de Jerry es “completa”: tiene una casa bonita, una barbacoa para hacer perritos calientes (no chuletas de ternera u otro manjar exquisito), un coche y una piscina de plástico donde juegan los niños. Sin embargo, esa imagen idílica será cuestionada cuando Bill advierte que Jerry aparenta más edad de la que tiene: ¡veintidós años! Difícil si no imposible disfrutar de la vida llevando a sus espaldas tantas responsabilidades.

Jerry apenas habla, sólo un gesto que se repite varias veces a lo largo de la historia lo caracteriza: *aplantar* con su mano las latas de cerveza una vez las ha consumido. Su mirada perdida en el vacío le hace creer erróneamente a Bill que está sumergido en pensamientos profundos, incluso que está deprimido. Bill que desea animar a su amigo le propone ir a dar una vuelta. Tras comunicarles a sus esposas su decisión, se marchan. Toman unas cervezas en un bar y de nuevo en la carretera encuentran a dos chicas montadas en bicicleta. Las palabras de Jerry para referirse a las mismas no tienen desperdicio:

- “Look at *that!*” .... “I could use some of *that!*”. (Jerry) (Carver. 1994, 150)
- “Let’s *try it!*” (Jerry) (150)
- “*Bitches!*” (Jerry) (150)
- “I’ll *take* the brunette” ... “The little one’s *yours!*” (Jerry) (150)
- “You see the look that *cunt* gave me?” (Jerry) (152)
- “We’ll cut the *cockteasers* off”. (Jerry) (153)

Vocablos como “bitches”, “cockteasers” son obscenos, realmente ofensivos, impronunciados, indican la frustración, la cólera, el mal humor que se traducirán en violencia contra las jóvenes, a las que considera causantes de todos sus males, objetos, “*máquinas de amar*” sobre las que descargar su furia; olvida que estas muchachas son de carne y hueso, y no de plástico o metal (como en la obra de Duchamp).

Bill y Jerry se encuentran atrapados en la rutina, siempre hacen lo mismo; son incapaces de hablar de sus sentimientos, de sus preocupaciones, porque hablar sobre éstos temas sería síntoma de debilidad, significaría que son seres débiles, y ellos necesitan dar la apariencia de hombres fuertes y varoniles, de héroes a los que no les preocupa nada, de ahí el peso de la masculinidad hegemónica, un problema que según el psicoterapeuta Luis Bonino es una lacra que impide que el hombre desarrolle todas sus facetas y sobre todo pueda llegar a ser feliz. También en la historia observamos la imagen polarizada de la mujer: por un lado como virgen y niña; y por otro como objeto erótico y mujer fatal. Carol y Linda quedarían encuadradas en el primer grupo; y las jóvenes Barbara y Sharon en el segundo, pasan a ser objeto sexual a disposición de la imaginación y los deseos más feroces y transgresores de Jerry. Estamos ante estereotipos masculinos y femeninos. Desafortunadamente ese deseo desembocará en asesinato, y no se sabe si se habrá producido la temida violación; lo único que se dice al lector es: “He never knew what Jerry wanted. But it started and ended with a rock. Jerry used the same rock on both girls, first on the girl called Sharon and then on the one that was supposed to be Bill’s” (Carver, 1994, 154).

Otro aspecto que me gustaría destacar sería los emplazamientos en los que se desarrolla la acción y su sentido simbólico:

- la casa (*Home Sweet Home*), en ella se encuentran las mujeres y los niños, una atmósfera en principio “feliz” que contrasta con la crisis emocional de Jerry;
- la carretera (*highway*), símbolo de libertad y aventura, aunque también se

percibe como un lugar peligroso;

- el bar, territorio de hombres en el que se refugian de sus familias, pero que se convierte en lugar de rutina y monotonía;
- y por último la zona llamada “Picture Rock”, espacio en medio del campo que existe realmente cerca de Yakima en el estado de Seattle donde hay unos dibujos primitivos de los nativo-americanos y que se convertirá en escenario en el que las dos muchachas son asesinadas.

La historia, que está escrita de forma totalmente minimalista, es capaz de transmitir al lector toda la tensión y la violencia de la escena. Carver pide la participación del lector, que éste rellene los huecos que él va dejando, que construya junto a él la historia. ¿Lo convierte en cómplice de lo sucedido? No podemos responder esta pregunta, pero sí decir que Bill pasa a ser cómplice y *voyeur*, lo quiera o no.

En este mismo volumen de historias cortas de Raymond Carver, encontramos una titulada “Fat” en la que la voz narradora es una mujer, una camarera quien tras servir comida a un señor gordo, quizá obeso, piensa que su mayor deseo sería ganar peso y no estar en los huesos: “Me, I eat and eat and I can’t gain, I say. I’d like to gain, I say (Carver, 1994, 4). Curiosamente el escritor norteamericano se sumerge en esta ocasión en los pensamientos de la protagonista para explicarnos la razón que la conducen a pensar de esa manera: cuando ésta se halla en la cama con su marido, éste impone sus deseos carnales sobre ella, lo cual tiene que aceptar en contra de su voluntad. El mismo día que conoce a ese señor tan terriblemente grueso, por la noche cuando está en la cama y su marido se avalanza sobre ella, empezará a imaginarse más y más gorda, como si se inflara como un globo: “When he gets on me, I suddenly feel I am fat. I feel I am terrifically fat, so that Rudy is a tiny thing and hardly there at all”. Esto podría interpretarse como metáfora al mismo tiempo de la gestación de una identidad: estar gordo significa detentar el poder, incluso ser más hombre, más viril. Para ella estar gorda significaría tomar las riendas y tener a su marido bajo su potestad. El sexo aparece nuevamente como simple acto primitivo y animal, exento de sentimientos, la mujer una “*máquina de amar*”, un objeto de disfrute. La historia termina con la protagonista pensando o diciendo: “My life is going to change. I feel it”. ¿Significará esto que el futuro se verá gratamente alterado a favor de ella?

El tercer relato que presento a continuación, “They are Not Your Husband”, serviría para ilustrar la obsesión por el cuerpo femenino, un cuerpo atado a los cánones actuales de belleza que obligan a la mujer a estar bajo la dictadura de las dietas o como en este caso, a pasar hambre. En él podemos observar cómo la sociedad contribuye en mayor o menor medida a la objetualización de la mujer. El protagonista es un vendedor que se encuentra en paro y cuyo nombre es Earl Ober; se trata de un individuo carente de una personalidad y esquemas definidos que adopta los valores de los demás sin cuestionarlos.

Su esposa, Doreen, trabaja de camarera en una cafetería. Un día, Earl va a la cafetería donde trabaja Doreen y escucha unos comentarios de unos clientes: “Look at the ass on that. I don’t believe it” (Carver, 1999, 16). Él actúa como si no conociera a su propia esposa y se marcha inmediatamente a casa. Al día siguiente le anuncia nada más levantarse que tiene que perder peso. Esto no significa que ya no la quiera, sino que le preocupa lo que otros puedan pensar de ella. Para convencerla hará uso de técnicas típicas de su profesión: le venderá la idea de ponerse a dieta. En primer lugar la hará sentirse culpable de su aspecto físico; a continuación, fingirá que no le importa ni un pimiento el tema; y finalmente le sugerirá que deje de comer. Ella dice estar de acuerdo, está totalmente convencida de ello, y él se siente un verdadero profesional ya que ha sido capaz de “cerrar la venta”.

Earl es un vendedor comprometido con su profesión y cada noche cuenta el dinero y las propinas que ella trae a casa y por las mañanas toma nota en un cuadernillo de cuántos kilos, gramos, etc. ha perdido Doreen. En el trabajo, sin embargo, los compañeros de Doreen están realmente preocupados por su salud, le dicen que está muy pálida, que no parece ella misma, que temen que esté perdiendo mucho peso y caiga enferma. A lo que Earl responde instruyéndola para que no preste atención a dichos comentarios: "Don't you pay any attention to them. Tell them to mind their own business. They are not your husband. You don't have to live with them" (Carver, 1999, 20).

Como se puede observar, Earl utiliza tres oraciones negativas y tres imperativos para reforzar su argumento, de esta forma la controla psicológicamente. Y cuando ella replica: "I have to work with them", Earl se convertirá en la nueva versión de Pigmalión: el nuevo Pigmalión norteamericano de los sesenta repetirá como dueño y señor que tiene la última palabra: "they are not your husband".

Doreen se convierte en un objeto, en un producto en manos de Earl quien, como buen vendedor que se precie, necesita un objeto para justificar su existencia. Este personaje tonto y desagradable nunca se dará cuenta del daño que puede llegar a ocasionar a su mujer, ni de su propia superficialidad. Cuando lo considere oportuno, volverá a la cafetería para ver si su producto es bien recibido por los clientes del local. Se atreverá a preguntar a un señor sentado a la barra: "¿What do you think of that? ... ¿Don't you think that's something special?" (Carver, 1999, 21), enojándose si ve que no obtiene respuesta.

Cuanto más desea crear una imagen idealizada de su mujer, más se aísla de la realidad. Sus valores pertenecen a una sociedad altamente consumista en la que lo único que importa es el aspecto externo de los objetos, el poseer todo tipo de riquezas materiales.

Si en el mito clásico de Pigmalión y Galatea se busca la belleza tanto exterior como interior, en esta historia de Carver lo único que Earl desea transformar es el físico de su mujer, convertirla en una *pin-up girl*, en un objeto erótico, en un constructo cultural en una sociedad marcada por la producción en masa, y lo peor de todo, desear crear un cuerpo perfecto, no para consumo propio sino para consumo y disfrute de los demás.

Relacionado con lo expuesto, pasaré a examinar uno de los fenómenos artísticos que mejor reflejan en su lenguaje e ideología la situación y el estilo de vida norteamericano de los sesenta y la recreación de la fantasía de la creación de la mujer por el hombre: el arte pop. Algunos críticos consideran que el arte pop proclama la decadencia de nuestra civilización, que es una nueva vulgaridad, un producto secundario del capitalismo competitivo. Lo cierto es que en el arte pop encontramos un amplio repertorio de imágenes populares integrado por la publicidad, la televisión, el cine, la fotonovela, los cómics, etc., es decir, se trata de todo un repertorio icónico de la cultura urbana de masas. En Hollywood, Detroit y Madison Avenue -centros clásicos de producción de películas, coches y publicidad- se producirá la mejor cultura popular que será aceptada como un hecho y consumida con gran entusiasmo.

Si bien se consolida como fenómeno típicamente norteamericano, las primeras formulaciones del arte pop de élite aparecieron en Inglaterra. Los artistas ingleses Eduardo Paolozzi y Richard Hamilton influidos por el estilo de vida norteamericano visto a través de los medios de comunicación de masas, se apropiaron de los aspectos más banales y comunes del horizonte cotidiano de la sociedad de consumo. Hamilton influenciado por la obra de Duchamp, diseñó y organizó en 1955 una exposición "hombre, máquina y movimiento" para explorar las posibilidades estéticas de la máquina. Posteriormente organizaría en 1956 una exposición titulada "Esto es mañana" y para anunciarla confeccionó un póster, un collage titulado *Just What Is It That Makes Today's Homes So Different, So Appealing?*. Si nos fijamos en este collage veremos claramente representada

la sociedad de consumo y bienestar: aparecen dos figuras, un hombre y un mujer que representan el culto al cuerpo, el hombre es un atleta musculoso y la mujer se está aplicando crema reafirmante en los senos. En la habitación donde estos se encuentran, todos los aparatos están en funcionamiento: el televisor, en la pantalla del mismo una señorita hablando por teléfono, la aspiradora, el tocadiscos, etc. En la pared, un cómic substituye a una pintura, sobre la mesa una lata de jamón a una escultura. Y si miramos por la ventana nos encontramos la sociedad del espectáculo, del entretenimiento (Warner Brothers, etc.).

Parece ser que en este nuevo tipo de sociedad altamente industrializada, el dinero y las posesiones materiales confieren identidad y sentido a la vida. Los objetos manufacturados se convierten en verdaderos sujetos que manipulan a las personas. Sociedad en la que somos lo que tenemos, mundo de apariencias en el que no tienen cabida los sentimientos, valores como la amistad, el respeto o el honor. En la era del vacío, el lujo y el glamour de los objetos de consumo activan el deseo de poseer y se convierten incluso en aliciente necesario para activar la vida sexual de las parejas. De la imposibilidad de la sociedad burguesa y capitalista de vivir y ver auténticamente el sexo, surge la necesidad de justificarlo, de convertirlo en un hecho estético, en algo bello para ser contemplado, y esto nos conduce de nuevo al tema de la mujer objeto.

Dondequiera que apareciera la mujer en los cuadros o esculturas pop, éstas se representaban como simples objetos, no se les reconocía una existencia independiente fuera de los límites de la fantasía masculina. Los artistas pop de los cincuenta y los sesenta se sentían atraídos por la imagen de la mujer representada en la publicidad en general. Según Hamilton,

En la publicidad ella es realmente sensual a pesar de que finja sensualidad y esta ficción está llena de ingenio. Aunque sea el más precioso de los adornos, a menudo está tratada como si sólo fuera un accesorio estilístico. Lo peor que le puede suceder a una muchacha, según los anuncios, es que falle y no esté exquisitamente confortable en su escenario de artificios, un escenario que ahora hace mucho para establecer nuestra actitud respecto a una mujer del mismo modo que antes los vestidos cumplían esa función. El sexo está en todas partes simbolizado en la atracción de los lujos de producción masiva: interactuando el plástico carnal y el metal terso y más carnal. (Wilson, 1975, 41-42).

Hamilton al igual que Mel Ramos rechaza la imagen artística de la mujer y favorece la comercial por su adecuación mucho mayor a las realidades de la vida contemporánea. El artista norteamericano Mel Ramos encontró su propia iconografía personal en los desnudos de muchachas *pin-up*. Estas jóvenes damas son expuestas por Ramos en situaciones sexuales bastante explícitas acompañadas de apropiadas formas fálicas de embalajes, productos de consumo como alimentos, bebidas, cigarrillos, o en obras más recientes con animales, ya sea simbólicamente fálicos o simplemente representativos de la brutalidad masculina. Probablemente su arte tenga la intención de ser una parodia ligera del freudianismo de Madison Avenue; pero no hay duda de que para la mirada masculina es extremadamente agradable por ser una pornografía ingeniosa, atrayente, superficial y de muy buena calidad.

¿Pero fue realmente Mel Ramos quien introdujo una *pin-up girl* en una obra de arte? El primero en hacer uso de las *pin-up* fue el británico Eduardo Paolozzi que empezó haciendo collages con material sacado de revistas y otras fuentes (incluyendo ciencia ficción, aviación, tecnología, anuncios publicitarios de alimentos, electrodomésticos y automóviles, películas, periódicos, etc.). Su collage *I Was a Rich Man's Plaything* de 1947, no sólo contiene la palabra *pop*, sino también una *pin-up*, un fragmento de un anuncio de

alimentos y lo más admirable de todo, una botella de Coca-Cola, y el signo de Coca-Cola. No obstante, lo que realmente llama nuestra atención es el texto que aparece y que paso a reproducir:

*Intimate Confessions*

I was a Rich Man's Plaything  
Ex-mistress  
I Confess  
If this be Sin  
Woman of the Streets  
Daughter of Sin

Este texto recoge diversos mensajes, entre otros que las *pin-up* no tienen ni voz ni voto, son las nuevas galateas inventadas por el arte contemporáneo, a las que la publicidad les confiere un estatus que oscila entre el mero objeto fetiche y la esclava; y los artistas pop son los nuevos pigmaliones. En la obra de Paolozzi quedan también recogidos dos aspectos que serán explícitos en el contexto del arte pop norteamericano: 1. Las *pin-ups* son un **objeto cultural** muy venerado; 2. y al mismo tiempo son la expresión enmascarada de la **violencia** que se da en el seno de la sociedad **contra la mujer**, violencia que queda igualmente recogida en el *collage* por esa mano que empuña una pistola contra la cabeza de la *pin-up*, y que al ser disparada surge la palabra *pop*. Si unimos en fórmula matemática **mujer objeto** (erótico) + violencia, el resultado será = **mujer basura**, mujer excremento, cuerpo carente de vida. El arte pop se hace eco de la oscilante frontera entre lo femenino y lo inorgánico.

El sueño, la fantasía de un cuerpo femenino perfecto estuvo también presente en las vanguardias de principios de siglo XX: el maniquí y la muñeca propia del surrealismo; y la máquina de amar propia del Dadá, Futurismo y Constructivismo. El pop heredaría la muñeca surrealista y el ejemplo más claro lo encontramos en la obra del británico Allen Jones. Sus imágenes eróticas aparecieron por primera vez en sus pinturas *Bikini* de 1962, a pesar del carácter abstracto de las mismas. El erotismo se hizo explícito en figuras individuales de muchachas pin-up como *Curious Woman* de 1964, que tiene los pechos modelados con el realismo de la tridimensión. La obsesión de Jones se volvió más intensa y sus temas se centraron en revistas que anunciaban ropa interior, elementos fetichistas de plástico y cuero. En 1969 produjo cierto número de piezas de "mobiliario erótico" que consistían en maniqués bellas y arrayentes de tamaño natural, modeladas de forma muy realista que vestían botas de cuero y guarniciones y que se ofrecían como sillas, sombreros y mesas. Esta obra es fruto de un parto masculino, se trata de una creación perversa que a mi entender debe ser criticada o por lo menos cuestionada pues hay una carga de sadomasoquismo. ¿Cómo debe reaccionar el espectador frente a la obra de Jones? ¿Debemos criticarla, cuestionarla, denunciarla? No podemos aceptarla como algo "normal" por el mero hecho de ser una obra de arte, estas obras no hablan de la mujer sino sobre un constructo cultural, sobre el imaginario masculino que concibe el cuerpo de la mujer como cuerpo de disfrute, como instrumento para un fin totalmente narcisista; no hay un goce compartido, solamente unilateral.

No sólo el arte, la literatura o la publicidad de los sesenta participaban de esa construcción de la mujer objeto, también el cine se hace eco del tema. Aunque en tono totalmente humorístico en este caso, el director de cine norteamericano Billy Wilder supo retratar en *The Seven Year Itch* las ensoñaciones de un neoyorquino que se imagina

seduciendo y siendo seducido mientras su mujer está de vacaciones con su hijo en Maine.

La película empieza con una voz en *off* describiéndonos cómo es el verano en la isla de Manhattan; el nombre procede de los indios "manhattan", primeros pobladores del lugar, que ya tenían la costumbre de enviar a sus esposas e hijos a Maine de vacaciones. Y ellos, mientras tanto, se quedaban en la isla pescando, cazando, poniendo trampas, y como no, persiguiendo a las jóvenes solteras. Quinientos años después, nos comenta la voz en *off*, la situación no ha cambiado. Un ejemplar típico de la fauna de la ciudad es Richard Sherman (papel protagonizado por el actor Tom Ewell), que despide a su familia en la estación de ferrocarril. Richard trabaja para una editorial, está dotado de una gran imaginación y cuando regresa a casa, empieza a recrear una típica situación: "¿Cómo te ha ido en la oficina querido?", a lo que él responde sarcástico, "*He violado a la secretaria*", y apostilla "como si pudiera ocurrir algo en la oficina".

Llaman a la puerta y es La Chica (Marilyn Monroe): "*Soy tan tonta*, me he dejado la llave". Boquiabierto la contempla, situada ella en la escalera en un ángulo que realiza su trasero. La posición es incómoda y propicia una dolorosa pero feliz tortícolis. De nuevo en casa, da lugar a la visión de su esposa con la que mantiene una conversación sobre su capacidad de seducir. Inventa historias imaginarias sobre sus éxitos como varón deseado. Le cuenta que su secretaria, quejosa de que *la considere* como un *objeto más del mobiliario*, le acosa, se abalanza sobre él y debe llamarla al orden. Su mujer imperturbable sentencia: "lo único extraordinario en ti es tu imaginación". Seguidamente comenta lo que le sucedió con la enfermera del hospital, quien le tiró los tejos: "Hay algo que llaman moral", dice él; "la tuve cuando era joven", dice la enfermera que a continuación se lanza sobre él al tiempo que le dice "Robemos una ambulancia. Fuguémonos. Crucemos la frontera". Y él responde: "Es usted una *degenerada*". De repente él se convierte en la imagen de la virtud y le *asesta una bofetada*. Ella no se rinde y, cuando suena la alarma, unos enfermeros se la llevan a rastras.

Otra de sus ensoñaciones se produce cuando cae una maceta que rompe una de sus sillas e invita a su vecina (la Chica) a tomar una copa con él. La imagina aparecer con un traje ceñido, largos guantes negros y fumando. Es la imagen de la mujer fatal. Pero en la realidad, cuando por fin ella llega a su casa, le comentará cosas sobre su vida y su trabajo. Casualmente, esta muchacha de cuerpo escultural, trabaja realizando anuncios publicitarios. Pronto debutará en televisión anunciando un dentrífico: "He desayunado cebolla; he comido salsa de ajo... pero él no lo sabrá. Mis besos siguen siendo dulces y fragantes gracias al dentrífico DAZZLEDENT". Es la *pin-up girl* del anuncio, bello cuerpo pero mente vacía. Y mientras al protagonista de la historia le suceden todas estas cosas, ha de leer un libro que va a ser publicado por la editorial en la que trabaja y que cambiarán el título por "Sexo y violencia" ya que según el dueño de la editorial opina que estos temas atraen a la gente y por lo tanto se incrementarán las ventas.

Podría seguir enumerando más ejemplos de la película como la famosa escena en la que los protagonistas van paseando y al pasar por una rejilla de ventilación del metro, el aire levanta la falda de la Chica, pero creo que con los ya expuestos tenemos suficientes para ver la imagen de la mujer como construcción de la fantasía masculina, una mirada que igual que la construye como objeto de deseo, la destruye pues puede convertirse en la causante de todos sus males, y por lo tanto en objeto sobre el que recaiga toda su frustración y desesperación como vimos en la historia de Raymond Carver. La mujer pasa a ser víctima, a sufrir la violencia física y muchas veces también el maltrato psíquico; los medios de comunicación no se hacen eco realmente de la situación de las mujeres, la sociedad en la mayoría de los casos se convierte en cómplice. ¿Cuándo se erradicará

definitivamente la imagen de mujer como *máquina de amar*? Existe claramente la necesidad no sólo de denunciar estas situaciones sino también de construir una imagen de la mujer como sujeto, alejada de la mirada masculina. Numerosas artistas iniciaron su camino en esta dirección. Por ejemplo, Niki de Saint Phalle y Judy Olausen en el mundo del arte; también cantantes, actrices, tanto de cine como de teatro, y escritoras unen sus voces en este empeño por seguir luchando contra una visión heredada que se resiste a cambiar. Deseamos que nuestra voz se una a todas aquéllas que denuncian que no somos "objetos" ni "máquinas de amar" sino sujetos, seres humanos a los que hay que respetar y tratar en un plano de igualdad, y que esta situación de denuncia se siga dando todo el tiempo que sea necesario.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADELMAN, Bob (1990). *Carver Country. The World of Raymond Carver*. New York, Arcade Publishing.
- BRUCE, Marshall (ed.) (1990). *Conversations with Raymond Carver*. University Press of Mississippi.
- BUFORD, Bill (1983). *Dirty Realism New Writing from America*, England, Penguin.
- CAMPBELL, Ewing (1992). *Raymond Carver. A Study of the Short Fiction*. New York. Texas A&M University, Twayne Publishers.
- CARVER, Raymond (1985). *The Stories of Raymond Carver*. London, Picador.
- (1988). *Elephant and Other Stories*. London, The Harvill Press.
- (1991). *No Heroics, Please. Uncollected Writings*. London, Harper Collins Publishers.
- (1994). *Short Cuts*. London, The Harvill Press.
- (1995). *Will you please be quiet, please?* London. The Harville Press.
- DUPERRAY, Annick (dir.) (2000). *Image et Texte: Robert Altman / Raymond Carver: Short Cuts*. Publ. de l'Université de Provence.
- HALPERT, Sam (1995). *Raymond Carver. An Oral Biography*, Iowa City, University of Iowa.
- HENDRICKSON, Janis (1993). *Roy Lichtenstein*, Germany, Taschen.
- HONNEF, Klaus (1994). *Andy Warhol 1928-1987. El arte como negocio*, Germany, Taschen.
- KARL, F.R. (1990). *American Fiction 1940-1980*, New York, Harper.
- LESLIE, Richard (1997). *Pop Art. A New Generation of Style*. New York, Tiger Books international.
- MINK, Janis (1996). *Marcel Duchamp 1887-1968. El arte contra el arte*, Germany, Taschen.
- MORA GONZÁLEZ, Lucía (1997). "Resurgimiento del relato corto. El mundo de Raymond Carver: "Errand", un ejemplo relevante", *The American Short Story: New Perspectives*. Universidad de Santiago de Compostela.
- NESSET, Kirk (1994). *The Stories of Raymond Carver: a critical study*. Ohio, Ohio University Press.
- PAZ, Octavio (1989). *Apariencia desnuda. La obra de Marcel Duchamp*. Madrid, Alianza Editorial.
- PEDRAZA, Pilar (2000). "Pigmalión y las mujeres minerales", *Dossiers Feministes* 4, 31-47.
- ROSZAK, Theodore (1978). *El nacimiento de una contracultura*. Barcelona, Kairós.
- RUNYON, Randolph Paul (1992). *Reading Raymond Carver*, New York, Syracuse University Press
- SALTZMAN, Arthur M. (1998). *Understanding Raymond Carver*. University of South Carolina Press.
- STULL, William L. y Carroll, Maureen P. (eds.) (1993). *Remembering Ray A Composite Biography of Raymond Carver*. California, Capra Press, Santa Barbara.
- VERLEY, Claudine (1999). *Raymond Carver: Des nouvelles du monde*. Paris, Berlin, Coll. Voix américaines.
- WILSON, Simon (1975). *El arte pop*. Barcelona, Labor.