

Luis Frangella Una muestra en la Fundació Suñol de Barcelona indaga sobre la obra del artista argentino, en la que conviven las investigaciones del científico-óptico con las reflexiones de un filósofo ante la muerte

El enigma de la visión

Luis Frangella
La jarra vertiente o Máquina de dibujar
FUNDACIÓ SUÑOL
BARCELONA

Comisariado: Fundació Suñol y Marisa Díez de la Fuente
Passeig de Gràcia, 98
Tel. 93-496-10-32
www.fundaciosunol.org
Hasta el 28 de enero

JESÚS MARTÍNEZ CLARÀ

La Fundació Suñol nos propone una muestra fundamental que auguro como una de las mejores de esta temporada. En ella se pueden ver 32 piezas del artista argentino Luis Frangella, nacido en Buenos Aires en 1944 y muerto en Nueva York en 1990. Las necrológicas son precisas, en pocas palabras revelan lo fundamental. Cuando se publicó el óbito de Luis Frangella el 14 de diciembre de 1990, en *The New York Times* se escribió claramente que vivía en Manhattan, que el motivo de la muerte se comunicaba por decisión familiar y que era pintor y escultor.

En los eclécticos años ochenta, la galería Ciento de Marisa Díez de la Fuente y Buades en Madrid eran dos epicentros del resurgir de la pintura. En ellas se pudo ver, por primera vez, la obra de Luis Frangella. Lo que llamaba la atención de inmediato era el talento con el que trabajaba en su doble condición de pintor y escultor. Los cuadros de gran formato convivían con pequeñas y misteriosas cabecitas sobre peanas. Tenían algo de ritual o de exvoto.

Con esta exposición se ponen de

manifiesto dos aspectos que considero fundamentales de Luis Frangella: en primer lugar, el enigma de la percepción o el misterio de la mirada, y en segundo lugar una reflexión profunda sobre la vanidad y la apariencia.

Observar es mirar

Respecto a la primera condición debo recordar el afinado criterio expositivo del equipo de la Fundació Suñol, que nos permitió acercarnos a esta cuestión perceptiva con motivo de la inauguración del

Nivell Zero *ACTE 1: Observació* (2007) Ya entonces se pudo ver *La Jarra vertiente o Máquina de dibujar* de Luis Frangella junto a obras de Antoni Abad, Roman Buxbaum, Federico Guzmán, Joan Leandre, Glòria Martí, José Noguero, Joan Rom, Idroj Sanicne, Toni Serra y Zush/Evru.

La actual muestra reafirma las tesis de la propuesta de entonces: "observar es mirar algo con atención e implica atender, examinar, contemplar, notar, advertir, vigilar. La observación supone un acto

de reciprocidad entre el comportamiento del sujeto y del objeto".

No se puede definir mejor la sensación que el visitante tiene cuando se pone ante obras como *Cuchillos* (1986), sus dibujos dobles de tinta sobre acetatos o la misma *Máquina de Dibujar*. En todas ellas el efecto es contundente, el espectador debe colocarse unas gafas anaglíficas con lentes de dos colores distintos y la imagen plana se convierte en 3D. La realidad que veíamos de un modo desaparece y la forma se abalanza hacia nosotros de modo inesperado: *Geométricos* (1980). En Frangella conviven la investigación del científico-óptico con las indicaciones de un filósofo o un poeta que se sabe en manos de la muerte.

Todo este ceremonial óptico sobre la realidad y su apariencia no es más que para conducir al espectador a la dimensión más profunda del sentido de las cosas. A su doble realidad. Es ahí cuando aparecen



'In the blink of an eye', 1986

FOTOGRAFÍA: ROBERTO D'ARA, 2011

Tendencias Casa Asia presenta la cultura de las mascotas

Ídolos 'made in Japan'

Japón: paraíso de las mascotas
CASA ASIA
BARCELONA

Diagonal, 373
Tel. 93-368-08-36
www.casaasia.es
Hasta el 20 de noviembre
Posteriormente la exposición viajará al Museo ABC de Madrid

Sentokun. exposición 'Japón: paraíso de las mascotas' en Casa Asia

MERY CUESTA

Bola de Dragón, Mazinger Z, Hello Kitty... Casa Asia se anima con una exposición sobre uno de los fenómenos culturales de más amplio calado del siglo XX: los *characters* o mascotas, idolillos hechos de plástico que condensan la emotividad y la identidad cultural de un país, además de ser un formidable negocio. Si la cultura de las mascotas mana de Japón, su capacidad de propagación, fascinación y arraigo en el mundo la hace furibundo caso de estudio y de admiración.

La cultura pop japonesa, de la que son parte fundamental las mascotas, surge justo después de la Segunda Guerra mundial. Se produce entonces una hibridación entre las formas tradicionales japonesas y la modernización a la americana de resultados estéticamente deli-

ciosos. Si bien los japoneses, se dice, tienden a copiar para después mejorar y acabar pariendo creaciones nunca vistas, es muy posible que se produjera un efecto parecido en la aprehensión de las representaciones de la vida moderna americana de los 40 y 50. Osamu Tezuka, padre del manga y ferviente admirador de Disney, consiguió llevar su arte más allá al sacarlo del guetto de consumo infantil, dando origen al manga, forma única de expresión japonesa. El patrón de una influencia occidental inicial que enseguida deja paso a formas puras japonesas se repite una y otra vez en la cultura nipona.

El nuevo Japón de después de la guerra pone todo su empeño en generar toda una cultura visual amigable que reflejara esperanza tras la derrota. "A través de los persona-



jes, los japoneses damos sentimiento, espíritu y alma a los que no tienen vida", decía emocionado el representante de la Japan Foundation en la presentación. Esta vida que se les insufla a las mascotas lleva implícita las coyunturas sociales bajo las que surge. Así, Ultraman en los 60 es un emblema de lo heroico post-atómico, o los Namennayo de los 80 son una forma de tornar la realidad problemática en algo inofensivo y adorable.

Es una genealogía larga y apasionantísima la que vincula el devenir social a la popularidad de ciertas mascotas, pero por encima de ella, destaquemos el valor emocional que el pueblo japonés les otorga y el efecto psicológico tranquilizador que ejercen en él. Aunque la tendencia actual en diseño de personajes es la simplificación de rasgos, favoreciendo la sensibilidad *Kawai* (lo cursi, lo mono), las creaciones japonesas emanan un realismo psicológico que las hace imprescindibles en una sociedad tendiente a acusar la soledad del individuo. Su vinculación con ellas puede ser más fuerte que con amigos o parientes de carne y hueso.

las obras más expresionistas. Sus catorce estudios sobre el movimiento de una cabeza (1985), la serie sobre velas encendidas que se consumen hasta el pabito (1987), el crucifijo y su sombra de (1987), o su *Bola* duplicada (1986) culminan en esas dos calaveras de *In the blink of an eye* (1986).

Género de las 'vanitas'

Como indica el título de la obra, en ese abrir y cerrar los ojos, tan rápido y efímero, el artista recupera el género de las *vanitas vanitatum* del siglo XVII en las que los pintores europeos recordaban la presencia de la muerte como un instante en la feria de las vanidades. Un tono de recuerdo y nostalgia se percibe en los textos del catálogo: Ángel González García y Carlos Pazos mencionan sus vivencias junto al artista y Marisa Vela, Ángel, Quico, Juan y tantos otros nombres de la edad de oro de los ochenta, cuando todos nos sabíamos jóvenes y estupendos. Ese sentimiento de melancolía refuerza la reflexión sobre el paso del tiempo y la caducidad que afecta a todas las cosas.

Lo que creíamos un juego visual con colores y formas, Luis Frangela lo ha transformado y acaba explorando un sentimiento moral. En *In the blink of an eye* utiliza un último efecto de percepción, la mirada se dirige hacia la parte izquierda, esa parte del cuadro está iluminada con la luz de una vela, luce como la vida, y en la derecha la vela consumida, con una gama de grises oscurece la mirada, nos deja sin luz. |

La transversalidad de la presencia de las mascotas se aprecia en todos los campos de la sociedad. Una aportación interesante de esta exposición es la parte que identifica cada región del país con una mascota, algunas completamente delirantes (el niño-ciervo de Nara, el gato con cuernos de Hikone) y que, por la simpatía que suscitan, vinculan a los vecinos con su territorio. Pero en general, la exposición hace un análisis algo superfluo. Unos paneles en inglés dan pistas sueltas, pero falta más material expositivo, mayor reflexión en los intersticios, mayor análisis de la vinculación el fenómeno con temas como la violencia, la religión, lo sentimental, o la tecnología: más mimo por lo que esta cultura (que no subcultura) supone en la vida de millones de personas. A la profusión de juguetes o merchandising no se le ha sacado partido como recurso expositivo, ni se puede tocar nada (los manga están reproducidos en una vitrina), lo que siempre me ha parecido una lástima en las exposiciones sobre cultura popular. Una muestra que nos deja a las puertas del paraíso. |



Dutch Girls: Top models of the Golden Age
RIJKSMUSEUM
AEROPUERTO DE SCHIPHOL
AMSTERDAM

Holland Boulevard
Tel. (0)20-6747000
www.rijksmuseum.nl
www.schiphol.nl
Hasta el 12 de diciembre

Un viajero contempla los cuadros que forman parte de la muestra 'Dutch girls' en la sala de exposiciones del aeropuerto Schiphol de Amsterdam

FOTO: MYRA MA

Tendencias El Rijksmuseum de Amsterdam lleva el arte al aeropuerto con una sala en Schiphol que estos días acoge una muestra sobre el Siglo de Oro

Vivir para ver

JOAN-LLUÍS PALOS

Aeropuerto internacional de Schiphol, Amsterdam. Control de pasaportes. Holland Boulevard. Todo un mundo de lujo al alcance de bolsillos exclusivos. Gucci, Dolce & Gabbana, Steve Madden, Versace, Roberto Cavalli, Louis Vuitton, Emporio Armani, Top Models del Siglo de Oro, Carven, Cacharel... ¿Perdón? Roberto Cavalli, Louis Vuitton, Emporio Armani, Top Models del siglo de Oro...

—Perdone, ¿aquí que venden?
—Nada señora, esto es una exposición.
—¿Una exposición de qué?
—De chicas holandesas
—¿Cómo en el Red Line?
—Por supuesto que no, esto es una exposición de cuadros.
—¿Pero... de cuadros de verdad?
—Faltaría más. De cuadros de grandes artistas holandeses del siglo de Oro como Frans Hals, Caesar van Everdingen, Isaak Luttichuys o Barholomeus van der Helst.

—Perdone pero a mi me enseñaron en el colegio que el Siglo de Oro era una cosa de los españoles. Ya sabe, cuando no se ponía el sol.

—Pues no, la verdad es que no lo sabía. Pero en Holanda también tenemos un Siglo de Oro. Precisamente cuando logramos liberarnos de la dominación de los españoles.

—Ah! ¿Y dice usted que estas señoritas eran top models?

—Bueno, es una forma de presentarlo.

—Ya me parecía. La verdad es que muy guapas no son... y estos cuerpos. ¡Si no tienen curvas! Claro que en eso como las de ahora.

—Tenga en cuenta que los cánones de belleza en aquella época no eran los mismos que para nosotros.

—Pero tanto como para considerarlas top models...

—Ya le he dicho que es una forma de hablar. En realidad, como puede suponer, en ese momento no existían las modelos. Al menos como las de hoy.

—... Así que no desfilaban mos-

Al alojar exposiciones, el aeropuerto de Schiphol se ha convertido en uno de los más glamurosos

trando sus encantos.

—¡Por supuesto que no! Sus maridos nunca se lo hubieran permitido. Eran altos funcionarios de la República de los Países Bajos, banqueros, ricos comerciantes que habían ganado mucho dinero con la Compañía Neerlandesa de las Indias Orientales.

—¡Ah!

—Y además calvinistas. Lo que significaba que le concedían gran importancia a los aspectos externos de la moral.

—¿Entonces por qué las llaman así?

—Es una manera de dar a entender que la vanidad no es algo exclusivo de hoy. Ya en aquel tiempo las mujeres se vestían con sus mejores galas y lucían sus joyas más imponentes para ser retratadas.

—Y, además, iban muy pintaditas ellas.

—Era la moda.

—Pero imagino que estos vestidos no los llevarían habitualmente. Debían resultar de lo más incómodos. Algunos parecen pesadísimos.

—Tenga en cuenta que el vestido era una forma de distinción social. Y que solamente las personas más acomodadas se podían permitir un retrato de un pintor de postín. Así que cuando posaban para ellos cuidaban hasta los últimos detalles.

—¿Y a quién se le ha ocurrido poner estos cuadros en un aeropuerto?

Por lo pronto a los responsables del Rijksmuseum de Amsterdam. ¿Objetivo confesado? Sacar el arte de los espacios sacralizados que han devenido los museos y acercarlos a la gente. Se supone que a la gente que nunca visitaría un museo. Aunque teniendo en cuenta las colas que hay para acceder a los de Amsterdam ya es suponer. Y ya que de eso se trata, cuanto más impactante sea el reclamo mejor que mejor. Así que, plis plas, por obra y gracia de un espabilado asesor de márketing, las recatadas esposas de estrictos maridos han sido transformadas... nada menos que en top models.

Sin duda. Puestos a esperar en un lugar tan anodino como el Holland Boulevard, mejor hacerlo viendo cuadros magníficos en sí mismos que escaparates de productos que uno nunca podrá adquirir. Ello no quita que la decisión de ponerlos ahí tenga poco que ver con el arte. O quizá mucho. A fin de cuentas, ¿no ha sido siempre una de sus principales funciones dignificar a quien lo posee?

Basta visitar la exposición excepcional que se muestra actualmente en el palazzo Strozzi para comprender lo espúreas que podían llegar a ser las razones de los patricios florentinos al hacerse con las mejores creaciones de los artistas de la ciudad.

Y los tiempos no han cambiado tanto. Al alojar una sala de exposiciones, el aeropuerto de Schiphol se ha convertido en uno de los más glamurosos del mundo. De eso se trataba y no de otra cosa.

Por más razones que le dieran, la turista de zapatillas deportivas y atuendo de una talla inferior no parecía muy convencida. Pero por los micrófonos anunciaban ya el embarque de su vuelo y no se trataba de perderlo por una nimiedad como esa.

Menos mal, porque la educada informadora empezaba ya a perder la paciencia. |